

20.09.2018 - 10:00 Uhr

scoopcamp 2018 - Fünf interaktive Workshops laden zum Mitdenken und Mitmachen ein



Hamburg (ots) -

Die Medienbranche nimmt die Herausforderungen der Zukunft an - die Digitalisierung bleibt der maßgebliche Pulsgeber für Wandel und Innovation. Pioniere und Vordenker auf der ganzen Welt entwickeln innovative Ideen und Projekte, um der Medienszene neue Impulse zu geben. Beim scoopcamp von nextMedia.Hamburg und der Deutschen Presse-Agentur dpa am 27. September erhalten die Teilnehmer nicht nur wertvollen Input internationaler Keynote-Speaker, sondern können sich in insgesamt fünf interaktiven Workshop-Sessions zu aktuellen Trend-Themen selbst in die Diskussionen einbringen. Letzte Tickets gibt es hier: <https://www.scoopcamp.de/tickets/>

Konferenz zum Mitmachen: Das sind die fünf scoopcamp Workshop-Sessions

Mit Articlescore und DataScience werden beim diesjährigen scoopcamp gleich zwei innovative Methoden präsentiert, um gezielt Leserfeedback zu sammeln und so nicht nur Leser zu binden und die Leserezufriedenheit zu steigern, sondern vor allem auch Leser in zahlende Kunden zu verwandeln. Manuel Conrad, Geschäftsführer bei Merkurist, und Yannick Dillinger, Leiter Digitales bei der Schwäbischen Zeitung, zeigen beim scoopcamp Möglichkeiten der Konsumauswertung von Lesern auf. In ihrem Workshop "Was Verlage aus der Interaktion mit den Lesern lernen können - Articlescore und DataScience für erfolgreiche Inhalte" sprechen Conrad und Dillinger über Nutzerintensität, Kunden-Konvertierung und ihre innovativen Auswertungs-Ansätze. Beim scoopcamp stellen Dillinger und Conrad nicht nur ihre innovativen Ideen vor, sondern möchten gemeinsam mit den Teilnehmern herausfinden, welche Bedingungen Leser an bezahlte Inhalte stellen.

Design Thinking wird beim diesjährigen scoopcamp ganz groß geschrieben und ist Thema in gleich zwei interaktiven Workshops! So werden Holger Wiebe, Head of the Editorial R&D Desk bei ZEIT ONLINE, und Thomas Strothjohann, Digital-Journalist ZEIT ONLINE, in ihrem Workshop "My Country talks" vorstellen, ein Projekt, das Diskussionspaare mit unterschiedlicher politischer Meinung an einen Tisch bringt und somit den politischen Dialog fördert. Unter dem Titel "My Country talks - wir entwickeln gemeinsam eine mobile App für politischen Dialog - ein Design Thinking Workshop" sollen die Teilnehmer gezielt am Design Thinking-Prozess teilnehmen. Christian Heise und Kerstin Saathoff von der Google News Initiative werden ebenfalls einen Einblick in das vielversprechende Gebiet des Design Thinking gewähren. Unter dem Titel "Neue Technologien & kreatives Denken im redaktionellen Alltag" werden die beiden gemeinsam mit den Teilnehmern die Chancen und Herausforderungen des modernen Journalismus genau unter die Lupe nehmen. Ziel der Session ist, das Selbstbewusstsein für die eigene Kreativität zu entdecken und die Grundsätze des Design Thinking zu erlernen.

Ein weiterer spannender Workshop kommt von Matthias Kuhr, Vorstand Bildung & Forschung bei nextReality.Hamburg, zum Thema "AR und VR als neue Werkzeuge für eine bessere Kommunikationsbasis". Anknüpfend an die Keynote der US-amerikanischen VR-Expertin Nonny de la Peña zeigt der Workshop, wie Augmented und Virtual Reality im Journalismus mehr Emotionen wecken können als herkömmliche Video-Reportagen und wie die neuen virtuellen Technologien Schritt für Schritt neue Standards in der Medienszene errichten werden. Über die Arbeit in einem Forschungs- und Entwicklungslab berichten Soenke Schierer und Miriam Richter vom HHLab. Im Rahmen der interaktiven Session stellen die Hosts die Projekte des Labs vor und

zeigen, wie der Prozess von der Ideenfindung bis hin zum fertigen Prototypen abläuft.

Internationale Keynotes zu den Herausforderungen der Medienbranche

Neben interaktiven Workshops zu aktuellen Trendthemen präsentiert das zehnte scoopcamp gleich vier internationale Top-Keynotes. Den Anfang macht der diesjährige scoop-Award Träger Jochen Wegner (ZEIT ONLINE) mit seiner Keynote zum Thema "Was sollen wir tun? Journalismus für das 21. Jahrhundert". Marius Thorkildsen vom norwegischen Medienkonzern Schibsted berichtet, wie man passive Leser in zahlende Kunden verwandelt. Seine Keynote trägt den Titel "Converting casual readers into engaged subscribers: How Afternoon posts have worked to reach a record number of digital news subscribers". Im Anschluss verrät "VR-Patin" Nonny de la Peña (Emblematic Group) in ihrer Keynote zum Thema "Power of Human Storytelling in Virtual and Augmented Reality", welchen Einfluss Augmented und Virtual Reality auf journalistische Berichterstattung haben. Die vierte Keynote kommt von der renommierten Journalistin Sally Lehrman (The Trust Project). Unter dem Titel "Crisis in Trust: How newsrooms around the globe came together to solve one of journalism's most pressing problems" stellt Lehrman ihre Initiative The Trust Project vor und verrät, wie der Journalismus die aktuelle Vertrauenskrise überwinden kann.

Media Worker Report 2.0

"Hamburg ist die beliebteste Medienstadt Deutschlands" - so lautete nur ein Ergebnis des Media Worker Report 2017, der im vergangenen Jahr von nextMedia.Hamburg, Deloitte und XING initiiert wurde. In diesem Jahr haben die drei Akteure eine Neuauflage der Studie gewagt und werden die Ergebnisse exklusiv beim scoopcamp 2018 vorstellen. Nina Klaß (Leiterin nextMedia.Hamburg), Florian Schültke (Lead Partner Deloitte Digital Studios) und Roman Heflik (Managing Editor bei XING Klartext) werden die wichtigsten Erkenntnisse der zweistufigen Untersuchung live auf der Bühne präsentieren.

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

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

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

Jens Petersen
dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH

Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Medieninhalte



scoopcamp 2018 - Fünf interaktive Workshops laden zum Mitdenken und Mitmachen ein / 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"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100820039> abgerufen werden.