

09.09.2022 - 12:45 Uhr

"Grow the Rainbow": Internationale Expertinnen und Experten sprechen beim scoopcamp 2022 über neue Monetarisierungswege



Hamburg (ots) -

- Im Zentrum des scoopcamps standen dieses Jahr kreative Lösungswege für eine zukunftsfähige Finanzierung des Journalismus
- Internationale Expertinnen und Experten gaben in ihren Keynotes Einblicke in marktführende Unternehmen
- In zwei Panels und vier Workshops hatte das Publikum die Gelegenheit, selbst an konkreten Problemstellungen und Lösungen zu arbeiten

Wie finanziert sich der Journalismus der Zukunft? Über harte Paywalls, Mitgliedschaften, freiwillige Spenden oder müssen neue Wege gefunden werden? Und welche Folgen ziehen diese Optionen für die Bildungsarbeit mit sich, mit denen Journalistinnen und Journalisten täglich einen wichtigen Beitrag zum demokratischen Prozess leisten? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der diesjährigen Innovationskonferenz für Medien von nextMedia.Hamburg und der dpa.

"Grow the Rainbow" lautete der Impuls, den der diesjährige Preisträger des scoop Awards, Jack Riley, Vice President Business Development und Revenue Strategy für die HuffPost und BuzzFeed News, dem Publikum zum Auftakt des scoopcamps auf den Weg gab. Die Diversifizierung des Einkommens und das Erschließen neuer Einnahmequellen seien der Kern der Strategie, mit der Riley und sein Team eine der führenden digitalen Marken auch zu einem profitablen Geschäft ausbauen konnten.

In seiner Keynote richtete Riley zudem den Appell an die Medienbranche, nicht nur ihre Einkommensquellen zu diversifizieren und neue Monetarisierungswege zu finden, sondern auch ihren Content neu zu denken. Wenn klassische Nachrichtenmedien junge Zielgruppen nicht verlieren wollen, müssten sie sich an die Gewohnheiten ihres Medienkonsums anpassen, so Riley.

Auf Jack Riley folgte Luciana Cardoso, Vice President der News Product Alliance, einem Zusammenschluss aus Produktmanagern der Nachrichtenbranche, die mit konkreten Beispielen illustrierte, wie eine produktzentrische Betrachtungsweise helfen kann, journalistische Angebote nachhaltig und zukunftsfähig zu finanzieren.

Nach einer Pause bot Nico Wilfer, Chief Product Officer der FAZ, einen Einblick in die Restrukturierungen innerhalb des Hauses, die der FAZ dabei geholfen haben, digital erfolgreich zu sein. Zudem stellte Wilfer in seiner Keynote die zentrale Rolle heraus, die die Personalisierung der Inhalte und der gezielte Einsatz von Daten für die Ausrichtung der eigenen Digitalstrategie beim Erfolg der FAZ gespielt haben.

Paneldiskussion zu Paywalls und dem Bildungsauftrag des Journalismus

Danach wurde die Frage, ob und wie Digitalstrategien wie harte Paywalls die Funktion des Journalismus innerhalb einer

Demokratie gefährden, mit Beteiligung des Publikums durch Fragen auf einem Panel diskutiert. Es diskutierten Joachim Dreykluft, Mitglied der Geschäftsleitung NOZ Digital, und Jan Hildebrandt, Gründer und CEO der Eimsbütteler Nachrichten, auf einem Streitgespräch unter der Moderation von Dr. Hendrik Wieduwilt.

Nach der Mittagspause folgten zwei weitere Keynotes: Dr. Tina Dingel, Geschäftsführerin der Online-Plattform Steady, die Creatoren dabei hilft, ihre Communities zu monetarisieren, stellte den Unterschied zwischen klassischen Abonnements und Mitgliedschaften von Communities heraus. Und Fredric Karén, SVP Editorial und Digital Transformation der norwegischen Mediengruppe Schibsted, analysierte die kompromisslose Einstellung, mit der Schibsted seinen Fokus vom Printgeschäft auf den digitalen Markt verlegt hat - mit großen Erfolgen.

Interaktive Workshops erarbeiten konkrete Lösungen für Zukunftsfragen

Daraufhin hatte das Publikum die Gelegenheit, in vier interaktiven Workshops gemeinsam mit Experten an konkreten Fragestellungen zu arbeiten und Lösungsansätze zu finden.

Bernhard Bahners, Chief Digital Officer der MADSACK Mediengruppe & Geschäftsführer RND, stellte mit seinem Workshop die Frage "Wie können Regionalmedien ihr digitales Wachstum managen?". Julia Bönisch, Mitglied der Geschäftsleitung Stiftung Warentest und Bereichsleiterin Digitale Transformation und Publikationen, erarbeitete in ihrem Workshop Wege, wie Veränderungsprozesse zum Funktionieren gebracht werden können - und zeigte gleichzeitig ehrlich auf, welche Schwierigkeiten derzeit noch bestehen.

Dr. Christoph Mayer, Partner bei Schickler, arbeitete gemeinsam mit Katja Fleischmann, Produktmanagerin bei der dpa für das Projekt DRIVE, heraus, was für den digitalen Erfolg wirklich wichtig ist. Und die Podcasterin, Creatorin und Journalistin Annkathrin Weis stellte in ihrem Workshop die Frage, wie journalistische Angebote nahbarer und authentischer gestaltet werden können.

Fünf Expertinnen resümieren die Ergebnisse und Fragen des Events auf dem Abschlusspanel

Nach den Workshops fand sich das Publikum für das Abschlusspanel zusammen, auf dem Christina Elmer (Professorin für Digitalen Journalismus und Datenjournalismus, TU Dortmund), Ellen Heinrichs (Gründerin und CEO, Bonn Institute), Sabine Eriksen (Head of Subscriptions, SPIEGEL-Gruppe), Pia Frey (Co-Founder, Opinary) und Annkathrin Weis die Ergebnisse des Tages mit Moderator Dr. Hendrik Wieduwilt resümierten und Fragen aus dem Publikum offen diskutierten.

Trotz des Hamburger Wetters war das scoopcamp ein voller Erfolg: 140 Gäste fanden sich im Beachclub Del Mar zusammen, um gemeinsam an Lösungsansätzen für die Zukunftsfragen des Journalismus zu arbeiten.

Über das scoopcamp:

Das scoopcamp ist die Innovationskonferenz für Medien. Seit 2009 lädt nextMedia.Hamburg jährlich zusammen mit der Deutsche Presse-Agentur (dpa) 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. Weitere Informationen zur Veranstaltung unter www.scoopcamp.de.

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die erste Anlaufstelle und Innovationsförderung für die Hamburger Medien- und Digitalbranche. Ihr Ziel ist es, Hamburgs Spitzenposition als Medien- und Digitalstandort auszubauen. Dazu fördert die Initiative mit unterschiedlichen (Innovations-) Programmen, Events und Inhalten zukunftsfähige Geschäftsmodelle an der Schnittstelle von Content zu Technologie. nextMedia.Hamburg wird von der Freien und Hansestadt Hamburg getragen und ist Teil der Hamburg Kreativ Gesellschaft. Weitere Informationen zur Initiative unter www.nextmedia-hamburg.de.

Über die 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. Um die 1000 Journalistinnen und Journalisten arbeiten von etwa 150 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind rund 170 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).

Mehr unter www.dpa.com (deutsch, englisch, spanisch, arabisch)

Social media: 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

Theresa von Hurter
FAKTOR 3 AG
+49 40 679446 191
t.vonhurter@faktor3.de

Paula Lauterbach
nextMedia.Hamburg
+49 40 8797 986 123
paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de

Medieninhalte



Das scoopcamp-Publikum bei der Eröffnungsrede des Hamburger Senators für Kultur und Medien, Dr. Carsten Brosda. Im Zentrum des scoopcamps standen dieses Jahr kreative Lösungswege für eine zukunftsfähige Finanzierung des Journalismus. / 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.



scoop Award-Preisträger Jack Riley bei seiner Keynote auf dem scoopcamp. Jack Riley, VP Business Development & Revenue Strategy für die HuffPost und BuzzFeed News und Preisträger des Scoop Awards 2022, spricht auf dem Scoopcamp. Mit den Scoop Awards ehren die Veranstalter jedes Jahr herausragende Persönlichkeiten der Medien- und Digitalwirtschaft, die Journalismus weiterdenken und auf innovative Weise mit den Möglichkeiten neuer Technologien verknüpfen. / 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/100017805/100894606> abgerufen werden.