

16.09.2021 - 09:59 Uhr

Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!"



Hamburg (ots) -

Die Medien müssen sich besser auf die Bedürfnisse junger Zielgruppen einstellen, um Vertrauen in journalistische Berichterstattung zu gewinnen und das Interesse an Nachrichteninhalten zu steigern. Das ist eine zentrale Erkenntnis nach dem ersten Tag der diesjährigen Innovationskonferenz für Medien von nextMedia.Hamburg und der dpa. Beim 13. scoopcamp diskutieren Medienschaffende in Keynotes, Panels und Workshops zwei Tage lang über die Zukunft der Medienlandschaft.

Die Konferenz startete gestern mit einem Fachtag zum Thema "Nachrichtenkonsum und -kompetenz in der jungen Zielgruppe" moderiert von "Tagesschau"-Sprecher Constantin Schreiber. Über welche Formate, Kanäle und Inhalte lassen sich junge Menschen nachhaltig erreichen? Wie können Medienschaffende jüngere Menschen für Nachrichten begeistern? Und wie lässt sich das Verständnis der Generation Z von Journalismus verbessern? Um diese Fragen zu beantworten, waren neben Journalisten und Influencern auch Bildungsexperten vor Ort im Hamburger designxport.

Eröffnet wurde die Konferenz durch Dr. Carsten Brosda, Hamburgs Senator für Kultur und Medien, und Julia Becker, Aufsichtsratsvorsitzende der Funke Mediengruppe. "Nachrichtenkompetenz ist mehr als ein Schlagwort im Bildungsdiskurs. Sie ist gleichermaßen für die informierte Öffentlichkeit und die Medienbranche von fundamentaler Bedeutung. Denn wer den Wert seriöser Nachrichten nicht erkennen kann, wird auch nicht bereit sein, dafür zu bezahlen", so Brosda. Funke-Verlegerin Becker bezeichnete die Aufgabe, junge Menschen zu erreichen, als "die größte Herausforderung, die die Verlage in den kommenden Jahrzehnten beschäftigen wird" und sagte: "Wir müssen nachhaltig darüber nachdenken, wo unsere zukünftigen Zielgruppen unterwegs sind, und wir müssen sie dort ansprechen und nicht nur über sie sprechen."

"Why should they believe us?" lautete der provokante Titel der Keynote von Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger. "Jede Generation ist anders, aber die Generation Z scheint besonders anders zu sein", so der ehemalige "Guardian"-Chefredakteur. Aufgewachsen mit 9/11, Finanzkrise, Klimakrise und Coronakrise seien die "born digitals" von Unsicherheit geprägt und hätten nur wenig Vertrauen in die etablierten Institutionen. Die klassischen

Medien unterschätzen, wie sehr auch ihnen als Teil der herrschenden Eliten misstraut werde, warnte Rusbridger und forderte alle Medienschaffenden auf: "Try to get inside the mind of generation Z!"

Darum, wie das gelingen kann, ging es beim Panel: "Tagesschau statt Fortnite - Wie erreicht seriöser Journalismus das junge Publikum?" mit Isabell Beer (funk), Annelie Naumann (ZDF Magazin Royale), Achim Pollmeier (ARD-Magazin Monitor) und Prof. Dr. Steffen P. Walz (Game-Designer). Die Journalistin Beer plädierte dafür, die eigene Rolle neu zu denken. Durch mehr Nahbarkeit und direkte Einblicke in die eigene Arbeitsweise könnten Journalisten Vertrauen schaffen und nebenbei sogar die Medienkompetenz ihres Publikums verbessern. Kritik übte Beer an der langen Ausbildungszeit, die dafür sorgt, dass Journalistinnen und Journalisten zu Beginn ihrer Laufbahn eigentlich schon zu alt seien, um die jungen Zielgruppen zu verstehen. Ihre Empfehlung an die traditionellen Medien: "Holt junge Leute, die selbst schon im Netz erfolgreich sind, ins Team."

Um die Rolle von Influencern und deren Einfluss auf die Meinungsbildung vieler Jugendlicher ging es im Panel mit dem Titel "Frenemies der demokratischen Öffentlichkeit?". Der YouTuber und Journalist Mirko Drotschmann ("MrWissen2go", funk), die Autorin Nena Schink, der YouTuber und Filmkritiker Wolfgang M. Schmitt ("Filmanalyse") und der Chefredakteur Jochen Wegner (ZEIT ONLINE) diskutierten darüber, was Influencer und Journalisten voneinander trennt und was sie verbindet. Das Fazit: Eine klare Abgrenzung ist schwierig, die Schnittmengen werden eher größer und beide Gruppen können durchaus voneinander lernen. So könnten Journalistinnen und Journalisten, die eine größere Nähe zu jüngeren Zielgruppen aufbauen wollen, durchaus von den Erfahrungen der Influencer profitieren.

Aber "Was will die Generation Z?" denn nun wirklich? Darüber diskutierten Etienne Gardé, Host und Co-Founder (Rocket Beans TV), Hüdaverdi Güngör, Redaktionsleiter (Salon5, die Jugendredaktion von CORRECTIV), Jan Müller, Sector Lead Performance (Snap Inc.) und Lucie Pankonin (Projekt #UseTheNews) beim Abschlusspanel des ersten scoopcamp-Tages. Das Kernergebnis der Runde: Inhalte, die einen engen Bezug zur Lebenswirklichkeit junger Menschen haben, haben in der Aufmerksamkeitsökonomie die besten Chancen, diese auch wirklich zu erreichen.

Heute um 12.30 Uhr startet die Innovationskonferenz in ihren zweiten Tag. Das komplette Programm ist auf www.scoopcamp.de/#programm einsehbar. Über einen Livestream auf der Veranstaltungs-Website ist das scoopcamp auch digital kostenlos erlebbar.

Unterstützt wird das diesjährige scoopcamp von Civey, NOZ Medien und ZEIT ONLINE sowie MEEDIA als Medienpartner. Der scoopcamp-Fachtag wird ermöglicht durch eine Partnerschaft mit der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche e.V. sowie dem dpa-Projekt #UseTheNews und unterstützt von der Schöpflin Stiftung und der ZEIT-Stiftung.

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.

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird von der Freien und Hansestadt Hamburg sowie engagierten Unternehmen und innovativen Akteur*innen getragen und ist seit 2018 Teil der Hamburg Kreativ GmbH.

Kernaufgabe ist die Förderung und Unterstützung neuer, zukunftsfähiger Geschäftsmodelle an der Schnittstelle von Content und Technologie. Der Fokus liegt auf Innovationen, die sich aus der Digitalisierung und der damit verbundenen Konvergenz der Medienmärkte ergeben (z.B. aus Presse und Rundfunk, Werbung, Musik, Games, Film, Buch und Software). Dafür entwickelt nextMedia.Hamburg regelmäßig neue Programme. In einem starken Netzwerk mit Partner*innen aus der Medien- und Digitalwirtschaft versteht sich die Initiative als Knotenpunkt und ist das europaweit größte und diverseste Netzwerk dieser Art.

Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche sowie zu unseren Programmen und Events. 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 sieben Sprachen. Rund 1000 Journalistinnen und Journalisten arbeiten an rund 150 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind 174 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

Pressekontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH

Jens Petersen

Leiter Konzernkommunikation

Telefon: +49 40 4113 32843

E-Mail: pressestelle@dpa.com

Faktor 3 AG

Marc Lechtenfeld

Telefon: +49 40 67 94 46 6103

E-Mail: m.lechtenfeld@faktor3.de

nextMedia.Hamburg

Paula Lauterbach

Telefon: +49 40 8797 986 123

E-Mail: paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de

Medieninhalte



Isabell Beer (funk) beim scoopcamp 2021, der Innovationskonferenz für Medien, in Hamburg. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!" / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Julia Becker (Aufsichtsratsvorsitzende, Funke-Mediengruppe) und Dr. Carsten Brosda (Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg) beim scoopcamp 2021, der Innovationskonferenz für Medien, in Hamburg. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!" / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Tagesschau"-Sprecher Constantin Schreiber (Moderation) beim scoopcamp 2021, der Innovationskonferenz für Medien in Hamburg. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!" / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Alan Rusbridger beim scoopcamp 2021, der Innovationskonferenz für Medien in Hamburg. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!" / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Publikum beim scoopcamp 2021, der Innovationskonferenz für Medien, in Hamburg. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Pulitzer-Preisträger Alan Rusbridger fordert beim scoopcamp 2021: "Try to get inside the mind of generation Z!" / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100877714> abgerufen werden.