

13.09.2018 - 10:00 Uhr

## Digitale Trends für die Zukunft der Medien - scoopcamp 2018 mit vier internationalen Keynotes



Hamburg (ots) -

Der Druck auf Redaktionen ist weltweit groß wie nie. Neue digitale Trends und eine tiefe Vertrauenskrise, ausgelöst durch gezielte Falschinformationen unterschiedlicher Interessengruppen und Fake-News-Vorwürfe, beeinflussen die Medienwelt. Kreativität und frische Ideen sind gefragt, um trotz zunehmend schwerer Rahmenbedingungen Freiräume zu schaffen und den Weg für den Journalismus der Zukunft zu ebnen. Das scoopcamp 2018 - die Innovationskonferenz für Medien - stellt vier internationale Keynote-Speaker vor, die als Pioniere eigene Wege gehen und beispielhaft für eine neue Generation von Medienmachern stehen. Am 27. September laden nextMedia.Hamburg und dpa Deutsche Presse-Agentur zum Mitdenken ein. Letzte Tickets gibt es hier: <https://www.scoopcamp.de/tickets/>

Wer bringt das Vertrauen in die Medien zurück?

In Zeiten von Digitalplattformen, über die sich jeder Internetnutzer artikulieren kann, wird es für den Qualitätsjournalismus immer schwieriger, wahrgenommen zu werden. In der Konsequenz schwindet das Vertrauen in die Medien und Fake News-Vorwürfe werden laut. Wie man den Journalismus unterstützen und das Vertrauen in die Medien zurückbringen kann, berichtet Sally Lehrman, Gründerin von The Trust Project, in ihrer Keynote zum Thema "Crisis in Trust: How newsrooms around the globe came together to solve one of journalism's most pressing problems". Lehrman ist überzeugt: Leser brauchen Indikatoren für Vertrauen in journalistische Texte, um diese von Falschmeldungen oder subjektiv verzerrten Texten unterscheiden zu können. Hierfür müssen Medien und Verlagshäuser Transparenzstandards definieren, durch die Leser einfach erkennen können, ob es sich bei den ausgewählten Inhalten um vertrauenswürdige Artikel handelt. Neben Google, Facebook und Twitter kollaborieren renommierte Verlage wie die Washington Post, ZEIT ONLINE und die Deutsche Presse-Agentur dpa, um Standards für vertrauenswürdigen Journalismus zu setzen.

Conversion: Wie werden passive Leser zu zahlenden Kunden?

Zeitungs-Abonnements waren lange der bequemste Weg, um an aktuelle Nachrichten zu gelangen. Mit der Digitalisierung haben sich jedoch viele Leser daran gewöhnt, Inhalte aus dem Netz kostenlos zu konsumieren, wodurch Verlage in puncto Monetarisierung vor bislang ungeahnten Herausforderungen stehen. Die Lösung liegt auf der Hand: Bislang passive Leser sollen selbst bestimmen, welche Inhalte ihnen bares Geld wert sind, denn an bezahlte Inhalte richten sie höhere Ansprüche als an kostenlose. Marius Thorkildsen vom norwegischen Medienkonzern Schibsted setzt auf ein nutzerzentriertes Umsatzmodell. Wenn der Leser selbst entscheidet,

welche Inhalte ihm wichtig genug sind, um dafür zu zahlen, spricht man von einer Conversion vom Leser zum Kunden. Wichtig dabei: Medienunternehmen müssen den eigenen Inhalten vertrauen und hinter ihnen stehen - nur dann könne man laut Thorkildsen hohe Conversion-Raten erreichen. Wie genau der Skandinavier ein Rekord-Hoch an digitalen Abonnements erreicht, verrät er beim scoopcamp 2018.

Mit VR-Journalismus intensiver erleben

Journalismus hat in erster Linie ein Ziel: Leser anzusprechen und Emotionen zu wecken. Durch textliche Berichterstattung beim Leser Neugierde zu einem bestimmten Thema zu wecken, beschäftigt Journalisten rund um den Globus. Mit Virtual bzw. Augmented Reality stehen seit einigen Jahren völlig neue Technologien zur Verfügung, die nicht zuletzt auch den Medien ganz neue Welten eröffnen. Diese Verbindung von Medien mit modernster Technik macht sich Keynote-Sprecherin Nonny de la Peña, Gründerin der Emblematic Group, zu Nutzen. Ihr Ziel: Leser sollen nicht passiv konsumieren, sondern Teil der Nachrichten werden, diese bewusst und aktiv erleben. Immersive Journalism heißt diese neue Art der Nachrichten, die den Konsumenten mitten ins Geschehen bringt. De la Peña hält einen Vortrag zum Thema "Power of Human Storytelling in Virtual and Augmented Reality".

Was sollen wir tun? Journalismus für das 21. Jahrhundert

Printmedien weichen digitalen Inhalten, KI-basierter Journalismus ersetzt Redakteure und "Fake News" bedrohen Qualitätsjournalismus. Eines ist klar: Der Journalismus steckt in einer Krise. Was müssen Verlagshäuser, Medien und Journalisten tun, um den Journalismus zu retten und das Vertrauen der Leser zurückzugewinnen? Wie muss sich die Branche anpassen, um den neuen technischen und gesellschaftlichen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts gerecht zu werden? Diese Fragen stellt sich auch Jochen Wegner, Chefredakteur von ZEIT ONLINE. Für sein Engagement für den modernen Journalismus wird Wegner in diesem Jahr mit dem scoop Award 2018 ausgezeichnet. Er hält die Eröffnungs-Keynote beim diesjährigen scoopcamp zum Thema "Was sollen wir tun? Journalismus für das 21. Jahrhundert".

Hochkarätig besetztes Abschlusspanel

Nach den internationalen Keynotes und interaktiven Workshops (<https://www.scoopcamp.de/agenda/>) werden die Erkenntnisse des Tages abschließend in einer hochkarätig besetzten Runde diskutiert: Roland Freund, Stellvertreter des Chefredakteurs und Produkt- und Innovationsmanager der Deutschen Presse-Agentur dpa, nimmt dabei unter anderem neben Joachim Dreykluft, Leiter Digitale Produkte und Dienstleistungen für NOZ und MHN, auf der Bühne Platz. Gemeinsam werden die Experten über die Herausforderungen sprechen, vor denen die freien Medien und unabhängiger Journalismus weltweit stehen. Und es geht um die Chancen, die digitale Innovationen und Zukunftsjournalismus in diesen Zeiten bieten. Moderiert wird die Runde von heute-plus-Moderator Daniel Bröckerhoff.

Wer sich die Innovationskonferenz für Medien nicht entgehen lassen will, kann sich noch Tickets sichern: [www.scoopcamp.de/tickets](http://www.scoopcamp.de/tickets). Für Volontäre und Studenten gibt es übrigens Rabatte.

Das scoopcamp wird von nextMedia.Hamburg (<http://www.nextmedia-hamburg.de/>), der Standortinitiative der Medien- und Digitalwirtschaft, und der Nachrichtenagentur dpa veranstaltet. Google News Initiative, die mh: digital GmbH, XING, Jimdo und omnia360 unterstützen das scoopcamp 2018 als Kooperationspartner.

Über das scoopcamp

Das scoopcamp ist die Innovationskonferenz für Medien. 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](http://www.scoopcamp.de)

Über nextMedia.Hamburg

nextMedia.Hamburg ist die Hamburger Initiative für die Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird getragen von der 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](http://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](http://www.dpa.com) (deutsch, englisch, spanisch, arabisch); Social Web: [www.dpa.com/de/social-media](http://www.dpa.com/de/social-media)

### Kontakt:

Kristin Splieth  
FAKTOR 3 AG  
nextMedia.Hamburg  
+49 40-679446 6144  
[k.splieth@faktor3.de](mailto:k.splieth@faktor3.de)

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

### Medieninhalte



*Digitale Trends für die Zukunft der Medien - scoopcamp 2018 mit vier internationalen Keynotes. Keynote-Speaker beim scoopcamp 2017 zum Thema Fake News: Vasily Gatov (USC Annenberg Center on Communication Leadership & Policy) Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/8218](http://www.presseportal.de/nr/8218) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH/scoopcamp/dpa"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100819777> abgerufen werden.