

## PRESSEMITTEILUNG

### City of Content-Tour **nextMedia.Hamburg bietet exklusive Einblicke in Hamburgs Top-Medienunternehmen**

- Am vergangenen Freitag ist die Standortmarketingkampagne „City of Content“ auf Tour gegangen
- 30 Content-Schaffende waren mit dabei, darunter junge Gründer\*innen, Berufseinsteiger\*innen, Absolvent\*innen und New Leaders
- Gemeinsam haben sie die fünf Unternehmen besucht, die in der ersten und zweiten Runde der Kampagne für den Hamburger Medienstandort geworben haben

**Hamburg, 27. November 2022 – Am vergangenen Freitag hat die Standortmarketingkampagne „City of Content“ mit einer Bustour ihren gebührenden Jahresabschluss gefeiert. Von über 50 Bewerber\*innen wurden 30 Content-Schaffende ausgewählt, um sich mit den wichtigsten Player\*innen der Hamburger Content-Branche auszutauschen und zu netzwerken.**

Mit der Standortmarketingkampagne „City of Content“ hat nextMedia.Hamburg die wichtigsten Medienunternehmen und Content-Schaffenden der Stadt zusammengebracht. Fest etablierte Größen der Medienbranche wie der NDR, aber auch jüngere Unternehmen wie die Podstars by OMRund Start-ups wie musicube, die mit ihren innovativen Ideen zukunftsfähige Unternehmen aufbauen.

Sie alle haben am vergangenen Freitag, den 25. November, ihre Türen für junge Content-Schaffende geöffnet, um ihnen die Chance zu geben, ihre zukünftige Arbeitswelt aus nächster Nähe kennenzulernen. Das Ziel der Kampagne – die Vielfalt und die Vorteile des Hamburger Standorts für die Content-Branche vorzustellen – wurde somit zum gebührenden Abschluss noch einmal unterstrichen.

#### Von Lokstedt über die Sternschanze nach Ottensen

Seinen Anfang nahm die Tour im Haus des NDR in Rotherbaum: Typisch hamburgisch wurden die Teilnehmer\*innen mit Kaffee und Franzbrötchen begrüßt, ehe sie die Gelegenheit hatten, sich mit Mitarbeiter\*innen aus dem TikTok-Team der Tagesschau, der Podcast-Abteilung des NDR, der STRG\_F-Redaktion und den zwei N-Joy Morningshow-Sprecher\*innen auszutauschen. Ihren zweiten Stopp machten die Teilnehmer\*innen im Büro der Podstars in der Sternschanze, wo sie nach einer ausgiebigen Führung durch die Studios und informativen Einblicken in die Formatentwicklung der Podstars ein gemeinsames Mittagessen im Braugasthaus Altes Mädchen erwartete.

**Kommentiert [PL1]:** Da die Kampagne weiter geht, sollten wir eher sowas wie Jahresabschluss oder Finale oder so schreiben...

**Kommentiert [J2R1]:** Habe ich angepasst, danke!

Weiter ging es von dort zum Studio der Rocket Beans, wo es im Anschluss an einen Streifzug durch die übrigen Büros der Beans eine Fragerunde zu Streamingangeboten und Gaming-Show-Formaten gab. Im Anschluss ging es mit dem Bus zur letzten Station der Tour nach Ottensen, wo in den Gebäuden des Carlsen Verlags zunächst die Gründerin des Musik-KI-Start-ups musicube ihre Start-up-Journey vorstellte.

„Es war eine sehr schöne Erfahrung, mit aufstrebenden Contentschaffenden über die Möglichkeiten zu sprechen, die die Hamburger Gründungsförderung anbietet“, sagt Agnes Chung, Co-Founderin von musicube über die Kampagnentour. „Die ‚City of Content‘-Kampagne war für uns die Gelegenheit, unsere Start-up-Journey zu reflektieren, und mit dem Abschluss-Event hatten wir die Gelegenheit, unsere Erfahrung mit anderen zu teilen und sie zur Gründung zu inspirieren. Wir sind gespannt darauf, zu sehen, wie viele der Teilnehmenden von heute in Zukunft ihre Ideen hier in Hamburg verwirklichen werden.“

Zu guter Letzt erwartete die Teilnehmer\*innen eine Tour durch das preisgekrönte Bürogebäude des Carlsen Verlags, bei dem sie einen Einblick in den Verlag als Arbeitgeber erhalten konnten. Nach dem offiziellen Ende ließen die Teilnehmer\*innen und die Organisator\*innen der Tour den Tag gemeinsam bei Essen, Getränken und ein paar Runden Tischtennis ausklingen.

„Ich wusste natürlich von Anfang an, dass es eine besondere Chance ist, einen Einblick in führende Content-Unternehmen wie die Podstars oder Rocket Beans TV zu bekommen“, sagt Lea Burgdorf, Team Lead 9:16 Shows bei wecreate über ihre Teilnahme an der Bustour. „Aber ich hätte nicht erwartet, mich so persönlich und herzlich mit vielen der Mitarbeitenden dieser Unternehmen auszutauschen. Die Tour war super strukturiert, und ich finde es sehr beeindruckend, wie viele interessante Köpfe ein Teil dieser Veranstaltung waren. Die Kontakte, die ich heute geknüpft habe, sind auf jeden Fall sehr wertvoll – und nicht nur für mein berufliches Netzwerk.“

### Ein gebührender Abschluss für die „City of Content“-Kampagne

„Wir sind sehr stolz auf die Vielfalt der Hamburger Content-Branche und freuen uns darüber, dass wir für unsere Kampagne so viele spannende und innovative Unternehmen gewinnen konnten“, kommentierte Dr. Nina Kläß, Leiterin von nextMedia.Hamburg das vorläufige Abschlussevent der Kampagne. „Nichts könnte einen gebührenderen Abschluss für das erste Jahr unserer Kampagne darstellen, als jungen Content-Schaffenden die Gelegenheit zu geben, diese Unternehmen selbst kennenzulernen.“

#### 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).

#### 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 40-23 72 435 68  
[paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de](mailto:paula.lauterbach@nextmedia-hamburg.de)