

PRESSEMITTEILUNG

Das passiert beim digitalen Klassentreffen der Medienbranche in Hamburg **scoopcamp 2020: Veranstalter geben Programm bekannt und starten Ticketverkauf für Masterclasses**

Hamburg, 24. August 2020 – Am 24. September 2020 laden die Standortinitiative nextMedia.Hamburg und die Deutsche Presse-Agentur (dpa) zum ersten hybriden scoopcamp ein, das sowohl live vor Ort als auch online via Stream erlebt werden kann. Genau einen Monat vor der Innovationskonferenz für Medien steht nun auch die komplette Agenda fest: Die Veranstalter veröffentlichen heute Titel und Inhalte der Programmpunkte, geben Speaker*innen bekannt und starten den Ticketverkauf für sechs exklusive digitale Masterclasses auf www.scoopcamp.de.

Ein Nachmittag voller Highlights: Um 13 Uhr geht es los!

Die Teilnehmer*innen und Besucher*innen der Konferenz erwartet auch in diesem Jahr ein abwechslungsreicher Nachmittag mit einem spannenden und aktuellen Programm, das die Entwicklungen der Medienbranche und wichtige Zukunftsfragen in den Fokus rückt. Um 13 Uhr startet das scoopcamp gleich mit einem ersten Highlight, der Vergabe des scoop Awards.

Dr. Carsten Brosda, Hamburgs Senator für Kultur und Medien, hält eine Laudatio auf den diesjährigen Preisträger, Medienexperte und Journalismus-Professor **Jeff Jarvis** (City University of New York), der für seine Verdienste für den modernen Journalismus ausgezeichnet wird und im Anschluss an die Preisverleihung selbst zum Mikrofon greift: In einer Keynote mit dem Titel „*Journalism, rebuilt from the ashes*“ zeigt Jarvis auf, wie sich der Journalismus aufstellen muss, um bevorstehende Herausforderungen zu meistern.

Chris Waiting, Chief Executive Officer beim gemeinnützigen Nachrichtenverlag The Conversation, stellt danach als zweiter Keynoter ein Journalismus-Modell vor, das in Großbritannien bereits für viel Aufsehen sorgt und auf der partnerschaftlichen Zusammenarbeit von Journalist*innen und Akademiker*innen beruht.

Keynotes und Panels gratis im Stream, Masterclasses kosten 29 Euro

Um 15 Uhr beginnt das erste hochkarätig besetzte Panel, moderiert von Meinolf Ellers, Chief Digital Officer der Deutschen Presse-Agentur: Darin gewähren **Christina Elmer** (DER SPIEGEL), **Juliane Leopold** (ARD-aktuell) und **Julia Lumma** (Verlagsgruppe Rhein Main (VRM)) exklusive Einblicke in ihre Nachrichtenorganisationen und diskutieren den Wandel von Newsrooms durch die digitale Transformation sowie die Corona-Pandemie.

Die daran anschließenden digitalen Masterclasses beginnen um 15.30 Uhr und können jeweils von maximal 15 Personen besucht werden. In einem Videocallroom haben die Teilnehmer*innen die exklusive Möglichkeit, sich direkt mit den Speaker*innen und anderen Mitwirkenden auszutauschen. Alle Masterclass-Tickets kosten 29 Euro und sind ab sofort via Eventbrite auf www.scoopcamp.de erhältlich, Studierenden wird ein Rabatt von neun Euro gewährt. Interessierte können dabei aus sechs interaktiven Masterclasses wählen.

Zum Konferenz-Motto „New Storytelling“: Sechs spannende Masterclasses

(1) So zeigen **Patrick Weinhold** und **Antje Kiessler** (beide Tagesschau), wie sich Nachrichten-Inhalte erfolgreich bei TikTok platzieren lassen und verraten, was sie seit dem Start des eigenen Tagesschau-Kanals auf der Kurzvideo-Plattform gelernt haben.

(2) **Joachim Dreykluft** und **Marc Schulz** (beide HHLab, das Innovations-Lab der Mediengruppe NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN) stellen die Kreativmethoden Crazy Eights und Scamper vor und zeigen, wie man damit die Zusammenarbeit von Teams effektiv verbessern kann.

(3) Die Monetarisierung von lokalen Nachrichten anhand erfolgreicher Beispiele aus den USA steht bei **Anita Zielina** (City University of New York) im Fokus.

(4) **Leonie Wunderlich** (Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut) und **Prof Dr. Christian Stöcker** (HAW Hamburg) berichten über das Projekt #UseTheNews, mit dem sie aktuell den Nachrichtenkonsum der jungen Zielgruppe erforschen – inklusive erster Insights in das Nutzungsverhalten der unter 30-Jährigen.

(5) **Alexandra Borchardt** (Hamburg Media School) kombiniert außerdem Erkenntnisse aus der Leser*innenforschung und praktische Erfahrungen von Redaktionen und stellt die Frage: Wann sind Nutzer*innen nicht nur angetan von Journalismus, sondern auch bereit, dafür zu zahlen?

Und (6) **Rosemary Tremlett** (ZEIT ONLINE) erklärt anhand eines konkreten Rezeptwelt-Cases, wie man aus einer Menge unstrukturierter Daten ein digitales Produkt erstellt, das sowohl Nutzer*innen und CMS-Redakteur*innen als auch Suchmaschinen-Bots schmeckt.

Das Angebot an digitalen Masterclasses wird durch eine analoge Masterclass von **Chris Waiting** ergänzt, die exklusiv den scoopcamp-Besucher*innen vor Ort im designxport Hamburg vorbehalten ist. Gemeinsam mit seinem Kollegen **Matt Warren** baut er darin auf seiner Keynote auf und stellt Enthüllungsgeschichten aus der Wissenschaft vor.

Das Finale der Konferenz bildet um 16:30 Uhr das große Abschlusspanel unter der Leitfrage, wie Medien im digitalen Zeitalter relevant bleiben können. Mit dabei sind unter anderem **Peter Kropsch**, Geschäftsführer der Deutschen Presse-Agentur, und **Jessica Staschen**, Leiterin Kommunikation der ZEIT-Stiftung.

Johanna Leuschen, Redakteurin für Innovation bei N-JOY und Mitglied bei THINK RADIO, dem Audio Think Tank des NDR, führt als Moderatorin durch den Tag, der scoopcamp-getreu natürlich auch zahlreiche Networking-Möglichkeiten bereithält.

Jetzt die letzten Tickets sichern oder gratis für den Livestream registrieren!

Auf www.scoopcamp.de können neben Tickets für die digitalen Masterclasses auch noch die letzten verfügbaren Backstage-Pässe (49 Euro), mit denen die Konferenz vor Ort besucht werden kann, und die gratis Digital-Pässe gebucht werden.

Über weitere Programm-Entwicklungen halten wir Sie auch über unsere Social-Media-Kanäle auf dem Laufenden. Folgen Sie dem Twitter-Handle [@scoopcamp](https://twitter.com/scoopcamp) und achten Sie auf den Hashtag #scoop20. Unterstützt wird das diesjährige scoopcamp von ZEIT ONLINE und NOZ Medien sowie MEEDIA als Medienpartner.

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 Expert*innen, Entscheider*innen und Innovator*innen 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 für die Hamburger Medien- und Digitalzene. Die Initiative unterstützt eine innovationsorientierte Zusammenarbeit zwischen Medien- und Digitalunternehmen, Hochschulen, ihren Studierenden sowie engagierten Treibern aus Hamburg. Ziel von nextMedia.Hamburg ist es, Hamburgs Spitzenposition als Medien- und Digitalstandort auszubauen. Die Initiative versteht sich als Knotenpunkt in einem starken Netzwerk. Sie ist Teil der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH. Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche sowie zu unseren Programmen und Events. Weitere Informationen unter www.nextmedia-hamburg.de.

Über die dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH:

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 Journalisten arbeiten von mehr als 150 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind 177 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

Pressekontakte:

Marc Lechtenfeld
Faktor 3 AG
+49 40-67 94 46 6103
m.lechtenfeld@faktor3.de

Jens Petersen
dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
+49 40-4113 32843
pressestelle@dpa.com

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