



## spannend/langweilig: Storytelling im Netz

Was macht eine spannende Marken-Geschichte aus? Wie funktioniert Storytelling in der Fotografie und in Reportagen? Wie profitiert E-Commerce vom Storytelling? Und wie kann Kirche Storytelling für sich nutzen? Neun vielfältige Antworten aus verschiedenen Professionen.

Neun vielfältige Antworten aus verschiedenen Professionen.



STATEMENT

**Petra Sammer**

„Um die zunehmende Bedeutung von Storytelling zu verstehen, muss zunächst eine saubere Definition her. Denn zu viele gebrauchen den Begriff zu oft. Inflationär wird ‚Storytelling‘ unter Kommunikationsprofis für fast jeden Anlass verwendet. ...“

WEITER »



STATEMENT

**Stefan Weigand**

„Wenn ich bei Buchprojekten berate, kommt es oft zu dem Punkt, an dem der Autor sagt: ‚Aber das wäre doch auch spannend zu schreiben. Das hat zwar nicht ganz mit dem Thema zu tun, aber wieso nicht?!‘ Das ist dann der Moment, in dem ganz unbewusst die Frage ...“

WEITER »



STATEMENT

**Miriam Rupp**

„Gute Markengeschichten funktionieren nur abseits von bloßer Produkt-PR. Unternehmen sollten die Zielgruppe als Helden auf seiner ganz eigenen Reise sehen und ihm als Mentor zur Seite stehen. Weg vom Produkt und hin zu den wahren Bedürfnissen der Kunden ...“

WEITER »



STATEMENT

**Matthias Jung**

„Kirchentag in Berlin, Messegelände. Halle 20, Samstagmorgen. Die Bibelarbeit fällt aus, ich sitze hier in der noch menschenleeren Halle und

warte auf Nadia Bolz-Weber. Zum ersten Mal seit zwei Wochen habe ich Zeit, meine Gedanken zum Storytelling in der Kirche zu sortieren ..."

WEITER »



STATEMENT

### Dominic Alimi

„Der Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet, kurz E-Commerce, hat das Storytelling bereits vor einigen Jahren für sich entdeckt und massiv vorangetrieben. Führend ist hier die Arbeit der Shopware AG zu nennen, der europäischen Nummer 1 ..."

WEITER »



STATEMENT

### Martin Steffen

„Bevor ich angefangen habe Reportagen zu fotografieren, war ich ausschließlich Werbefotograf. Früher waren Journalismus und Werbung in der Fotografie strenger getrennt, heute, so ist meine Erfahrung, fließen diese Disziplinen immer mehr ineinander. ...."

WEITER »



STATEMENT

### Christian Nielinger

„Streng genommen können Bilder keine Geschichten erzählen – wie es etwa ein Roman oder ein Film kann. Und doch braucht ein gutes Foto seine Geschichte, um nachhaltig Wirkung zu entfalten. Die Geschichte jedoch erzählt nicht so sehr das Bild, sondern der Betrachter ..."

WEITER »



STATEMENT

### Michael Müller

„Hinter dem Begriff ‚Storytelling‘ verbergen sich ganz unterschiedliche Anwendungsbereiche und damit auch verschiedene Arten von Geschichten – je nachdem, ob sie in Film und Literatur, in Marketing und Unternehmenskommunikation, ..."

WEITER »



STATEMENT

### Marc Baumann

„Andere rauchen oder machen Yoga, um dem hektischen Alltag kurz zu entkommen, ich gehe in Kirchen. Auf jeder Geschäftsreise, in jedem Urlaub oder auch nur schnell mal in der Mittagspause daheim in München. An keinem anderen Ort ..."

WEITER »

