

Der Healthcare-Markt von morgen



Viertes Healthlab mit den Gastgebern und Referenten: Michael Samak, Kay Laybinski, Dominik Pfüringer, Robert Pölzer, Justin Liesenfeld, Nora Zetsche, Simone Spuler und Natalia Karbasova © Daniel Grund for HBM

Neue Location, etabliertes Event für Entscheider der Healthcare-Branche: Am vergangenen Mittwoch luden *BCN* und die nationalen Burda-Mediengruppen *BurdaStyle*, *BurdaLife*, *BurdaNews* und *BurdaHome* zum vierten *Healthlab by Burda* ein. Zum ersten Mal versammelte die exklusive Plattform für Information, Inspiration und Networking die Gäste dabei im „Hoch5“ in München. 120 führende Branchenvertreter waren der Einladung gefolgt. Wie digital wird Gesundheit werden? Wie selbstbestimmt wird der Patient der Zukunft sein? Welche Geschäftsmodelle prägen den Markt? Diese Fragen bestimmten die Gespräche des Tages.

Gemeinsamer Weg

Burda-Vorstand Philipp Welte zog in seinem Vortrag Parallelen zwischen der Medien- und der Gesundheitsbranche und den fundamentalen Veränderungen durch die Digitalisierung, mit denen beide Industrien konfrontiert sind.

„Wir stehen vor den gleichen immensen Herausforderungen. Und ich bin überzeugt, dass die Zukunft für uns eine ist, in der wir Dinge gemeinsam angehen werden.“

Philipp Welte, Vorstand Hubert Burda

Rollenmodell dafür ist der „Zukunftspakt Apotheke“, den Burda mit der Apothekergenossenschaft NOWEDA geschlossen hat.

Von unheilbar zu heilbar? Eine Gen-Schere in der Diskussion

Wie die Digitalisierung das Gesundheitswesen beeinflusst, zeigten beim Healthlab eine ganze Bandbreite an Fachvorträgen unter Moderation von *Bunte*-Chefredakteur Robert Pölzer. Die Universitätsprofessorin Simone Spuler erforscht die Ursachen genetisch bedingten Muskelschwunds und Therapien für Erkrankte – sie sprach über die Chancen der Gen-Schere „Crispr/Cas9“.

Fitness als neue Religion

Wie man sich bestmöglich fit halten kann, und so gar nicht erst zum Arzt muss, ist Thema von Natalia Karbasova (*Burda Bootcamp*). Die Gründerin des *Burda Fit Tech Summits* hatte die neuesten „Wellbeing“-Trends aus dem Silicon Valley mitgebracht. Die beste Version seiner selbst zu sein – vor allem für Jüngere gehört das zum Alltag. Davon profitieren Boutique-Fitness-Konzepte, Community-basierte Fitness und Fitnessprogramme für zuhause – zum Beispiel vor einem virtuellen Spiegel, der die Übungen korrigiert.

Der selbstbestimmte Patient

„Wir kratzen in der Digitalmedizin erst an der Oberfläche“, sagte die Ärztin und Gründerin Nora Zetsche. Zetsches in New York gegründete Firma Veta Health sammelt Daten anhand von Wearables oder der in den USA bereits eingeführten elektronischen Gesundheitskarte, aber auch Daten aus dem Alltag der Patienten, zum Beispiel zur Medikamenteneinnahme und wertet sie für Ärzte aus. Die App „begleitet“ damit einen Patienten, sobald er das Krankenhaus verlassen hat, schafft Transparenz und bestärkt ihn in seinem Selbstmanagement. Gleichzeitig lassen sich Behandlungskosten sparen und die Qualität der Behandlung verbessern. 40.000 Nutzer hat Veta Health bereits – und will auch in Deutschland weiter wachsen.

Daten: Kommt drauf an, was man daraus macht

Daten sind nicht das Öl, sondern das Rohöl der heutigen Zeit – dies fasste der Unfallchirurg und Start-up-Berater Dominik Pförringer in seinem humorvoll-pointierten Vortrag zusammen. „Beherrschen die Daten den Arzt oder beherrscht der Arzt die Daten?“ war Frage seiner Statusanalyse. „Der intelligente Umgang mit Daten bestimmt die Reise“, konstatierte Pförringer.

„Eine Institution“

Bei den Gästen kam die vierte Ausgabe des HealthLabs sehr gut an. Marco Scott,

Geschäftsführer der Agentur Mediaplan: „Das Healthlab by Burda ist in meinem Terminkalender fest eingetragen. Mit seiner Mischung aus Networking und Fachvorträgen ist es mittlerweile eine Institution.“ Initiator und BurdaLife-Geschäftsführer Kay Labinsky freute sich über den großen Zuspruch:

„Er bestätigt die Relevanz einer solch exklusiven Austauschplattform für die Gesundheitsbranche und auch unseren Anspruch, hier als Media- und Tech-Unternehmen eine führende Rolle zu spielen.“

Kay Labinsky, BurdaLife-Geschäftsführer

„Die Gesundheitsbranche ist schon heute einer der Top-Umsatzbringer im Werbemarkt. Die zahlreichen Health-Initiativen um Mylife und auch die Gespräche im Rahmen des Health Labs werden uns auch 2019 helfen, in dieser Branche weiter zu wachsen.“

Michael Samak, BCN-Geschäftsführer

Gutes Essen – auch das gehört zur Healthlab-Vernetzungsphilosophie. So konnten die Gäste in diesem Jahr gemeinsam mit den YouTube-Stars „Sizzlebrothers“ angrillen und sich auf der Dachterrasse des Hoch5 noch bis spät in den Abend hinein austauschen.

von **Christiane Blana**
Senior PR Manager - BCN, C3, Forschung
christiane.blana@burda.com



Kategorie **Marken**

Schlagwörter **FitTech Summit, Health Lab, HealthLab by Burda, Mylife**

Adresse (URL) **<https://www.burda.com/de/news/der-healthcare-markt-von-morgen/>**