

17.09.2021 - 12:41 Uhr

Klimajournalismus, künstliche Intelligenz, Livestreaming und Social Audio beim scoopcamp 2021



Hamburg (ots) -

Technologische Innovationen und mediale Trends standen im Mittelpunkt des zweiten Tages der diesjährigen Innovationskonferenz für Medien von nextMedia.Hamburg und der dpa. Dabei wurde deutlich: Vor allem in der direkten Interaktion steckt viel Potenzial für eine engere Bindung zwischen Medienmarken und ihren Nutzerinnen und Nutzern. Aber die Akzeptanz von neuen Technologien benötigt noch viel Überzeugungsarbeit.

Die Digitalisierung verändert die Medienwirtschaft weiterhin in einem rasanten Tempo. Am Tag zwei des scoopcamp, der von Dr. Johanna Leuschen, Leiterin des NDR Audioblab THINK AUDIO, moderiert wurde, diskutierten Medienschaffende in Keynotes, Panels und Workshops, wie die Zukunft der Medienlandschaft aussehen kann.

Werden bald Journalistinnen und Journalisten sowie Content Creator nicht mehr für große Verlage arbeiten, sondern mit Tools und Plattformen wie Substack selbst zu Medienmarken werden? Diese Frage etwa warf Pia Frey, Gründerin von Opinary und Preisträgerin des diesjährigen scoop Awards, in ihrer Auftakt-Keynote auf - und richtete einen Appell an Medienhäuser, nicht pauschal ihr gesamtes Angebot hinter Paywalls zu verstecken, sondern gezielt einzelne Kanäle abonnierbar zu machen.

Danach nutzten drei junge Start-ups die scoopcamp-Bühne, um zu zeigen, was in ihnen steckt: Am Start waren Ourdio, das die Produktion personalisierter Hörbücher ermöglicht, Scriptbakery, das Annahme, Verwaltung und Analyse von Manuskripten und Texten digitalisiert, und Trensition, das Trendscouting für Unternehmen systematisiert und erleichtert. Auffällig dabei: Die Geschäftsideen aller drei Start-ups basieren auf Künstlicher Intelligenz.

Der Einsatz der Technologie in Redaktionen war auch im weiteren Verlauf der Konferenz ein breit diskutiertes Thema. Exklusiv für das scoopcamp hat das digitale Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey Daten zur Akzeptanz von KI durch Mediennutzer und Medienschaffende erhoben. Demnach sieht die Mehrheit der Bundesbürger KI eher kritisch: 70 Prozent der Befragten sorgen sich, dass KI für Manipulation genutzt werden könnte, 65 Prozent befürchten negative Auswirkungen auf die journalistische Qualität. Alle Umfrage-Ergebnisse

können unter www.bit.ly/civeyscoopcamp abgerufen werden.

Darüber, wie die Medienbranche das Potenzial von KI als Zukunftstechnologie trotz vieler Vorbehalte ausschöpfen kann, diskutierten Christina Elmer, Professorin für Digitalen Journalismus und Datenjournalismus an der TU Dortmund, Uli Köppen, Head of AI + Automation Lab beim Bayerischen Rundfunk, und Matthias Spielkamp, Mitgründer und Geschäftsführer von AlgorithmWatch. Das Fazit: Die Debatte um KI ist noch immer von vielen Klischees und falschen Ängsten geprägt. Weniger Mystifizierung, mehr Differenzierung, Transparenz und konkrete Anwendungsbeispiele sind entscheidend für die Akzeptanz dieser Technologie, sowohl bei den Nutzerinnen und Nutzern als auch bei den Medienschaffenden selbst.

Neben technologischer Innovation stand beim diesjährigen scoopcamp auch die Frage im Vordergrund, welche neuen medialen Formate sich in Zukunft durchsetzen. So beschäftigten sich zwei weitere Panels mit den Chancen von Livestreaming und Social Audio für Medienhäuser und Verlage. Dabei wurde vor allem deutlich: In der direkten Interaktion steckt viel Potential für eine engere Bindung zwischen Medienmarken und ihren Nutzerinnen und Nutzern, allerdings ist der Aufwand insbesondere beim Livestreaming erheblich. Zudem sind der jüngste Erfolg von Livestreaming wie auch der Hype um Clubhouse durch die Corona-Pandemie geprägt, so dass nicht vorhersehbar ist, wie sich beide Formate in Zukunft wirklich entwickeln.

Als sicher kann dagegen gelten, dass die Klimakrise die mediale Berichterstattung in den kommenden Jahren stark prägen wird. Auf großes Interesse stieß deshalb auch der scoopcamp-Workshop mit Klimajournalistin Sara Schurmann.

Zum Abschluss der Konferenz trat der mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnete Verleger und Medien-Unternehmer Oliver Wurm auf und machte allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern Mut, ihre eigenen Visionen umzusetzen. Sein Motto: "Jeder hat Ideen, also probiert euch aus! Auf die Schnauze fallen ist auch eine Vorwärtsbewegung."

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

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 von etwa 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



scoopcamp 2021 im Hamburger designxport. Blick ins Publikum. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Klimajournalismus, künstliche Intelligenz, Livestreaming und Social Audio beim scoopcamp 2021 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



scoopcamp 2021: Keynote "Auf die Schnauze fallen ist auch eine Vorwärtsbewegung" von Medienunternehmer Oliver Wurm. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Klimajournalismus, künstliche Intelligenz, Livestreaming und Social Audio beim scoopcamp 2021 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



scoopcamp 2021: Lightning Talk "Medien-Start-ups stellen sich vor" mit Jonas Navid Al-Nemri von Scriptbakery, links Moderatorin Dr. Johanna Leuschen. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Klimajournalismus, künstliche Intelligenz, Livestreaming und Social Audio beim scoopcamp 2021 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



scoopcamp 2021: Panel "Social Audio: Ein Trend gekommen, um zu bleiben?". Constantin Buer (Geschäftsführer Podstars), Johanna Gentes (Social-Media-Redakteurin jetzt / Süddeutsche Zeitung), Dr. Johanna Leuschen (Journalistin, Moderatorin, Leiterin des NDR Audiolab THINK AUDIO), Christian Hinkelmann (Podcast-Koordinator & Formatentwickler tagesschau), vlnr. Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services / Klimajournalismus, künstliche Intelligenz, Livestreaming und Social Audio beim scoopcamp 2021 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / 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/100017805/100877820> abgerufen werden.