

**welt**

# **FUTURE OF HEALTH.**

**EINE INITIATIVE VON WELT FÜR  
DIE GESUNDHEITSBRANCHE**

24. MAI 2023

media **impact**—





**„ „Was das wieder kostet“, heißt es nur zu oft bei medizinischer Innovation, was ein fataler, brutaler Irrtum. Schließlich ist menschliches Leben nicht nur unbezahlbar, medizinische Innovation sorgt in einer alternden Gesellschaft dafür, dass das Gesundheitssystem finanziell tragfähig bleibt. Deshalb müssen wir dort nicht nur noch besser werden, sondern schneller, individueller und – wie so oft – digitaler.“**

**Ulf Poschardt, Chefredakteur WELT**

# FUTURE OF HEALTH

Wir erleben den Beginn einer Ära der Selbstverantwortung - besonders auf dem Gebiet der Gesundheit.

Immer mehr neue Akteure drängen mit gesundheitsorientierten Angeboten in diesen Markt. Komplementäre Behandlungsformen ergänzen zunehmend die klassische Schulmedizin. Der Anteil älterer Menschen wächst, während die Digitalisierung unaufhaltsam für immer neue Revolutionen sorgt.

**Kurzum: Wir sind auf dem Weg in eine hochgradig vernetzte Gesundheitswelt, in der jeder Einzelne seine Gesundheit aktiv und datenbasiert beeinflussen kann.**

**Aber was bedeutet die Transformation, die gleich auf mehreren Ebenen stattfindet, für die Player der Healthcare-Branche? Wie begegnen sie den vielschichtigen Herausforderungen?**

Im Rahmen des WELT Summits FUTURE OF HEALTH gehen wir mit unseren Partnern aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft in einen interdisziplinären Wissenstransfer zu den Fokusthemen: E-Health, Medizintechnik 2.0, Forschung und neue Therapieformen.

\*Unter Einhaltung der dann geltenden Corona-Sicherheitsmaßnahmen

## WELT SUMMIT FUTURE OF HEALTH

24. Mai 2023

### LOCATION

Berlin, Axel-Springer-  
JOURNALISTENCLUB\*

### GÄSTE UND SPEAKER

Top-Level-CEOs sowie Experten und Expertinnen aus der Gesundheitsbranche, die sich mit dem Thema Future of Health intensiv auseinandersetzen.

# MÖGLICHE GÄSTE UND SPEAKER



**Prof. Dr. Karl  
Lauterbach**

Bundesminister für Gesundheit  
in Deutschland



**Jochen A.  
Werner**

Ärztlicher Direktor und  
Vorstandsvorsitzender  
des Universitätsklinikum  
Essen



**Daniel  
Mathrath**

CEO Ada Healthcare  
App



**Dr. Ingrid  
Wünning Tschol**

Direktorin BOSCH Health  
Campus



**Nikolay  
Kolev**

Managing Director  
Deutschland, Doctolib



**Özlem  
Türeci**

Gründerin von  
BioNTech



**Nora  
Blum**

Gründerin und  
CEO Selfapy



**Thomas  
Strüngmann**

Gründer des  
Pharmaunternehmens  
Hexal und Investor



**Peter  
Schreiner**

CEO von  
gesund.de



**David  
Feinberg, MD**

Vorstand  
Oracle Health

# THEMEN IM FOKUS



## E-HEALTH

E-Health-Anwendungen werden bis 2040 massiv ins deutsche Gesundheitssystem und somit in privaten Haushalten Einzug halten. Eine weitreichende kosteneffiziente medizinische Versorgung wird so in den eigenen vier Wänden möglich.

Doch Anwendungen, wie die elektronische Patientenakte, DIGA, E-Rezept, Telemedizin uvm. sind komplex. Die Umsetzung lässt auf sich warten, obwohl die Zeit drängt.

**Welche Themen müssen jetzt priorisiert werden? Wo ist eine digitale Verzahnung essenziell?**



## MEDIZINTECHNIK 2.0

In Zukunft wird der Wert eines medizinischen Geräts allein den Umsatz nicht steigern. Stattdessen sind es digitale Lösungen, die Geräte, Daten und Echtzeitanalysen bündeln.

Medtech oder Medizintechnik 2.0: Wo stehen die digitalen Vorhaben in Technik, Nutzerfreundlichkeit und Akzeptanz?

Smart Hospital: Wie verändert die Simulation von Organwelten und die virtuelle Darstellung anatomischer Gegebenheiten die moderne Medizin?

# THEMEN IM FOKUS



## FORSCHUNG

Die Entwicklung und Zulassung des Corona-Impfstoffs zeigt, wie effizient neue Medikamente zugelassen werden können.

Was bedeutet die Beschleunigung der Forschung für den Gesundheitsmarkt? Kann das als Vorbild für andere Indikationen, z.B. Krebsimpfstoffe gelten?

Brauchen wir neben der beschleunigten Forschung auch effizientere Zulassungsmethoden?



## NEUE THERAPIEFORMEN

Individualisierung der Medizin und patientenindividuelle Medikation sind wichtige Innovationsfelder der Gesundheitsversorgung. Indikationen werden nicht nur auf Gesundheitsdaten basieren, sondern mit Omics- und Lifestyle-Daten kombiniert.

Welche Bedeutung hat iHealth und welche neuen Therapieformen entstehen dadurch? Wie werden Volkskrankheiten wie Diabetes, Herzinfarkt, Cholesterin, etc. in Zukunft behandelt?

# WIR SETZEN IHR THEMA IN DEN FOKUS



Das Thema FUTURE OF HEALTH ist vielfältig und bietet Herausforderungen in unterschiedlichsten Branchen.

Wir sind sehr offen für andere Diskussionsfelder, wie z.B.:

Welche Bedeutung hat die digitale Transformation für Healthcare-Unternehmen? Welche Rolle spielen Tech-Unternehmen? Wie sollte das Gesundheitssystem der Zukunft sein? Was bedeutet Holistic Health? etc.

Lassen Sie uns gern sprechen!

# AN DIESEN USP<sub>s</sub> LASSEN WIR UNS MESSEN



## AGENDA-SETTING

Gemeinsame Kommunikation von relevanten Themenkomplexen  
(= Purpose- / Change-kommunikation) inkl. Positionierung von relevanten Thought-Leadern



## NETZWERK ERLEBEN

Interaktion mit den gewünschten Zielgruppen (TOP-Politiker und High-Level B2B-Entscheider) durch gemeinsam initiierte passgenaue Kontaktpunkte mit der Kraft des Axel Springer Netzwerks



## STORYTELLING

Überführung der Themeninhalte in reichweitenstarke Branded Content Formate wie z.B. Brand Stories, Branded Podcasts oder Social-Media-Push-Aktionen (paid, owned, earned)



## PR-EFFEKTE

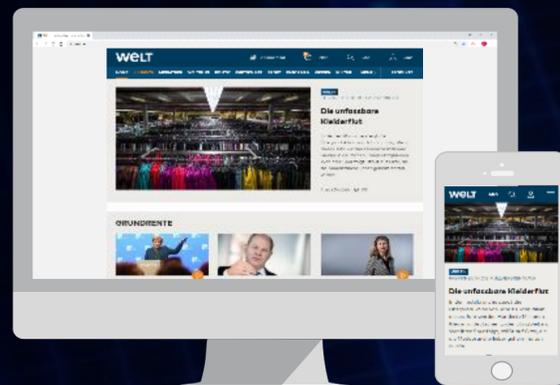
Profitieren Sie von den PR-Effekten über die B2B Kommunikation von Axel Springer, die redaktionelle Nachberichterstattung in Print und über sämtliche Social-Media-Kanäle

CROSSMEDIALE REICHWEITE VON WELT

# DIE STRAHLKRAFT VON WELT

Unsere Veranstaltungen werden medial über das gesamte Spektrum der WELT Gruppe gepusht und inhaltlich begleitet!

## WELT DIGITAL



20,56 MIO. UNIQUE USER<sup>1</sup>

## WELT FERNSEHEN



1,408 MIO. NETTOSEHER  
1,7% MARKANTEIL<sup>4</sup>

## WELT PRINT



VERKAUFTE AUFLAGE  
WELT PRINT GESAMT:  
403.450 EXEMPLARE<sup>2</sup>

## WELT SOCIAL



24,7 TSD.  
FOLLOWER LINKEDIN

>1.5 MIO.  
FOLLOWER TWITTER

## WELT EVENTS



BIS ZU 500 GÄSTE  
VOR ORT UND DIGITAL  
ZUGESCHALTET

Die WELT Mediengruppe erreicht crossmedial über 1.2 Mio. Entscheider pro Monat<sup>3</sup> Entscheider sind dabei definiert als „leitendes Angestellte“, „leitende Beamte“, Selbstständige mit mind. Sechs Mitarbeitern sowie freie Berufe mit mind. einem zusätzlich Beschäftigtem.

<sup>1</sup>agof daily digital facts, Basis: digitale WNK 16+ Jahre (61,14 Mio.); Einzelmonat Juni 2022; abgerufen am: 15.09.2022

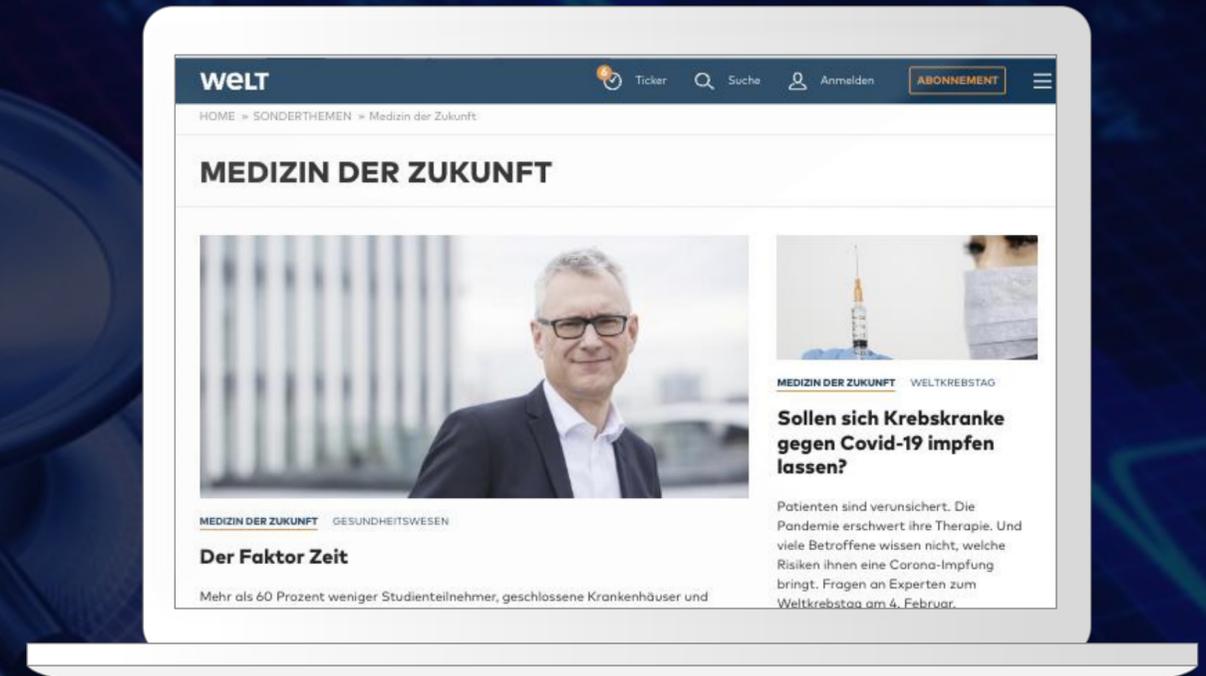
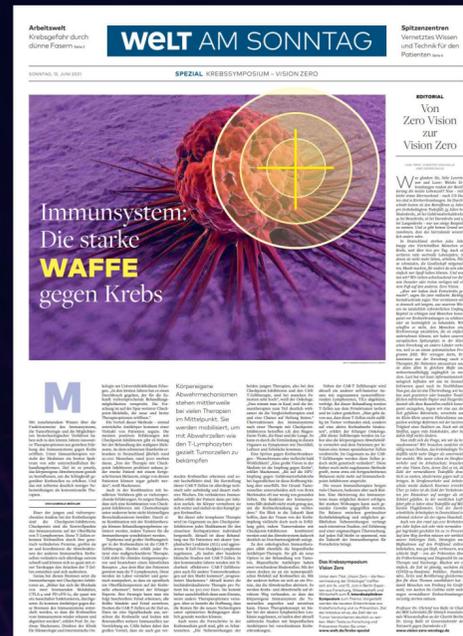
<sup>2</sup>WELT Print Gesamt, IVW III 2022

<sup>3</sup>Axel Springer SE - 2022, erstellt mit mds online: <http://www.mds-mediaplanung.de>

<sup>4</sup>AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE1.4, Mo-So 6-1 Uhr, ZG E 14-49 J., enthält vorläufig gewichtete Daten, Marktstandard: AGF-Standard\TV, Stand: 9/2022

FUTURE OF HEALTH 2023

# KOMMUNIKATIONSUMFELDER BEI WELT



EINWÖCHIGE SERIE VOR DEM SUMMIT  
UND NACHBERICHTERSTATTUNG

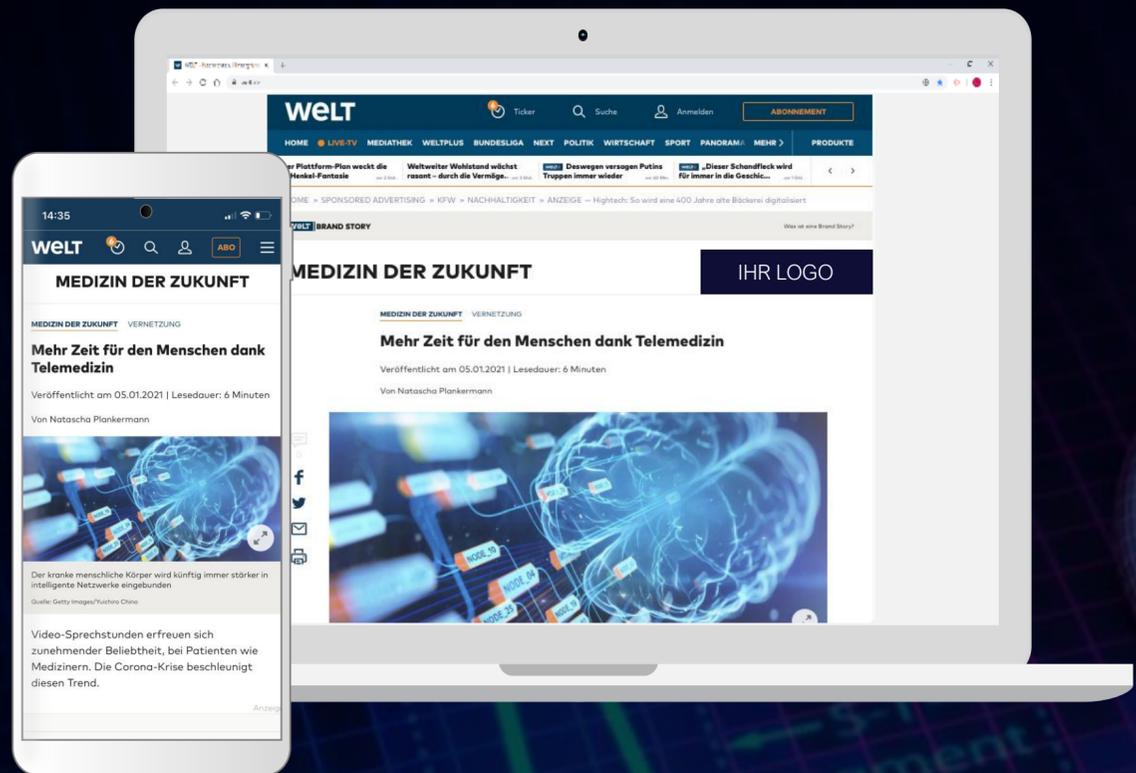
KLASSISCHE ANZEIGEN IN DIE WELT  
UND WELT AM SONNTAG

ZU IHREM WUNSCHDATUM

IHRE BRAND STORY AUF DER WELT DIGITAL  
HOMEPAGE

DER DREIERSCHLAG FÜR IHREN ERFOLG

# IHRE FUTURE OF HEALTH STORY



Über eine Brand Story auf WELT Digital werfen wir einen Blick auf ihr Unternehmen / legen den Fokus auf ihr Kommunikationsthema. [Umsetzungs-Beispiele finden Sie hier.](#)

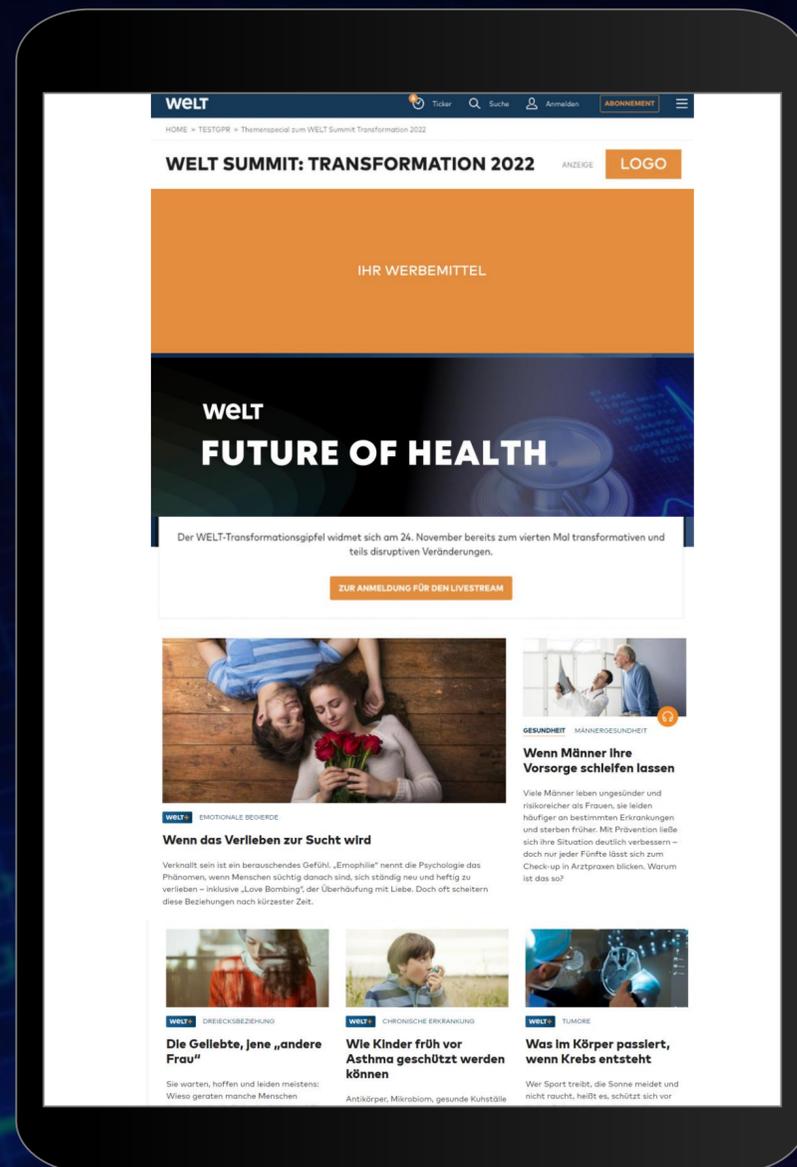


Wir vernetzen Sie auf dem Event mit Partnern, die die Zukunft der Gesundheitsbranche mit vorantreiben und geben Ihnen eine Bühne für Ihre Kommunikationsthemen.



Platzieren Sie Ihre Anzeigen im passenden redaktionellen Umfeld der Serie im Vorfeld und/oder Special zur Nachberichterstattung in DIE WELT und WELT AM SONNTAG

# THEMENSPECIAL GESUNDHEIT AUF WELT DIGITAL



## Themenspecial: Inhalte

Die Schwerpunkte des WELT SUMMITS FUTURE OF HEALTH werden aufgegriffen und in einem eigenen Channel gebündelt. Dabei werden redaktionelle Artikel rund um unsere Themenschwerpunkte kuratiert, sodass ein perfektes Kommunikationsumfeld für Ihre Marke und Zielgruppe entsteht.

## Themenspecial: Sponsoring

Im Zentrum stehen Sie als Sponsor des Specials. Dort werden Sie mit Ihren Werbemitteln<sup>1</sup> und einem Presenting Header sowie Footer nah am redaktionellen Content platziert.

Zusätzlich wird Ihr Logo aufmerksamkeitsstark in der eigens für den FUTURE OF HEALTH geschaffenen redaktionellen Bühne auf der WELT Startseite<sup>2</sup> platziert.

<sup>1</sup>Sitebar und Medium Rectangle

<sup>2</sup>Home Bühne erst ab Paket M | Laufzeit: 2 Tage

VERLÄNGERUNG IN WELT FERNSEHEN

# IHRE MARKE IM FERNSEHEN

## Ihre Message im Umfeld von „WELT Gesundheit“

Erweitern Sie Ihre Reichweite mit einer Integration bei unserem TV-Sender WELT Fernsehen, z.B. mit dem „WELT Gesundheit“ Programmtrailer.

Die von Franca Lehfeldt und Hendrik Streeck moderierte Sondersendung zu „Future of Health“ im Format „WELT Gesundheit“ bietet Ihnen ein thematisch passendes Umfeld für Ihre Marke.

## Mögliche TV-Präsenz:

- + TV-Trailer-Sponsoring
- + TV-Trailer- und Programm sponsoring
- + Brand Story

Visoon unterstützt Sie bei der Umsetzung Ihrer TV-Integration.



WIR INTEGRIEREN SIE ALS PARTNER IN ALLEN KOMMUNIKATIONSMITTELN

# EVENT-KOMMUNIKATION



Logo-Integration in der Einladung und Agenda



# IHRE ANSPRECHPARTNER



**Elmar Tentesch**  
Leiter Business Unit Healthcare



**Region Nord**  
**Christoph Roßmann**  
Senior Sales Manager  
Healthcare



**Region Mitte**  
**Arne Sill**  
Senior Sales Manager  
Healthcare



**Region Süd**  
**Anett Hanck**  
Senior Sales Managerin  
Healthcare

📍 **Media Impact GmbH & Co. KG**  
Münchener Str. 101/09  
85737 Ismaning

📍 **Media Impact GmbH & Co. KG**  
Axel-Springer-Platz 1  
20350 Hamburg

📍 **Media Impact GmbH & Co. KG**  
Axel-Springer-Platz 1  
20350 Hamburg

📍 **Media Impact GmbH & Co. KG**  
Münchener Str. 101/09  
85737 Ismaning

📱 Mobil: +49 (0) 172 775 9127

📱 Mobil: +49 (0) 151 168 300 37

📱 Mobil: +49 (0) 151 150 903 60

📱 Mobil: +49 (0) 151 440 477 66

🌐 [elmar.tentesch@axelspringer.com](mailto:elmar.tentesch@axelspringer.com)

🌐 [christoph.rossmann@axelspringer.com](mailto:christoph.rossmann@axelspringer.com)

🌐 [arne.sill@axelspringer.com](mailto:arne.sill@axelspringer.com)

🌐 [anett.hanck@axelspringer.com](mailto:anett.hanck@axelspringer.com)