

**Mag. Teresa Fritsch**

## **Journalistisches Storytelling**

Entwicklung einer quantitativen Methode für Journalisten und Journalistinnen, um Storytelling gezielt anzuwenden.

# Inhaltsverzeichnis

Abstract .....	5
1.1. Das Gehirn liebt Geschichten .....	9
2. Thema.....	11
2.1. Hypothesen.....	12
2.2. Fragestellungen .....	12
3. Theoretische Hintergründe .....	13
3.1. Was ist Storytelling.....	13
3.2. Der Einfluss der Emotion .....	15
3.3. Vom Neuromarketing zum Storytelling.....	16
3.4. Verarbeitung im Gehirn .....	21
3.5. Storytelling im Journalismus.....	25
3.5.1. Zielgruppendefinition.....	26
3.5.2. Der emotionale Artikel .....	27
3.5.3. Die richtige Geschichte.....	29
4. Methodik.....	32
4.1. Online Umfrage .....	32
4.1.1. Fragestellungen .....	33
4.1.2. Die Auswertung.....	34
4.2. Zwei Storytelling-Reportagen.....	36
4.2.1. Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek.....	37
4.2.2. Keine Zeit für Wut .....	38
4.3. Entwicklung einer journalistischen Storytelling Checkliste .....	39
4.4. Entwicklung eines eigenen Storytelling Projekts.....	39

5.	Ergebnisse .....	40
5.1.	Ergebnisse der Umfrage .....	40
5.1.1.	Weiterführende Auswertungen .....	45
5.2.	Storytelling Checkliste .....	45
5.2.1.	Zeit, Recherche und persönliches Interesse .....	46
5.2.2.	Wahl der Erzählperspektive .....	47
5.2.3.	Die Story lebt durch Charaktere .....	50
5.2.4.	Spannungsbogen und Handlung .....	51
5.2.5.	Das Ende der Geschichte .....	52
5.2.6.	Erzählform und Erzählton .....	54
5.2.7.	Verzicht auf eine Einleitung .....	56
5.2.8.	Erzählung im Präsens .....	56
5.2.9.	Einfache und übersichtliche Sätze .....	57
5.2.10.	Multimedialität .....	58
5.2.11.	Die Checkliste mit Punkteschema .....	60
5.2.12.	Überprüfung der Checkliste .....	61
5.3.	Eigenes Storytelling-Projekt .....	62
5.3.1.	Vorstellung des Projekts .....	63
5.3.2.	Analyse des Projekts .....	72
6.	Diskussion .....	77
	Zusammenfassung .....	86
	Literaturverzeichnis .....	88
	Anhang .....	90