

Autorinnen und Autoren

Silvia Ettl-Huber (wissenschaftliche Projektleiterin an der Donau-Universität Krems) spezialisierte sich als Kommunikationswissenschaftlerin ursprünglich auf Medienmanagement, entdeckte aber 2010 den Themenbereich Storytelling für sich. Seither integriert sie dieses Thema in Lehre und Forschung. Außerdem betreut sie zahlreiche Abschlussarbeiten zu Storytelling in der Organisationskommunikation

Andreas Ganahl (Public Relations & Media Manager bei Sulzer Mixpac AG) studierte an der Donau Universität in Krems im Master-Lehrgang „Kommunikation und Management“. Seit seiner Studienzeit beschäftigt er sich intensiv mit dem Thema Storytelling, speziell in der internen Kommunikation von Führungskräften. Für seine wissenschaftlichen Arbeiten wurde er 2013 mit dem „Deutschen Nachwuchspreis Wissensmanagement®“ des AKWM ausgezeichnet und erreichte zudem beim Schweizer Wettbewerb „makingsciencenews“ einen 5. Preis.

Andrea Hilzensauer (Brand Managerin aus Wien) beschäftigt sich leidenschaftlich mit Marketing, Kommunikation und Markenführung in der Konsumgüterbranche. Im Rahmen ihres berufsbegleitenden Masterstudiums PR und Integrierte Kommunikation an der Donau Universität Krems ist sie daher der Frage nachgegangen, inwieweit Storytelling als Instrument zur Markenführung eingesetzt werden kann.

Sabine Knöβ (Kommunikationsmanagerin bei einem Finanzdienstleistungsunternehmen) ist auf das Corporate Publishing und die Führungskräftekommunikation spezialisiert. Als Chefredakteurin einer MitarbeiterInnenzeitschrift stellte sich für sie die Frage, wie sich Zahlen, Daten und Fakten so vermitteln lassen, dass sie bei den LeserInnen ankommen und wahrgenommen werden. Antworten fand sie im Rahmen des berufsbegleitenden Studiums PR und integrierte Kommunikation an der Donau-Universität in Krems, wo sie sich intensiv mit dem Thema Storytelling in der Finanzbranche befasste.

Eva Mayr (wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Donau-Universität Krems), hat sich als Psychologin auf Human-Computer-Interaction spezialisiert und fokussiert in zahlreichen Forschungsprojekten auf die Frage, wie das Informationsdesign von Medienanwendungen informelles Lernen unterstützen kann. Dabei spielt Storytelling eine wichtige Rolle.

Kay Mühlmann (Forscher an der Donau-Universität Krems) studierte Theater- und Medienwissenschaft und Ethnologie an der Universität Wien. Im Anschluss daran Arbeit am Theater Film und Fernsehen. Als Wissenschaftler hat er besonderes Interesse an sozialen Systemen und deren kollektiven Wirkweise sowie der Funktion von Narrationen in sozialen Systemen.

Manuel Nagl (wissenschaftlicher Mitarbeiter und Vortragender am Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement der Donau Universität Krems sowie Senior Consultant bei GPM Management Consulting) analysierte in einem mehrjährigen Forschungsprojekt die Anwendbarkeit bzw. Wirksamkeit von Narrationen im Rahmen organisationaler Kommunikation. Als Neurowissenschaftler und Kommunikationsforscher befasst er sich mit den Schwerpunktthemen Storytelling, Neuroleadership/Neuromanagement, Unternehmenskultur/-entwicklung und Change Management

Maria Reingruber (Unternehmerin/Mode und Lifestyle) konnte bereits in ihrem beruflichen Alltag die Methode Storytelling integrieren. Im Rahmen des Studiums an der Donau-Universität Krems hat sie das theoretische Wissen um dieses Thema vertieft und sich intensiv damit auseinander gesetzt.

Gitta Rohling (PR-Beraterin und Redakteurin in Stuttgart) liebt es, komplexe Inhalte spannend aufzubereiten. Sie ist PR-Beraterin und Redakteurin mit dem Fokus auf Technologie und Wissenschaft. Storytelling gehört also zu ihrem täglichen Handwerkszeug. Die Master Thesis im Rahmen des berufsbegleitenden Studiums "PR und Integrierte Kommunikation" bot für sie die Gelegenheit, Storytelling wissenschaftlich zu untersuchen und auf den Prüfstand zu stellen.

Günther Schreder (wissenschaftlicher Mitarbeiter der Donau-Universität Krems) war bereits während seines Psychologiestudiums fasziniert von den kognitiven Grundlagen von Narration. In seinen jüngsten Forschungsprojekten untersuchte er die Wirkung und Anwendungsmöglichkeiten von Narration in der Mensch-Maschine-Kommunikation und als Werkzeug der Unternehmenskommunikation.