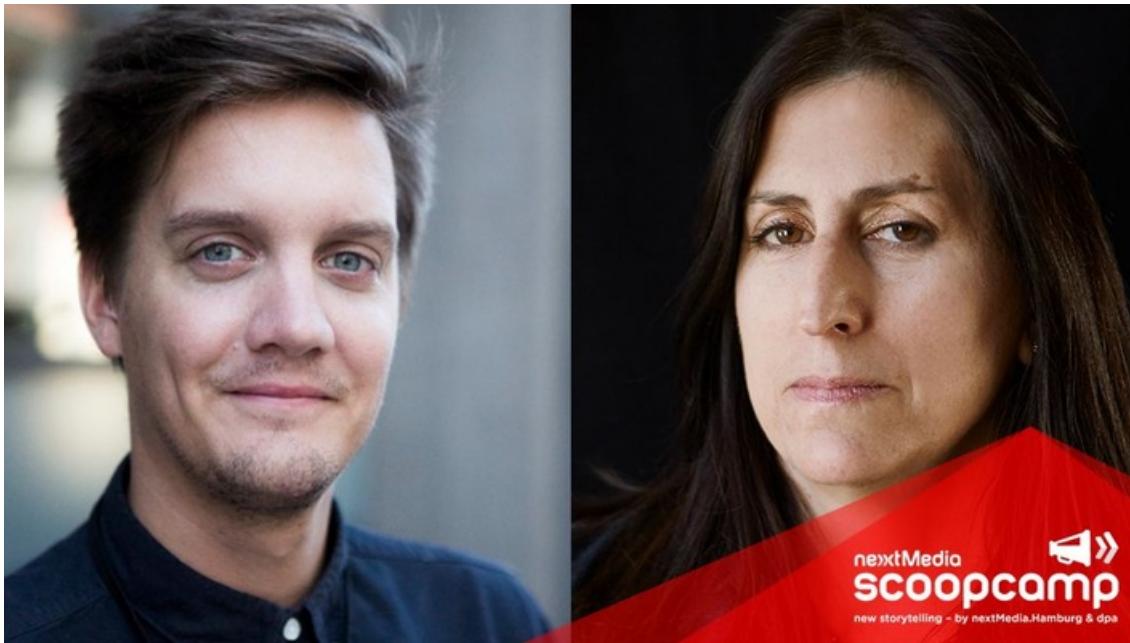


30.05.2018 - 10:01 Uhr

scoopcamp 2018: "Virtual Reality-Patin" Nonny de la Peña zu Gast in Hamburg

Hamburg (ots) -

Zum zehnjährigen Jubiläum der Innovationskonferenz für Medien zeigen nextMedia.Hamburg und die Deutsche Presse-Agentur (dpa) aktuelle Trends, die den Journalismus bewegen. Mit Nonny de la Peña (Emblematic Group), weithin bekannt als "die Patin der Virtual Reality", und Marius Thorkildsen (Schibsted), Experte für Conversion, ergänzen zwei internationale Schwergewichte der Szene das hochkarätige Programm um den diesjährigen scoop Award-Träger Jochen Wegner (ZEIT Online).

Das scoopcamp steht für Medieninnovationen und Trends, die den Journalismus beeinflussen, weiterentwickeln und vorantreiben. Seit nunmehr zehn Jahren versammeln sich auf Einladung von nextMedia.Hamburg und der Deutschen Presse-Agentur (dpa) Journalisten, Innovatoren und Digital-Experten in Hamburg, um über aktuelle Trends der Szene zu diskutieren. Zum Jubiläum erwartet die Gäste in diesem Jahr ein besonders hochkarätiges Speaker-Lineup: Neben Jochen Wegner (ZEIT Online), der in diesem Jahr mit dem begehrten scoop Award ausgezeichnet wird, werden unter anderem internationale Keynotes von Nonny de la Peña (Emblematic Group) und Marius Thorkildsen (Schibsted) das Programm bereichern.

Als "Virtual Reality-Patin" erlangte Nonny de la Peña internationale Bekanntheit. Die US-Amerikanerin gehört zu den einflussreichsten Pionieren auf dem Gebiet AR/VR und gilt als Erfinderin einer neuen Generation des Journalismus, die den Konsumenten inmitten der Story platziert und ihn News aktiv erleben lässt. "Immersive Journalism" nennt de la Peña diese neue Generation der Medienwelt, ein Journalismus zum Eintauchen, der wahre Geschichten erlebbar macht. "Was Augmented und Virtual Reality für journalistische Zwecke so bedeutend und wirkungsvoll macht, ist die räumliche und verkörperte Erfahrung, die es vermittelt", sagt Nonny de la Peña. "Wenn man die Bombenexplosion in Aleppo wirklich spürt, ist man zutiefst erschüttert. Eine fundierte Nutzerforschung hat herausgefunden, dass Menschen, die in unserer Reportage "Greenland Melting" das Gletscherschmelzen im Zeitraffer erlebt haben, danach ein sehr viel stärkeres und nachhaltigeres Verständnis von der Schwere und Dringlichkeit der Situation hatten."

Bei der Innovationskonferenz für Medien wird de la Peña in ihrer Keynote zum Thema "Power of Human Storytelling in Virtual and Augmented Reality" über die Bedeutung von Augmented und Virtual Reality für die Journalismus-Szene sprechen. Die Journalistin, die unter anderem für die U.S. Magazine Newsweek und Science Times tätig war und das neue Gebiet des Immersive Journalism als Wissenschaftlerin an der USC Annenberg School of Journalism erforschte, gründete in 2007 ihr Unternehmen Emblematic und avancierte zu einer der weltweit bedeutendsten Produzentinnen von Augmented, Virtual und Mixed Reality. Seither produzieren de la Peña und ihr Team preisgekrönte VR-Reportagen, um Nachrichten erlebbar und damit auch emotionaler zu

gestalten.

Ein weiteres Highlight des scoopcamp 2018 ist die Keynote von Marius Thorkildsen, Digital Engagement Manager bei Schibsted. Der aus Norwegen heraus weltweit agierende Medienkonzern beeinflusst die Szene durch das Erschließen neuer und Interagieren bestehender Lesergruppen über passgenaue Story-Formate sowie durch eine neuartige Leser-Umsatzstrategie. So zeigt Schibsted, dass Content-Marketing und Journalismus durchaus voneinander profitieren können. "Die Frage, wie im Netz aus Usern zahlende Kunden werden, entscheidet über die Zukunft der Medien", erläutert Meinolf Ellers, Chief Digital Officer der Deutschen Presse-Agentur (dpa) und Mitinitiator des scoopcamp. "Schibsted beweist, dass es möglich ist, Menschen mit einem klaren Zielgruppen-Fokus, maßgeschneiderten Inhalten und erstklassiger Technologie in großer Zahl zu digitalen Abonnenten zu machen."

Marius Thorkildsen ist spezialisiert auf strategisches Marketing und digitale Kommunikation. In seiner Keynote zum Thema "Converting Casual Readers into Engaged Subscribers" spricht er über die Bedeutung von Conversion und damit auch über die Transformation des Journalismus. "Medienunternehmen müssen endlich umdenken und sich auch im digitalen Bereich mit User-generierten Umsatzmodellen beschäftigen", so Thorkildsen.

Mit Jochen Wegner (ZEIT Online) als scoop Award-Träger und Nonny de la Peña und Marius Thorkildsen als internationale Impulsgeber wird das Jubiläums-scoopcamp mit einem außergewöhnlich starken Speaker-Lineup gefeiert.

Spannende Einblicke in das Beste aus zehn Jahren scoopcamp gibt es im aktuellen Trailer:
<https://www.youtube.com/watch?v=r7R-Ld6R0r0>

Vergünstigte Early Bird-Tickets (<https://www.scoopcamp.de/tickets/>) gibt es nur noch bis einschließlich 31. Mai 2018.

Über das scoopcamp

Das scoopcamp ist die Innovationskonferenz für Onlinemedien. Seit 2009 lädt Hamburg@work - und seit 2014 nextMedia.Hamburg - jährlich zusammen mit der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH mehr als 250 Experten, Entscheider und Innovatoren der IT- und Medienbranche zur Diskussion über Trends und aktuelle Themen an der Schnittstelle zwischen Redaktion, Programmierung und Produktentwicklung ein. Im Fokus stehen Themen wie "Data Journalism", "Social Media" und "New Storytelling" in digitalen Medien. www.scoopcamp.de

Über nextMedia.Hamburg

nextMedia.Hamburg ist die Hamburger Initiative für die Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird getragen von der Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, der Hamburg Kreativ Gesellschaft, dem Verein Hamburg@work sowie engagierten Unternehmen und Persönlichkeiten. Ziel der Initiative ist es, die Spitzenposition der Medienmetropole Hamburg zu sichern und die Rahmenbedingungen für die hiesigen Unternehmen zu verbessern. Die Initiative ist der Ansprechpartner zu allen Fragen der digitalen Wirtschaft für Unternehmen, Institutionen und die Öffentlichkeit in Hamburg. Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche. Weitere Informationen unter www.nextmedia-hamburg.de

Über dpa

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) wurde 1949 gegründet und gehört zu den weltweit führenden unabhängigen Nachrichtenagenturen. dpa beliefert Medien, Unternehmen und Organisationen mit redaktionellen Angeboten. Dazu zählen Texte, Fotos, Videos, Grafiken, Hörfunkbeiträge und andere Formate. Als international tätige Agentur berichtet dpa in den vier Sprachen Deutsch, Englisch, Spanisch und Arabisch. Rund 1000 Journalisten arbeiten von mehr als 160 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind 180 deutsche Medienunternehmen. Die dpa-Redaktion arbeitet nach den im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen: unabhängig von Weltanschauungen, Wirtschaftsunternehmen oder Regierungen. Die Zentralredaktion unter der Leitung von Chefredakteur Sven Gösmann befindet sich in Berlin. Die Geschäftsführung um ihren Vorsitzenden Peter Kropsch ist am Unternehmenssitz in Hamburg tätig. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist David Brandstätter (Main-Post GmbH, Würzburg).

Internet: www.dpa.com (deutsch, englisch, spanisch, arabisch)

Social Web: www.dpa.com/de/social-media

Kontakt:

Kristin Splieth
FAKTOR 3 AG
nextMedia.Hamburg
+49 40-679446 6144
k.splieth@faktor3.de

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Jens Petersen
Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Medieninhalte



scoopcamp 2018: "Virtual Reality-Patin" Nonny de la Peña (r.) und Marius Thorkildsen (Schibsted) sind zum zehnjährigen Jubiläum der Innovationskonferenz für Medien zu Gast in Hamburg / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH/scoopcamp/dpa"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100816204> abgerufen werden.