

## Pressemitteilung

Heidelberg, 14. Mai 2009

Medienwerkstatt 14 – „überPeople“

### **Glamour, Desaster, Emotionen - Der Boulevardjournalismus**

**Der Boulevard ist inzwischen überall, ist schon lange mehr als "Bild", "Bunte" und „Brisant“. Nicht nur bei den klassischen Boulevard-Medien, die über die Tragödien der Namenlosen, über das Herzensleid der Prominenten, über Glamour und Desaster berichten, sind Personalisierung, Emotionalisierung und die maximale Annäherung ans Leserinteresse gefragt. Kaum ein Medium kommt heute mehr ohne solche Strategien aus, und jeder, der den Journalismus zum Beruf machen will, muss wissen, wie das geht: Boulevard machen.**

Der Journalist Udo Röbel, Ex-Bild-Chefredakteur, Träger des Wächterpreises der deutschen Tagespresse und bekannt aus dem Gladbecker Geiseldrama, führt anhand praktischer Beispiele am 6. und 7. Juni in die Welt des Boulevardjournalismus ein. „Wir entwickeln eine Boulevardgeschichte“ heißt der Auftrag an die Seminarteilnehmer, die auf diese Weise lernen sollen, was den Boulevardjournalismus ausmacht – und was man von ihm lernen kann. Welches Thema, das gerade zufällig in den Zeitungen steht, eignet sich? Wie packt man es an? Wie recherchiert man es? Auf was muss man beim Schreiben achten? Wie macht man unwiderstehliche Überschriften?

Gleichzeitig zeigt der Musikmanager Florian Brauch aus Münster und Dozent an der Mannheimer Pop-Akademie, wie Personality- und Kultur-PR funktioniert. Die Werkstatt-Teilnehmer des PR-Strangs lernen den deutschen Musikmarkt kennen und entwickeln Strategien, wie man eine Musik-Band erfolgreich in der Öffentlichkeit platziert und präsentiert.

Einführen ins Seminar wird Alfons Kaiser von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der als Ressortleiter für "Deutschland und die Welt" bei einer Qualitätszeitung Boulevard macht. Am Sonntag (7. Juni, 14 – 16 Uhr) schließt der „Sofa-Talk“ die Werkstatt mit Beate Wedekind, ehemalige Chefredakteurin von "Elle", "Bunte" und "Gala" ab. Wedekind

steht Christian Altmeier von der Rhein-Neckar-Zeitung Rede und Antwort über ihren Beruf und ihre Karriere. Die Fragen an sie: „In welchem Umfang sind unsere Medien boulevardisiert? Welche Auswirkungen hat das? Wie privat ist auf diesem Hintergrund Privates überhaupt noch? Wie wichtig ist die Emotion? Wie funktionieren Kampagnen? Wo sind die Gefahren und Grenzen des Boulevards?“

Die Medienwerkstatt findet im Institut für Deutsch als Fremdsprachenphilologie (SDF) in der Plöck 55, 69117 Heidelberg, statt. Die Teilnahme an der Medienwerkstatt kostet 30 Euro. Anmeldung und weitere Infos unter [www.doppelkeks-ev.de](http://www.doppelkeks-ev.de)

(Zeichen mit Leerzeichen: 2550)

### **Der Verein „doppelkeks e.V.“ an der Universität Heidelberg**

*Der Heidelberger Verein "doppelkeks e.V." zur Förderung des journalistischen Nachwuchses an der Universität Heidelberg wurde im September 2002 von ehemaligen Redakteuren der Heidelberger Studentenzeitung "ruprecht" gegründet. Einmal pro Semester veranstaltet der Verein ein Wochenendseminar, bei dem – jeweils unter einem anderen Thema - praktische Übungen zur Arbeit in den Medien im Mittelpunkt stehen.*

#### **Weitere Auskünfte:**

doppelkeks e.V.  
[www.dopplekeks-ev.de](http://www.dopplekeks-ev.de)  
c/o XENERIS MEDIA  
Christoph Ecken

Telefon 06221/ 895 30 83  
Telefax 06221/ 895 30 89  
E-Mail [info@doppelkeks-ev.de](mailto:info@doppelkeks-ev.de)  
Alte Bergheimer Str. 9  
69115 Heidelberg