

28.09.2018 - 16:23 Uhr

scoopcamp 2018: Digitale Trends, Leserzufriedenheit und Vertrauen



Hamburg (ots) -

- Querverweis: Video ist abrufbar unter:
<http://www.presseportal.de/nr/8218> -

Bei der Innovationskonferenz für Medien wurde über aktuelle Herausforderungen und Chancen des Journalismus gesprochen und über die Bedeutung von Leserzufriedenheit und Vertrauen in die Medien diskutiert.

Neue technologische Trends, wachsendes Misstrauen der Leser und die voranschreitende Digitalisierung stellen die Medienszene vor immer neue Herausforderungen. So wurde das Theater Kehrwieder in der Speicherstadt gestern bereits zum zehnten Mal zum Hotspot für Journalisten, Entscheider und Innovatoren der Medienbranche: Um die 250 Medienmacher waren zum scoopcamp 2018 zusammengekommen, um gemeinsam in Vorträgen, Talkrunden und Workshops über die aktuellen Herausforderungen und die Innovationen der Medienlandschaft zu diskutieren. Keynote-Speaker waren die Vordenker Marius Thorkildsen (Digital Engagement Manager, Schibsted), Nonny de la Peña (CEO und Founder, Emblematic Group), Sally Lehrman (Director und Founder, The Trust Project) und Jochen Wegner (Chefredakteur, ZEIT ONLINE), der im Zuge der Konferenz für sein journalistisches Schaffen mit den scoop Award 2018 ausgezeichnet wurde.

Der Fokus der diesjährigen Innovationskonferenz für Medien galt dem Leser und der Frage, welche Inhalte und Formate auch zukünftig zur Leserzufriedenheit beitragen. Scoop Award-Preisträger Jochen Wegner machte deutlich, dass das Verstehen der Nutzer eine der entscheidenden Herausforderungen der Medienarbeit bleibe, die Erhebung und Auswertung der dafür notwendigen Daten jedoch schwierig sei. Hierfür gab Wegner einen Blick hinter die Kulissen von ZEIT ONLINE, zeigte die unkonventionelle Arbeitsweise der Berliner Redaktion auf und verriet, dass viele Erfolgsprodukte von ZEIT ONLINE durch den Mut zum Experimentieren und Ausprobieren entstanden seien. Ebenso skizzierte er in seinem Vortrag die Zukunft des Journalismus und stellte die These auf, dass sich Medienhäuser als guter Gastgeber für Dialoge beweisen und etablieren müssten, ähnlich wie beim Erfolgsformat "Deutschland spricht".

Die gleiche Ansicht teilte Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, der die Laudatio auf Jochen Wegner hielt. In seiner Rede hob der ehemalige Journalist die Bedeutung des

Journalismus für das gesellschaftliche Zusammenleben hervor: "Als Gesprächs- oder Diskursanwälte sind Journalisten Vermittler und Teilnehmer des Diskurses. Sie übernehmen so auch gesellschaftliche Verantwortung, ohne sich in der Sache mit einem Anliegen gemeinsam zu machen. Wir müssen uns dringend darum kümmern, wie wir auch zukünftig das gesellschaftliche Gespräch organisieren wollen." Dr. Carsten Brosda weiter: "Ein nachgerade idealtypischer Versuch dieser Verantwortung gerecht zu werden, ist das Format "Deutschland spricht". Hier brachte der diesjährige Preisträger Jochen Wegner, ztausende Menschen ganz unterschiedlicher Meinung miteinander ins Gespräch - jenseits der Echokammern und der Filterblasen, über die wir uns so regelmäßig beklagen."

Marius Thorkildsen (Schibsted) legte im Anschluss seinen Fokus auf das Mediengeschäft und die Monetarisierungsmöglichkeiten des Journalismus. Der Norweger erklärte dem Fachpublikum in anschaulicher Art und Weise, wie aus Gelegenheitslesern engagierte Abonnenten werden und wie sich Inhalte monetarisieren lassen. Thorkildsen erklärte zudem die Gründe für die niedrige Zahlungsbereitschaft der Leser: So lägen die Ursachen hierfür in der Vielzahl von freiem Content im Netz, der überschaubaren Qualität der sichtbaren Inhalte und in der oftmals schlechten User Experience. Die Problemlösung starte dabei im Newsroom: Publisher müssten sich fragen, welche Inhalte sich ihre Leser wünschen und wie sie diese am besten monetarisieren können. Wer wirtschaftlich erfolgreich kommunizieren möchte, müsse an die Qualität seines Contents glauben.

Wer News-Konsumenten wirklich erreichen möchte, muss sie emotional erreichen. Diesen Standpunkt vertrat die US-amerikanische "VR-Patin" Nonny de la Peña in ihrer Keynote und führte beeindruckende Projekte aus der Welt der Virtual und Augmented Reality vor. Mit hochbrisanten und emotionalen Inhalten veranschaulichte sie die erzählerische Macht dieser neuen Technologien und machte Polizeigewalt, Terroranschläge und das Leben in Gefängniszellen für die Zuschauer erlebbar. Die Pionierin und Vertreterin des sogenannten Immersiven Journalismus zeigte, dass VR mehr als nur Entertainment kann. Viel mehr könne VR die Realität realistischer machen und sogar die Empathie von Menschen fördern.

Über die Vertrauenskrise des Journalismus sprach die international renommierte Journalistin Sally Lehrman. Sie stellte das von ihr gegründete "The Trust Project" vor, einen internationalen Zusammenschluss von weltweit mehr als 75 Nachrichtenorganisationen, der sich für glaubwürdigen Qualitätsjournalismus im Internet einsetzt. Lehrman führte an, dass Transparenz für glaubwürdige Nachrichten essentiell sei und den Schlüssel zu mehr Vertrauen der Leser darstelle. Die Beziehung zwischen Lesern und Journalisten könne vor allem durch mehr Gesprächsbereitschaft und Nahbarkeit der Redakteure verbessert werden.

In der Abschluss-Diskussion mit Roland Freund (Stellvertretender Chefredakteur, Deutsche Presse-Agentur dpa), Stefan Niggemeier (Medienjournalist), Pia Frey (Co-Founder & Head of Publishers, Opinary Deutschland), Joachim Dreykluft (Chefredakteur Online, shz.de und Leiter des HHLab von NOZ Medien und mh:n Medien), Thomas Schmidt-Broer (Principal Content & Publisher Partnerships, XING News) und Daniel Bröckerhoff (Moderator, ZDF heute plus) wurden schließlich die wichtigsten Fragen des Tages diskutiert: Denken die Medien zu kompliziert? Sind sie sich zu ähnlich? Und vor allem: Haben die Medien die richtigen Formate? "Wir merken, dass die klassische journalistische Qualität nicht dazu beitragen wird, die Bereitschaft für neue Geschäftsmodelle zu akzeptieren", sagte Joachim Dreykluft und stieß damit eine ehrliche Diskussion über journalistische Produkte der Zukunft an. Daniel Bröckerhoff ergänzte: "Wir brauchen mehr Formate und Inhalte, über die Redakteure der alten Schule sagen würden: 'Das nehme ich nicht ab!'" Roland Freund vertrat die Meinung, dass es künftig noch mehr darauf ankommen müsse, Inhalte zu schaffen, mit denen die Leser auch etwas anfangen können.

Spannende Einblicke vom scoopcamp 2018 gibt es in unserem Buzz Rank (<https://monitor.buzzrank.de/infographic/scoopcamp18>). Den Livestream der Veranstaltung gibt es auf YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=xQg99V2Sgow>). Fotos von der Veranstaltung finden sich hier zum Download: <http://ots.de/WhhxgT>

Wir freuen uns auf das scoopcamp im nächsten Jahr: Am 26. September 2019 in Hamburg. Vergünstigte Crazy Bird-Tickets stehen in Kürze zur Verfügung.

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

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

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: Digitale Trends, Leserzufriedenheit und Vertrauen. 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/Faktor 3"



scoopcamp 2018: Digitale Trends, Leserzufriedenheit und Vertrauen. Keynote-Speaker waren die Vordenker Nonny de la Peña (CEO und Founder, Emblematic Group), Marius Thorkildsen (Digital Engagement Manager, Schibsted), Jochen Wegner (Chefredakteur, ZEIT ONLINE) und Sally Lehrman (Director und Founder, The Trust Project) v.l.n.r. Moderiert wurde die Konferenz von Eva Schulz (m). 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/Faktor 3"



scoopcamp 2018: Digitale Trends, Leserzufriedenheit und Vertrauen. 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/Faktor 3"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100820455> abgerufen werden.