

scoopcamp 2009

„Daten, Daten, Daten“



Keynote-Speaker Ulrich Hegge, ehemaliger Geschäftsführer von wunderloop und nun Managing Director des Media Innovation Labs von Hubert Burda Media in München, blickt auf das scoopcamp 2009 zurück.

Ist der anvisierte Austausch zwischen der Web 2.0-Szene und den klassischen Medienunternehmen auf dem scoopcamp 2009 geglückt?

Zu einem großen Teil ja, auch wenn nicht alle „typischen“ Vertreter der Web 2.0-Szene da waren. Was noch fehlte, war ein stärkerer technischer Bereich. Technologie spielt eine Schlüsselrolle für Medien. Aus der Web 2.0-Ecke kommen sehr spannende Entwicklungen, die das nächste Mal mehr Platz bekommen sollten.

Ihre Einschätzung: Sind die Verlage gut für die digitale Zukunft gerüstet?

Nur teilweise. Die digitale Distribution von Inhalten, und die über das Netz möglichen und notwendigen Geschäftsmodelle sind erst einmal weit weg vom klassischen Geschäft – und das hat nach wie vor seine Berechtigung. Auf der anderen Seite ist zu beobachten, dass eine neue Generation in den Verlagen jetzt einen neuen Anlauf startet, die unzweifelhaft vorhandenen Stärken der Verlage, das heißt ihre Marken und Inhalte, im digitalen Kontext noch einmal neu zu denken. Und das wird in den kommenden zwei bis drei Jahren noch einmal sehr spannend.

In letzter Zeit wird viel über Paid Content diskutiert – werden Medienportale dahin zurückkehren, für ihre Inhalte Geld zu verlangen?

Sicher ist, dass für bestimmte Inhalte eine Vergütung verlangt werden wird. Aber dass zum Beispiel flächendeckend Micro-Payments für Inhalte eingeführt werden, die woanders frei erhältlich sind und bezahlt werden müssen, bevor man weiß, ob sie den Erwartungen entsprechen, das glaube ich persönlich nicht.

Was wird Ihrer Meinung nach der nächste große Internet-Trend im Nachrichtenbereich?

Daten, Daten, Daten. Die Einbindung von Daten in Nachrichtenportale in einer Form, die im Print nicht möglich ist, wird die Art der Informationsvermittlung noch einmal gründlich ändern.

Und: Echtzeit. Wer es schafft, in Echtzeit Nachrichten zu strukturieren, zu filtern und in einen Kontext zu setzen, wird sehr spannende Angebote machen können.

Auf dem scoopcamp von Hamburg@work und der dpa kamen am 17. und 18. September rund 200 Vertreter der alten und neuen Medien zusammen und diskutierten kontrovers über die neusten Entwicklungen und Trends der Branche. Bestimmende Themen waren Hyperlokalität, Daten- und Bürgerjournalismus sowie die Frage nach neuen Erlösmodellen für Nachrichtensites.

Lassen Sie das scoopcamp 2009 mit dem Videopodcast von Hamburg@work mit Statements der wichtigsten Köpfe in unserer Mediengalerie auf www.hamburg-media.net Revue passieren. Weitere Videointerviews finden Sie auch auf www.scoopcamp.de

HAW Hamburg

Hamburger erforschen das Internet der Zukunft

Die HAW Hamburg bekommt als bundesweit einzige Fachhochschule einen Förderungszuschlag von der Initiative Germany Laboratories.

Das heutige Internet – vor mehr als 30 Jahren erfunden – verbindet Millionen von Programmen, die alle über das gemeinsame Internet Protokoll (IP) miteinander kommunizieren. Die wachsende Vielfalt neuer Protokolle und Dienste wie IPv6, Mobilität und Gruppenkommunikation macht einen protokollneutralen Einsatz der Schnittstellen für die Anwendungsentwickler zunehmend komplexer. Applikationen sind damit fehleranfälliger geworden. Und so werden neue Anwendungen oft lieber unflexibel und mit geringer Servicequalität entwickelt, um spätere Risiken im Netzwerkbetrieb zu vermeiden. Die Informatiker der HAW

Hamburg arbeiten an der Entwicklung einer Technologie namens HAMcast (Hybrid Adaptive Mobile Multicast), die das Internet zukunftssicher machen soll. Hierfür haben sie jetzt von der Initiative Germany Laboratories (G-Lab) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung Fördergelder in Höhe von über einer halben Million Euro zugesprochen bekommen.

www.hamcast.realmv6.org