

## PRESSEMITTEILUNG

# „Die Medienbranche braucht einen Perspektivwechsel“ Jack Riley erhält den scoop Award 2022

- Die Preisverleihung erfolgt im Rahmen des scoopcamps am 8. September
- Im Fokus des ganztägigen Programms stehen Monetarisierungsstrategien für den Journalismus
- Tickets (129 Euro) für Besucher\*innen ab sofort auf [www.scoopcamp.de](http://www.scoopcamp.de) erhältlich

**Hamburg, 24. August 2022 – Die jährliche Innovationskonferenz für Medien von nextMedia.Hamburg und der Deutschen Presse-Agentur (dpa) wird am 8. September zum 14. Mal stattfinden – und die Verleihung des scoop Awards ist nur einer ihrer Höhepunkte. Die Veranstalter\*innen ehren damit jedes Jahr herausragende Persönlichkeiten der Medien- und Digitalwirtschaft, die Journalismus weiterdenken und auf innovative Weise mit den Möglichkeiten neuer Technologien verknüpfen. So wie Jack Riley, VP Business Development und Revenue Strategy bei der HuffPost und BuzzFeed News.**

Seit über zehn Jahren zählt die HuffPost zu den führenden Anbieter\*innen digitaler Nachrichten. Mittlerweile ist die Publikation längst nicht mehr nur in den USA eine renommierte Quelle für tägliche Nachrichten, sondern hat Ableger in vielen anderen Ländern gegründet. Die HuffPost zeigt, dass Journalismus auch jenseits von Print und Paywalls zukunftsfähig sein kann. Nun erhält Jack Riley, VP Business Development & Revenue Strategy bei HuffPost und BuzzFeed News, den scoop Award für digitalen Pionier- und Unternehmergeist im Medienbusiness.

### **Adaptivität in Transformationsprozessen: Learnings für Printjournalist\*innen und Verlage**

Als rein digitale Nachrichtenpublikation ist die zunehmende Digitalisierung der Medienwelt für die HuffPost im Vergleich zu Printverlagen deutlich weniger komplex. Doch ebenso wie die Printmedien war sie durch die Coronapandemie in den letzten Jahren großen Herausforderungen ausgesetzt. Über das Jahr 2020 hat Jack Riley der HuffPost mit neuen Einkommensquellen durch Dritte Parteien, Mitgliedschaften und neue Newsprodukte, die Leser\*innen an die Marke binden, eine Gewinnsteigerung von 21 Prozent im Krisenjahr erzielen können.

„Jack Riley hat durch seine sechs Jahre bei der HuffPost nicht nur bewiesen, dass er es versteht, ein Publikum an eine Medienmarke zu binden – durch seine Flexibilität hat er eines der digitalen Leitmedien durch eine Krise manövriert, die auch die Medienbranche hart getroffen hat. Seine strategischen Erkenntnisse für den digitalen Markt und zukunftsfähige Newsprodukte sind für Journalist\*innen aus allen Bereichen der Branche sehr wertvoll“, so Nina Klauß, Leiterin von nextMedia.Hamburg. Und weiter: „Die

Erfolgsgeschichte der HuffPost zeigt, dass Nachrichten im digitalen Zeitalter weiterhin eine große Bedeutung haben. Was die Medienbranche braucht, ist ein Perspektivwechsel – sie muss lernen, auf ihr Publikum zu hören und mit starken Produkten ihre Nutzer\*innen an sich zu binden. Dass das auch mit qualitativ hochwertigen Inhalten geht, beweist Jack Riley mit der HuffPost seit Jahren.“

### **Wie bringt man Monetarisierung und qualitative Berichterstattung zusammen?**

Zur HuffPost stieß Jack Riley bereits 2013, als er für die damalige Mutterfirma AOL als Head of Audience Development mehrere Marken des Unternehmens betreute. Seit 2015 konzentriert sich seine Arbeit vollkommen auf die HuffPost, für die er von 2015 bis 2017 als Commercial und Audience Development Director und von 2019 bis 2020 auch als Chief of Staff tätig war.

Plattformen wie Substack, Steady und Patreon geben Journalist\*innen immer mehr Möglichkeiten, losgelöst von großen Medienmarken ein eigenes Publikum aufzubauen. Und auch die großen Printmedien richten ihre Geschäftsmodelle immer mehr auf den digitalen Markt aus. Wie kann der Journalismus in diesem immer komplexer werdenden Markt eine zukunftsfähige Position einnehmen? Welche Angebote binden das Publikum nachhaltig an eine Medienmarke? Wie können Verlage Mehrwert für Werbe- und andere Partner\*innen bieten? Und wie wird in all diesen Veränderungen die Qualität der Berichterstattung gewährleistet? Antworten auf diese und weitere Fragen gibt Jack Riley in seiner Keynote auf dem scoopcamp. Weitere Informationen zu den diesjährigen Speaker\*innen und das komplette Programm der Medieninnovationskonferenz werden in Kürze bekanntgegeben.

Ab sofort können Interessierte auf [www.scoopcamp.de](http://www.scoopcamp.de) eine limitierte Anzahl an Tickets (à 129 Euro) für einen persönlichen Besuch der Konferenz erwerben.

#### **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 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. Weitere Informationen zur Veranstaltung unter [www.scoopcamp.de](http://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](http://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](http://www.dpa.com) (deutsch, englisch, spanisch, arabisch)  
Social media: [www.dpa.com/de/social-media](http://www.dpa.com/de/social-media)

**Pressekontakte:**

Theresa von Hurter  
FAKTOR 3 AG  
+49 40-67 94 46 191  
[t.vonhurter@faktor3.de](mailto:t.vonhurter@faktor3.de)

Paula Lauterbach  
nextMedia.Hamburg  
+49 40-8797 986 123  
[paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de](mailto:paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de)

Jens Petersen  
dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH  
+49 40-4113 32843  
[pressestelle@dpa.com](mailto:pressestelle@dpa.com)