

Inhalt

Vorwort zur deutschsprachigen Ausgabe	9
Einführung zur zweiten Auflage	17
Zur Benutzung dieses Buches	23
1 Warum Erzählung?	28
1.1 Das erzählende Tier	28
1.2 An den Wurzeln ansetzen	31
1.3 Die Ära der überholten Erzählungen	32
1.4 Bewegung als Narrativ	35
1.5 Von Optimierung zu Innovation	40
1.6 Der Ansatz der erzählungs-basierten Strategie	43
2 Narrative Macht	48
2.1 Wahrheit vs. Bedeutung	48
2.2 Narratives Denken	52
2.3 Narrative Machtanalyse	55
2.4 Den Rahmen setzen (Framing)	60
2.5 Designer-Erzählungen und die vermarktete Welt	63
2.6 Memes	69
2.7 Macht und Mythos	73
2.8 Basisdemokratie und Narrative	75
2.9 Gründungsmythen der USA	79
2.9.1 Gründungsmythos der BRD	82
2.9.2 Gründungsmythen: Wiedervereinigung & Aufbau Ost	83
2.10 Kontroll-Mythen & Memes	84
2.11 Narrative Filter	88
2.12 Elemente einer Erzählung	90
3 Den Kampf um die Erzählungen gewinnen	96
3.1 Auf den Grundsteinen aufbauen	96
3.2 Über die Erzählung des Kampfes hinaus	100

3.3 Der Kampf um die Erzählungen	103
3.4 Framing des Konflikts	107
3.5 Narrative Frames entwerfen	111
3.6 Überzeugende Charaktere verbreiten	116
3.7 Das Dramadreieck	120
3.7.1 Das Dramadreieck und die egalitäre Herausforderung, gute Geschichten zu erzählen	123
3.8 Bildsprache: zeigen, nicht beschreiben	125
3.9 Vorausdeutung	129
3.10 Annahmen offenlegen	133
3.11 Ein Framing-Narrativ entwerfen	137
3.12 Handlungslogik und Meta-Verben	142
4 Interventionenpunkte	148
4.1 Gesellschaftlicher Wandel durch Intervention	148
4.2 Der Interventionspunkt der Produktion	150
4.2.1 Der Interventionspunkt der Reproduktion	152
4.3 Interventionspunkte der Zerstörung	153
4.4 Interventionspunkte des Konsums	155
4.5 Interventionspunkte der Entscheidung	157
4.6 Interventionspunkte der Annahme	159
4.7 Das Reframing von Debatten	161
4.8 Neue Zukunftsvisionen anbieten	165
4.9 Subversiv sein und eigene Spektakel schaffen	168
4.10 Das Verborgene sichtbar machen	174
4.11 Pop(ulär)kulturelle Narrative umfunktionieren	177
4.12 Brand-Busting	181
5 Die Erzählung verändern	190
5.1 Strategisches Improvisieren	190
5.2 Fallbeispiel <i>Greenpeace: Rettet die Wale</i>	193
5.3 Fallbeispiel <i>Rural Vermont: Jede kontaminierte Farm ist eine zu viel</i>	196

5.4 Fallbeispiel	
<i>Protect Our Waters</i> : Schützt das Wasser, unsere kostbarste Ressource	200
5.5 Fallbeispiel	
<i>Coalition of Immokalee Workers</i> : Bewusstsein + Engagement = Veränderung	206
5.6 Fallbeispiel	
# <i>Healthy Hoods</i> : Umweltgerechtigkeit für alle	210
5.7 Fallbeispiel	
<i>Deutsche Wohnen & Co enteignen</i> (DWE)	218
5.8 Fallbeispiel	
<i>Our Power</i> : Ein neues Klima-Narrativ	223
5.8.1 Erzählungen von der alten Klimagerechtigkeitsbewegung zur neuen Klimabewegung	232
6 Mit Innovationen durch Krisen und Veränderungen	244
6.1 Das große Ganze in den Blick nehmen	244
6.2 Apokalypse in Zeitlupe	247
6.3 Erschütterung der Normalität	249
6.4 Momente in Bewegungen verwandeln	252
6.5 Erzählungen von Veränderung	256
6.6 Eine Bewegung der Erzähler*innen	259
Nachwort zur deutschsprachigen Ausgabe	263
Die Synergie der Erzählungen	263
COVID-19-Krise, Resilienz und die Frage, wie wir leben wollen	266
Es ist nicht die Zeit für Reformen, sondern für große Veränderungen	267
Konkretes Framing zu COVID-19	267
Von der gemeinsamen ›Story‹ zur Strategie und Struktur der Veränderung	269
Anhang	273
Glossar	273
Literatur	281
Leseempfehlungen zur deutschsprachigen Ausgabe	291
Danksagung der Autor*innen	294
Über das <i>Center for Story-based Strategy</i>	298