

Inhalt

Vorwort	7
<i>Von C. Bernd Sucher</i>	
Hyper, Hyper	10
Wie er entsteht, wem er nützt, was er bewirkt: Der Hype als Kommunikation und kapitalistische Kulturtechnik <i>Von Georg Seeßlen</i>	
TONI ERDMANN: Inhaltsangabe	18
»Die lustigste deutsche Komödie, die Sie jemals sehen werden«	19
Eine Selbsterregung <i>Von Sofia Glasl</i>	
Wer entscheidet über Filmpreise?	27
Eine Übersicht <i>Von Sofia Glasl</i>	
»Fünf Tage in Cannes wischen nicht alles weg, was ich bin«	30
Ausschnitte aus Interviews mit Maren Ade und Peter Simonischek	
»Eine kollektive Erfahrung, die man als Journalist sonst nicht hat«	41
Interview mit Tobias Kniebe über Pressereaktionen in Cannes	

»Wenn ich das wüsste, würde ich nur solche Filme machen«	50
Sind Hypes erklärbar, und was taugt der Begriff? Interview mit dem Produzenten Michael Weber	
Im nächsten Leben werd' ich ein Heimatfilm	58
TONI ERDMANN und der Zeitgeist <i>Von Philipp Bovermann</i>	
Der alte Mann und der innere Schweinehund	77
Travestie als Möglichkeitsraum <i>Von Maximilian Sippenauer</i>	
Die Müllermaschine	105
Der Unterschied zwischen Hype und Boom <i>Von C. Bernd Sucher</i>	
Über die Autorinnen und Autoren	111
Index	113

Inhaltsverzeichnis aus: C. Bernd Sucher (Hg.): **Was ist ein Hype?**
ISBN 978-3-86505-253-7 / © 2017 Bertz + Fischer Verlag / www.bertz-fischer.de