

PRESSEMITTEILUNG

Hamburger Publisher Fachkonferenz scoopcamp mit 130 Teilnehmenden ein voller Erfolg

- Im Zentrum der Fachkonferenz stand in diesem Jahr die Frage nach der Finanzierung von Journalismus
- Rund 130 Expert*innen der Publisher-Branche diskutierten beim scoopcamp 2024 über die Zukunft der Branche
- Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien, überreicht den scoop Award 2024 an „Lage der Nation“

Hamburg, 12. September 2024 – Das 16. scoopcamp war mit knapp 130 Teilnehmenden einmal mehr ein voller Erfolg. Wie schon im Vorjahr fand die Fachkonferenz im SPACE, dem Innovations- und Community-Raum von nextMedia.Hamburg, in der Hamburger HafenCity statt.

Die Panels, Impulsvorträge und Fireside-Chats wurden von nextMedia.Hamburg und einem Board aus elf führenden Medienunternehmen kuratiert. Die Expert*innen, die das scoopcamp mit ihrem Input bereicherten, waren nicht nur auf der Bühne anzutreffen – in offenen Themenräumen diskutierten sie mit Teilnehmenden über ihre Erfahrungen und Hintergründe.

Nina Klaß, Leiterin von nextMedia.Hamburg, hob direkt zu Beginn des 16. scoopcamps die aktuelle Bedeutung der Fachkonferenz hervor. „Nie war das Durchdringen der Wahrheit so wichtig und gleichzeitig so schwer. Deshalb ist es uns ein Herzensanliegen, dass Journalismus funktioniert. Und deshalb gibt es das scoopcamp.“, so Klaß.

„Lage der Nation“ erhält den scoop Award

Dr. Carsten Brosda, Hamburgs Senator für Kultur und Medien, nutzte die Verleihung des scoop Awards, um die Leistungen der diesjährigen Preisträger Philip Banse und Ulf Buermeyer zu würdigen. In seiner Laudatio betonte Brosda, wie gut es den beiden gelungen sei, gesellschaftlichen Mehrwert mit einer hohen Reichweite zu kombinieren: „Die Lage der Nation zeichnet sich durch eine Kombination aus journalistischer Kompetenz, fundierten Analysen, Verständlichkeit und Transparenz aus. Hier werden aktuelle Ereignisse in der Tiefe analysiert und auf eine sehr zugängliche Weise vermittelt. Damit zeigen Philip Banse und Ulf Buermeyer, wie sich journalistische Kernkompetenzen erfolgreich in neue Medioumfelder übersetzen lassen und dadurch sogar noch an Attraktivität gewinnen.“

Nach der Preisverleihung gewährten die beiden Podcast-Hosts im Gespräch mit Dr. Nina Klaß spannende Einblicke in das Innenleben ihres Erfolgsprojekts. Dabei ging es neben der Entstehungsgeschichte auch um die Werte, die Buermeyer und Banse mit ihrer Arbeit vertreten: „Wir bekennen uns klar zur Demokratie und zur Wahrung der Menschenrechte, das ist unsere Baseline.“ Gleichzeitig nahmen sie den Journalismus in die Pflicht: Auch dieser müsse sich fragen, wie die eigenen Werte lauten und wie man diesen gerecht werden könne.

Digitale Strategien: Paid Content und Journalismus auf Social Media

Im Anschluss eröffnete der Content Creator und Journalist Fabian Grischkat mit einer Keynote über die Arbeitsweise von „Newsfluencern“ die Konferenz. Grischkat erklärte, wie Journalismus auf Social Media funktionieren kann und gab dabei konkrete Tipps für die Contenterstellung.

Johannes Vogel (Stern, Geo, Capital) und Johannes Hauner (Süddeutsche Zeitung) diskutierten in ihrem Panel gemeinsam mit Christoph Zimmer (Der Spiegel) über die Entwicklungen der letzten zehn Jahre im Bereich der Paid-Content-Strategien. Im Gespräch betonten sie die wachsende Bedeutung von Datenanalysen, insbesondere im Hinblick auf das Management bestehender Abonnent*innen.

Spannenden Einblicke in einen aktuellen Transformationsprozess gab MOPO-Verleger Arist von Harpe im Fireside-Chat mit Cordula Schmitz (Hamburger Abendblatt). Von Harpe sprach offen über die Transformation der Hamburger Morgenpost von der Tages- zur Wochenzeitung und ging dabei auf die Vor- und Nachteile der Umstellung ein.

Neue Chancen durch KI

Laura Seiffe (ZEIT Verlagsgruppe) und Holger Volland (brand eins) sprachen in ihrem Panel darüber, wie traditionelle Verlage künstliche Intelligenz schon jetzt für sich nutzen können. Seiffe gab dabei spannende Einblicke in die KI-Strategie der ZEIT und ging darauf ein, wie auch kleinere Verlage ihren Umgang mit KI finden können.

Passend dazu gewährte Katja Fleischmann (dpa) im anschließenden Gespräch mit Bianca Voigt (Zeit Online) Einblicke in die Arbeit von DRIVE, Europas größtem kollaborativen Datenprojekt, an dem sich mehr als 30 Regionalverlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beteiligen. Auf der Basis unzähliger Daten werden hier intelligente Tools entwickelt, die den Redaktionen dabei helfen, ihre Arbeit effizienter und ihre Artikel noch attraktiver zu gestalten.

Von anderen Branchen und neuen Technologien lernen

Im Themenfeld „Beyond News“ rückten neue Anwendungen und Technologien in den Fokus. Imke Becker (Zeit Online) sprach mit Michael Lenz (InnoGames) darüber, was Publisher von der Gaming-Branche lernen können, wenn es um die Monetisierung der eigenen Inhalte geht. Roja Kunze (Der Spiegel) gab Einblick in Spiegel Debatte als Alternative zum klassischen Kommentar-Bereich. Man habe Quantität für Qualität aufgegeben und damit die richtige Entscheidung getroffen, erklärt Kunze. Den letzten Fireside Chat des Tages hielten Björn Staschen (TheNewSocial.de) und Sebastian Lasse (Fediverse). Dabei beschäftigten sie sich mit den sozialen Netzwerken des Fediverse und warum diese als Alternative zu etablierten Größen wie Instagram, X oder TikTok vor allem von Medienhäusern in Betracht gezogen werden sollten.

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.

Pressekontakte:

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

Sören Jakob
nextMedia.Hamburg
+49 40-237243563
soeren.jakob@nextmedia-hamburg.de