

Presseeinladung | 8. Juni 2012

Dritte Ringvorlesung „Journalism Relations“ zu „Crosspromotion“ und ob Sender für sich selbst werben sollten – am 12. Juni 2012

Am kommenden Dienstag, 12. Juni 2012, setzen die Professoren Dr. Lars Rademacher und Dr. Hektor Haarkötter die MHMK-Ringvorlesung „Journalism Relations – Neue Spannungsfelder für Journalismus und PR“ am Campus München fort. Die dritte Folge der Ringvorlesung dreht sich um das Thema „Crosspromotion: Wenn Sender für sich selbst werben“ Diskutieren werden Andreas Egger vom Bayerischen Rundfunk und SPIEGEL-Redakteurin Silke Burmester.

München (8.6.2012) – Crosspromotion ist mittlerweile in allen Mediengattungen anzutreffen und zählt zu den zentralen Marketingstrategien großer Medienunternehmen. Verschiedene TV-Sender unter demselben Konzerndach bewerben sich beispielsweise gegenseitig in Trailern, frei nach dem Motto: „What happens in the family, stays in the family“. In einem Mediensystem, in dem die drei größten deutschen Rundfunkanstalten einen Marktanteil von circa 90 Prozent besitzen, wachsen die Bedenken hinsichtlich der Medienkonzentration, und Forderungen nach mehr Regulierung werden zunehmend lauter. Gefährdet Crosspromotion den Wettbewerb? Herrscht die Diktatur der Medienkonglomerate? Ist die verfassungsrechtlich gebotene Meinungsvielfalt bedroht? Gehört Crosspromotion begrenzt oder gar verboten? Die MHMK München lädt ein zu einer Diskussion mit Andreas Egger vom Bayerischen Rundfunk und SPIEGEL-Redakteurin Silke Burmester. Diskutieren Sie das Thema „Crosspromotion“ und weitere spannende Fragen mit den anwesenden Experten:

Wann: **12. Juni 2012, 18:30 Uhr**

Wo: MHMK-Campus München, Gollierstr. 4, 80339 München

Wer: **Silke Burmester**, SPIEGEL-Redakteurin,
Andreas Egger, Bayerischer Rundfunk.

Die Veranstaltung ist die dritte Folge der **MHMK-Ringvorlesung „Journalism Relations – Neue Spannungsfelder für Journalismus und PR“**: Die digitale Revolution hat das Gleichgewicht von Journalismus und PR empfindlich gestört, die Grenzen verschwimmen. Gleichzeitig sind neue Formen von PR, aber auch von Journalismus aufgekommen. Mischformen an der Grenze zur Werbung lassen sich nur schwer kategorisieren. Zugleich stellen sich alte Probleme im neuen Gewand. Die Ringvorlesung der Fächer Journalistik & PR und Kommunikationsmanagement der MHMK greift aktuelle Tendenzen auf und versucht eine Neubestimmung des Verhältnisses von Journalismus und PR. Das Konzept der Professoren Dr. Hektor Haarkötter und Dr. Lars Rademacher will eine Diskussion zwischen Praktikern und Wissenschaftlern eröffnen.

Weitere Termine

der Ringvorlesung „Journalism Relations

20. Juni 2012, 18:30 Uhr

PR für einen guten Zweck: Heiligt der Zweck die Mittel?

Gäste/Referenten: Caspar von Hauenschild von Transparency International
und Prof. Dr. Rüdiger Funiok von der Hochschule für Philosophie München

26. Juni 2012, 18:00 Uhr (verschoben vom 5. auf den 26. Juni 2012)

Der entfesselte Skandal: Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter

Gäste/Referenten: Bernhard Pörksen, Professor für Medienwissenschaft an der Universität
Tübingen, inklusive Buchvorstellung „Der entfesselte Skandal – Das Ende der Kontrolle im
digitalen Zeitalter“

2. Juli 2012, 18:30 Uhr

Prominent berichtet: Prominente als Gegenstand der Berichterstattung

Gäste/Referenten: Kabarettist Willy Astor
und AZ-Kolumnist Michael Graeter (angefragt)

Weitere Info unter www.mhmk.de/journalismrelations

Über die MHMK

Die MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, ist die größte private Medienhochschule in Deutschland und lehrt nach dem Dreiklang „Medien verstehen, Medien gestalten und Medien managen“. Mit mehr als 1.900 Studierenden und rund 80 Professoren an fünf Standorten in München, Stuttgart, Köln, Hamburg und Berlin verfügt sie über ein bundesweites Netzwerk mit Institutionen und Unternehmen der Medien- und Designbranche sowie über internationale Kontakte und Kooperationspartner. In den vier Bachelorstudiengängen Film und Fernsehen, Journalistik, Medien- und Kommunikationsdesign sowie Medienmanagement wählen die Studierenden aus einem breiten Spektrum an Studienrichtungen. Ergänzend wird der in Deutschland bisher einzige englischsprachige Bachelor Media and Communication Management angeboten. Die Medienmanager und Medien- und Kommunikationsdesigner absolvieren sechs Semester an einem Campus in Deutschland und ein integriertes Auslandssemester an einer der Partnerhochschulen der Fünf-Kontinente-Plattform. Die Master School der MHMK ist komplett englischsprachig und bietet mit den Studiengängen Media and Design sowie Media and Communication Management die Grundlage für eine internationale Karriere. Im Masterprogramm ist das Studieren auch berufsbegleitend möglich. Alle Studiengänge sind durch die Agentur FIBAA akkreditiert, 2011 erhielt die MHMK zudem die institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat. Die Absolventen der MHMK arbeiten als Nachwuchs- und Fachkräfte bei führenden Agenturen, Medienunternehmen und Firmen, u.a. bei ARD (WDR/SWR), Adidas, Axel Springer, Audi, Burda, BMW, Deutsche Telekom, Edelman, Gruner + Jahr, RTL, Siemens, SKY, Vok Dams und Warner Music. Mehr unter www.mhmk.de

Medienkontakt

Sarah Ines Struck
s.struck@mhmk.org
089.544151-783