

Presseinformation

Content meets Health: Namhafte Unternehmen arbeiten gemeinsam an Inhalten der Zukunft

- Bei Content Foresight Health entwickeln die Teilnehmer*innen Zukunftsszenarien an der Schnittstelle von Content und Health.
- Das Ziel: Neue Geschäftsfelder identifizieren und Ansätze für innovative, zukunftsfähige Geschäftsmodelle erarbeiten.
- Teilnehmer*innen aus unterschiedlichsten Branchen bilden unternehmensübergreifende Teams. Mit dabei sind die Bauer Media Group, BKK VBU, Carlsen Verlag, Eppendorf AG, DER SPIEGEL und die VIA AG.

Hamburg, 13. August 2020 – In der Reihe Content Foresight von nextMedia.Hamburg und dem Cross Innovation Hub der Hamburg Kreativ Gesellschaft erarbeiten Unternehmen in interdisziplinären Teams Antworten auf Fragen der Zukunft. Nach dem letztjährigen Schwerpunkt Mobilität fokussiert sich die zweite Ausgabe auf gemeinsame Entwicklungen und Herausforderungen der Content- und Health-Branche. Mit einem virtuellen Kick-off startet das Programm am heutigen Abend.

Virologen stürmen die Podcast-Charts, Teile der Gesundheitsversorgung finden im digitalen Raum statt und die Corona-Warn-App unterstützt bei der Eindämmung der Pandemie: COVID-19 verschafft dem diesjährigen Themenschwerpunkt „Content meets Health“ auf brisante Weise einen aktuellen Kontext. Für die Akteur*innen der Content- und Health-Branche ergeben sich an der Schnittstelle dieser zwei Zukunftsbranchen neue Handlungsfelder, die im Rahmen von Content Foresight Health erforscht und weitergedacht werden sollen.

Nina Klaß, Leiterin von nextMedia.Hamburg: „Um auf zukünftige Veränderungen adäquat reagieren zu können und eigene Spitzenpositionen auszubauen, sind Unternehmen darauf angewiesen, etwaige Entwicklungspotenziale schon frühzeitig zu entdecken. Unser Programm ermöglicht den teilnehmenden Partnern sowohl einen Blick über kurzfristige Planungshorizonte hinaus als auch die Identifikation konkreter Anforderungsprofile für neue Geschäftsmodelle und -bereiche. Sie können auf diese Weise ihre Zukunftsfähigkeit stärken.“

In welchen Umgebungen und Szenarien werden Inhalte künftig gebraucht und über welche Medien und Technologien transportiert? Inwiefern bergen Prozesse und Geschäftsmodelle der Gesundheitsbranche ein Innovationspotenzial für die Contentbranche – und umgekehrt? Welche Trends und Entwicklungen lassen sich an der Schnittstelle identifizieren, welche Thesen und Utopien formulieren? Diese und viele weitere Fragen wirft das Innovationsprogramm von nextMedia.Hamburg und dem Cross Innovation Hub auf, das in diesem Jahr mit den Foresight- und Innovationsexpert*innen von Rohrbeck Heger durchgeführt wird. Foresight-Methoden setzen weit vor anderen Innovationsmethoden an und zeigen dank der Definition sogenannter „Opportunity Spaces“ zukünftige Tätigkeitsfelder auf. Von der Medizintechnik über die Themenbereiche Versorgung und Vorsorge bis hin zur Pflege antizipieren die Teilnehmer*innen in drei Projektphasen den Content von Morgen.

Dr. Markus Dömer, Head of Business Development & AR/VR TechHub beim Carlsen Verlag, unterstreicht die Relevanz des diesjährigen Schwerpunkts: „Das Thema Gesundheit ist

eines der relevantesten und präsentesten Themen unserer Zeit. Wir sehen einen großen Bedarf darin, Kinder und Jugendliche mit zielgruppenspezifisch aufbereiteten Informationen und Hilfestellungen zum Thema Gesundheit zu versorgen. Eine direkte Kooperation zwischen Inhalteproduzent*innen und Umsetzungs-Akteur*innen, wie zum Beispiel Krankenkassen oder Industrieunternehmen, erscheint uns darum extrem wichtig und erfolgversprechend, nicht zuletzt, weil so die Botschaft und die intendierte Aktion enger zusammenrücken.“

Nils-Joachim Bauer, Customer Relations Manager bei MaibornWolff, ergänzt: „Die inhaltliche Ausrichtung unterstützt nicht nur unser Bemühen, in diesem Marktsegment weitere Expertise zu sammeln, sondern ist vor allem eine Motivation für unsere Kolleg*innen, über den Tellerrand der operativen Aufträge in die Zukunft zu schauen. Das Miteinander aus Branchenunternehmen, Technikpartner*innen und kreativen Unternehmen hat uns schon im ersten Content Foresight Programm sehr inspiriert. Wir freuen uns auf spannende Workshops, Insights, Outlooks und Begegnungen.“

Neben dem Carlsen Verlag und MaibornWolff stellen die Bauer Media Group, die BKK VBU, die Eppendorf AG, DER SPIEGEL und die VIA AG die weiteren Teilnehmer*innen, die sich in interdisziplinären Teams zusammensetzen werden.

Im Rahmen des Projekts kooperieren nextMedia.Hamburg und der Cross Innovation Hub der Hamburg Kreativ Gesellschaft zudem mit der Deutschen Presse-Agentur, Gesundheitswirtschaft Hamburg und Life Science Nord.

Weitere Infos zu Content Foresight finden sich [hier](#).

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft. Sie wird als Public-Private-Partnership von der Freien und Hansestadt Hamburg sowie engagierten Unternehmen und innovativen Akteuren getragen. nextMedia.Hamburg ist seit 2018 Teil der Hamburg Kreativ GmbH. Mit Unternehmen, Start-ups, Institutionen und Hochschulen aus den Wirtschaftsbereichen Presse- und Rundfunk, Werbung, Musik, Software und Games, Film, Buch sowie internationalen Digitalplattformen ist sie das europaweit größte und diverseste Netzwerk ihrer Art.

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.

Pressekontakte:

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

Marc Eppler
nextMedia.Hamburg
+49 40-8797 986 127
marc.eppler@nextmedia-hamburg.de