

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

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