

Das Phänomen Boulevard unter der Lupe

Prominent besetzte Tagung der MHMK bietet am 15. Juli 2010 einen Einblick in Facetten und Qualitätsaspekte des Boulevard

München (29. Juni 2010) – Im 21. Jahrhundert hat der Boulevard endgültig das Regiment übernommen. Nachrichten über Paris Hilton & Co finden sich in praktisch jedem Medienangebot. Und selbst seriöse Nachrichtenformate haben bereits ein eigenes Ressort „Boulevard“. Ist der Boulevard also salonfähig geworden? Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt der Tagung „Boulevard – jein danke! Theorien – Tendenzen – Turbulenzen“, die am 15. Juli 2010 von der MHMK (Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation) in München veranstaltet wird.

TV-Moderator Gätjen und Spielerberater Grill als prominente Experten

Das studentische Team um Prof. Dr. Lars Rademacher und Nadine Remus M.A. hat eine Reihe prominenter Experten als Interviewpartner und Referenten gewonnen – darunter TV-Moderator Steven Gätjen, Roman Grill, Berater des Kapitäns der Nationalmannschaft Philipp Lahm, und Otto Steiner, Geschäftsführer von Constantin Entertainment. Das Gespräch mit Pro7-Star Steven Gätjen, der neben dem Kino-Magazin „Blockbuster-TV“ und Filmpremieren auch die deutsche Übertragung der Oscar-Preisverleihung moderiert, konzentriert sich auf Qualitätsaspekte des Boulevard und wirft einen Blick hinter die Kulissen der Traumfabrik Hollywood. Im Doppelinterview mit Steiner werden die Hintergründe und Produktionsbedingungen erfolgreicher internationaler Entertainment-Formate diskutiert.

Helden des Sports auf dem Boulevard

Roman Grill, Spielerberater von Nationalmannschafts-Kapitän Philipp Lahm und Piotr Trochowski, zeigt auf, nach welchen Kriterien sich Topspieler auf den Boulevard wagen. Wie viel Nähe gestatten die Spieler Medien und Fans? Wie verändert sich das Verhältnis zu den Medien im Verlauf einer Karriere? Und: Wann ist der Deal zwischen prominentem Spieler und Boulevard optimal?

Diez und Hügel: Boulevardisierung als Sieg der Trivialkultur?

Unterhaltsame wie kritische Bewertungen des Boulevard erwartet Projektleiter Rademacher von Georg Diez, Autor des Süddeutschen Magazins, und von Deutschlands renommiertem Populärkulturforscher Prof. Dr. Hans-Otto Hügel, Universität Hildesheim. Gibt es noch Unterschiede zwischen ernster und leichter Unterhaltung? Wo ist die Grenze? Verschwimmt alles im Boulevard? „Das wollen wir klären. Denn Boulevard ist nicht nur ein Geschäft, sondern auch ein gesellschaftlicher Indikator: Er verrät uns einiges über den Zustand unserer Gesellschaft“, so Rademacher. Doch wie sieht der Boulevard sich selbst? Das



Mit Spielerberater Roman Grill, ...



...Georg Diez, Autor beim SZ Magazin...

PRESSEMITTEILUNG

wollen die Veranstalter mit Boulevard-Ikone Michael Graeter, Society-Kolumnist der Abendzeitung, klären.

Welches Spannungsfeld sich zwischen klassischem Nachrichtenjournalismus, Kulturberichterstattung und Entertainment auftut, diskutieren abschließend unter der Moderation von Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur von sueddeutsche.de, SZ-Autor Georg Diez, Andrea Kister, Leiterin Hörfunk-Nachrichten beim Bayerischen Rundfunk, Hans-Otto Hügel und Dr. Constantin Birnstiel, Pressechef der Siemens AG.

11 Studentinnen auf dem Boulevard

Die Tagung „Boulevard – jein danke!“ entstand als studentisches Projekt im Studiengang Medienmanagement an der MHMK unter Anleitung der Dozenten Prof. Dr. Lars Rademacher und Nadine Remus M.A. Das elfköpfige Frauenteam aus der Studienrichtung PR und Kommunikationsmanagement hat sich ein Semester lang mit dem Phänomen auseinander gesetzt und diese Tagung geplant. „Wir haben eine neue Definition für Boulevard gesucht und unterstellen dabei qualitative Unterschiede zwischen Boulevardprodukten. Ob das haltbar ist, wollen wir mit den eingeladenen Experten klären“, erläutert Mitveranstalterin Nadine Remus.

Informationen und Anmeldung unter www.boulevard-jeindanke.de. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.



Das Tagungs-Team: PR-Studentinnen mit Dozentin Nadine Remus (rechts).

Über die MHMK

Die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (**MHMK**) ist Deutschlands führende private Hochschule für Medien und Kommunikation. Mit etwa 1.500 Studierenden und über 50 Professoren ist sie an fünf Standorten in den deutschen Medienstädten München, Stuttgart, Köln, Hamburg und Berlin vertreten. Als entscheidendes Plus bildet die MHMK die Studierenden nicht nur fachlich und methodisch aus, sondern fördert sie individuell in ihrer persönlichen Entwicklung. Die Bachelor- und Masterstudiengänge decken das gesamte Spektrum der Konzeption, Gestaltung, Produktion und das Management von Medien ab. In den vier Bachelor-Studiengängen Digitale Medienproduktion, Film und Fernsehen, Journalistik und Medienmanagement können die Studierenden jeweils aus einem breiten Spektrum an Vertiefungsrichtungen wählen. Die Master School folgt in den englischsprachigen Studiengängen Media and Design sowie Media and Communication Management didaktisch dem angloamerikanischen Bildungsprinzip und bietet den direkten Einstieg in eine internationale Karriere. Alle Studiengänge sind durch die Akkreditierungsagenturen FIBAA bzw. Acquin zertifiziert. Im Bachelor und im Masterprogramm ist das Studieren auch berufsbegleitend möglich. www.mhmk.de.

Medienkontakt // Nadine Remus // n.remus@macromedia.de // 089.544 151-857

2/2



... und mit
Moderator Steven
Gätjen.