

15.09.2023 - 14:29 Uhr

"The importance of news is not questionable" / Internationale Expertinnen und Experten diskutierten beim scoopcamp 2023 zum Journalismus der Zukunft



Hamburg (ots) -

- Im Zentrum des scoopcamps standen Lösungswege für eine zukunftsfähige Finanzierung und den Umgang mit neuen Technologien
- Internationale Experten gaben in ihren Keynotes Einblicke in marktführende Unternehmen
- In vier Panels und offenen Themenräumen hatte das Publikum die Gelegenheit, selbst mit den Speakern Lösungen zu erarbeiten
- Seit 2009 unterstützt die dpa die Konferenz und engagiert sich aktuell im scoopcamp-Board.

Wie finanziert sich der Journalismus der Zukunft? Über harte Paywalls, das öffentlich-rechtliche System, Spenden oder müssen neue Wege gefunden werden? Wie kann die Medienbranche im Kampf um die besten Talente attraktiver werden? Und was bedeutet KI für Journalisten? Diese und viele weitere Fragen haben nationale und internationale Experten, Medienschaffende und Manager beim diesjährigen scoopcamp diskutiert.

"Ich kenne keine Branche, die unter einem so großen Transformationsdruck steht, wie die Medienbranche": Mit diesen Worten eröffnete Dr. Carsten Brosda das 15. scoopcamp, welches auch in diesem Jahr wieder die wichtigsten Themen der Branche in den Fokus nahm. Über 130 Besucher kamen im neu eröffneten Innovations- und Begegnungsraum von nextMedia.Hamburg und der Hamburg Kreativ Gesellschaft zusammen, dem SPACE in der HafenCity, um dort gemeinsam an Lösungen für die Herausforderungen der Medienbranche zu arbeiten. Das Fazit von Dr. Brosda in seiner Eröffnungsrede: "Die Branche muss die Innovationspotenziale von Wissenschaft und Technologie nutzen, um sich auf die Zukunft vorzubereiten."

Gleich im Anschluss widmete sich Dr. Brosda, gemeinsam mit Björn Staschen (NDR), Enrique Tarragona (ZEIT ONLINE) und Luise Lange-Letellier (CORRECTIV) in einer Paneldiskussion der zentralen Frage für den Journalismus der Zukunft: "Öffentlich-rechtlich, privat oder non-profit?"

Daraufhin hielt die diesjährige Gewinnerin des scoop-Awards, Prof. Christina Elmer, die erste Keynote des Tages. Darin befasste sich Prof. Elmer, die an der TU Dortmund zu Digital- und Datenjournalismus lehrt und als Journalistin für Medien wie den SPIEGEL tätig ist, mit den Herausforderungen und Chancen, die der Vormarsch von Künstlicher Intelligenz für die Medienbranche und den Journalismus mit sich bringt.

"Freude an Experimenten und eine kritische Grundhaltung", fasste sie die Haltung zusammen, mit welcher der Journalismus den sich ändernden technologischen Bedingungen begegnen sollte. Aus ihrer Keynote bleibt ein besonderer Appell zurück, der Mut macht, die kreativen Potenziale von KI zu nutzen: "Wir sollten auf diese Reise gehen"

"The importance of news is not questionable": Neue Produkte für den Journalismus

In einer Keynote zum Stellenwert von Community Building für die Medienbranche betonte Aliya Itzkowitz, Managerin bei FT Strategies, wie wichtig es für Medien ist, eine starke Markenidentität zu haben, um sich ein treues Publikum aufzubauen: "Audiences need a reason to support you - why should they get their news from you? This goes beyond just trusting you. It's almost an emotional connection."

Eine Erkenntnis, die auch in der zweiten Panel-Diskussion des Tages deutlich wurde. Darin sprachen Mathias Douchet (The Telegraph) und Maylis Chevalier (Vocento) unter der Moderation von scoopcamp Board-Mitglied Christoph Zimmer (DER SPIEGEL) über neue Produktideen für einen digitalen Journalismus jenseits traditioneller Finanzierungsmodelle. "The importance of news is not questionable", fasste Maylis Chevalier den Stellenwert des Journalismus zusammen und stellte daraufhin klar, worauf sich Medien in der Produktentwicklung konzentrieren sollten. "The question is: How do you make news important to the user."

An die erste große Pause am Konferenztag schloss sich eine dritte Panel-Diskussion an. Hatice Kahraman (Salon 5 CORRECTIV), Christoph Zimmer (DER SPIEGEL), Johanna Rüdiger (Deutsche Welle), Miriam Scharlibbe (sh:z) und Astrid Maier (Journalistin und scoopcamp Board-Mitglied) diskutierten darin über Lösungswege für den Journalismus, um im Wettkampf mit anderen Branchen für die besten Talente attraktiv zu werden. "Junge Menschen wünschen sich einen sinnstiftenden Job. Warum Journalismus sinnvoll ist, muss ich niemandem erklären", summierte Johanna Rüdiger eine der Kernerkenntnisse des Panels.

Themenräume bieten noch mehr Raum für Austausch

Neben den vielen Panel-Diskussionen stand auch abseits der Bühne der Austausch im Mittelpunkt des scoopcamps. Im Anschluss an eine Keynote von Nashua Gallagher (NZZ) über Finanzierungswege jenseits der Paywall, hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Gelegenheit, in Themenräumen gemeinsam miteinander und den Speakern zu konkreten Problemstellungen zu diskutieren und Lösungen zu erarbeiten.

In einem Fireside-Chat sprach Sebastian Kuhnert, VP Business Development der größten Schach-Community weltweit, chess.com, mit Roland Eisenbrand (OMR) über Learnings, die der Journalismus aus den Monetarisierungsmodellen der Gaming-Branche ziehen kann. Ein weiteres Mal stand Community Building im Zentrum: "Viele der Medien, die hier heute vertreten sind, könnten viel mehr mit ihrer Community machen", so Kuhnert.

Ein viertes Panel mit Marie Kilg (freischaffende Journalistin und Innovationsmanagerin) und Gregor Schmalzried (selbstständiger Autor, Netzjournalist und Podcaster) unter der Moderation von Holger Volland (brand eins) bildete einen gelungenen Abschluss für das 15. scoopcamp. Auch in diesem Panel drehte sich alles um KI und die Zukunft der Medienbranche, mit einer programmatischen Erkenntnis von Schmalzried: "Es fühlt sich im Moment so an, als würde ein Hurricane auf die Medienbranche zukommen. Ich versuche, ins Auge des Sturms zu gelangen, wo es ruhiger ist."

Das scoopcamp 2023 weicht den neu eröffneten SPACE ein

Mit über 130 Besuchern war das 15. scoopcamp ein voller Erfolg: Vertreter verschiedener Branchen, von Gaming über traditionelles Publishing bis hin zu unabhängigen Creatoren, kamen zusammen, um voneinander zu lernen und sich gemeinsam weiterzuentwickeln.

Und als interdisziplinäres Forum für Zukunftsfragen war das scoopcamp auch das ideale Event, um den neuen SPACE von nextMedia.Hamburg und der Hamburg Kreativ Gesellschaft einzuweihen - hier haben die Medien- Kreativ- und Technologiebranche auch in Zukunft noch Raum, um gemeinsam zu wachsen.

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 140 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: <https://www.dpa.com/de/kontakt#social-media>

Über das scoopcamp:

Das scoopcamp ist die Konferenz für den Journalismus der Zukunft. Seit 2009 lädt nextMedia.Hamburg jährlich mehr als 150 Experten, Entscheider und Innovatoren der Medienbranche zur Diskussion über Trends und aktuelle Themen aus dem Journalismus ein. Als Innovationskonferenz stellt das scoopcamp eine exklusive Plattform dar, auf der die Zukunft des Journalismus nicht nur diskutiert, sondern von Branchenakteuren aktiv vorangetrieben wird. 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.

Pressekontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Jens Petersen
Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Faktor 3 AG
Laura Grothaus
+49 40- 67 94 46-6202
L.grothaus@faktor3.de

nextMedia.Hamburg
Paula Lauterbach
+49 40-23 72 435 68
paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de

Medieninhalte



Sebastian Kuhnert (links) im Gespräch mit Roland Eisenbrand (OMR). / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Dr. Carsten Brosda eröffnet das scoopcamp. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Prof. Christina Elmer hält ihre Keynote. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100911275> abgerufen werden.