

## FORESIGHT-DRIVEN INNOVATION AN DER SCHNITTSTELLE CONTENT/HEALTH

Das Ziel von sogenannter Foresight-Driven Innovation ist, Zukunftsentwicklungen frühzeitig zu erkennen, um so die Explorations- und Exploitationsphasen von Innovation vorzubereiten und zu steuern. Foresight befasst sich demnach mit dem (unscharfen) Front-End von Innovationen, der Fokus liegt auf dem Erkennen von Chancen als Vorbereitung der nachfolgenden Schritte. Das Ziel ist, einen Zeitpunkt oder eine Reihe von Umständen zu identifizieren, die zukünftige Produkt- oder Dienstleistungschancen eröffnen könnten – zukünftige Herausforderungen, die in konkretere Lösungen umgesetzt werden müssen.

Die Digitalisierung zum Beispiel verändert noch immer massiv viele Branchen und ihr Potenzial ist noch lange nicht vollständig verstanden. In der Medienbranche lässt sich nach wie vor ein massiver Wandel in der Mediennutzung beobachten – mit unklaren Auswirkungen für die Marktteilnehmer\*innen. Im Gesundheitssektor schafft die Digitalisierung dagegen enorme Chancen. Aber auch darüber hinaus entstehen viele neue Möglichkeiten, die sich nicht klar zuordnen lassen. Beispielsweise an der Schnittstelle beider Bereiche durch Roboterassistenten wie [SARA](#), die weit über die reine medizinische Unterstützung hinausgehen und Inhalte an ältere und hilfsbedürftige Menschen vermitteln. Oder durch „gamifizierte“ Heilverfahren wie [Sidekick](#), die individualisierte Behandlungen durch Verhaltensänderungen zum Ziel haben. In beiden Fällen wurde auf der Grundlage bestehender Bedürfnisse Chancen erkannt und mit neuen Möglichkeiten, die durch neue Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse eröffnet wurden, kombiniert.

Die gängigsten Methoden aus dem Innovationsspektrum reichen jedoch lediglich von der Erkundung eines Problemraums über die Suche nach möglichen Lösungen für die erkannten Problem bis hin zur Iteration von marktgerechten Lösungen, der Suche nach dem besten Geschäftsmodell und der Vorbereitung zur Skalierung. Viele Innovationsmethoden und -techniken konzentrieren sich darauf, konkrete Probleme zu verstehen, Lösungen zu finden und zu einer hohen Marktfähigkeit in der Gegenwart zu gelangen. Aber was ist, wenn Sie ein neues Feld erkunden möchten, ein mögliches zukünftiges Geschäftsfeld und mögliche Chancen in der Zukunft?

Foresight-Driven Innovation hilft dabei, ebensolche *Chancenräume* der Zukunft zu identifizieren und zu verstehen. Es schafft die Voraussetzungen für Methoden wie human-centred Design, Design Thinking oder andere lösungsorientierte Innovationsmethoden, die im Anschluss angewandt werden können.

Dabei liefert Foresight nicht das eine Produkt der Zukunft. Es eröffnet einen Chancenraum, ein Feld, das nicht so breit ist wie beispielsweise die Zukunft des Lernens, aber auch keinen spezifischen Zukunftsbedarf, der direkt mit einer Lösung angegangen werden kann. Die Methoden und Werkzeuge der Zukunftsforschung [Horizon Scanning](#), [Opportunitätsradare](#), [Szenario-basierte Entscheidungsfindung](#), [Future Experience Groups](#) und [Future Fitness Tests](#) können das Innovationsmethoden-Toolkit in frühen Entwicklungsphasen erweitern. Genau in den Bereichen und Phasen, die durch hohe Unsicherheit – zum Beispiel in Zeiten massiver Veränderungen durch die Coronakrise – gekennzeichnet sind.

## Wie genau trägt Foresight zur Entwicklung neuer Geschäftsfelder bei?

Das Spektrum der Foresight-Methoden ermöglicht es, Chancenräume durch die Modellierung komplexer Systeme zu verstehen und zu erforschen, unerwarteten Wandel, Überschneidungen und mögliche Opportunitäten aufzudecken und schließlich eine Fokussierung auf die vielversprechendsten Chancen für eine Organisation zu ermöglichen.

Die ersten Schritte werden in der Regel durch Markt- und Kundentrends, technologische oder gesellschaftliche Veränderungen, ökologische, rechtliche oder politische Unsicherheiten, aber auch von eigenen Beobachtungen und von Erwartungen oder der Angst vor dem, was kommen wird, gefüttert. Auf Basis dieser Sammlung können systematisch Szenarien, also plausible zukünftige Zustände, modelliert werden. Anschaulich dargestellt zum Beispiel durch den „Futures Cone“ (J. Voros Erläuterungen [hier](#)). Durch diese langfristige Perspektive können wir systematisch die Risiken und Chancen in den möglichen Zukünften identifizieren. Wir können uns mit Fragen befassen wie: Wo können Probleme im Gesundheitswesen der Zukunft entstehen, wie werden in Zukunft Medien und Inhalte konsumiert, welche gemeinsamen Nenner haben Felder wie Content und Health? Was sind wahrscheinliche, vielversprechende Chancen der Zukunft? Wie passt das zu den bestehenden Marktteilnehmer\*innen? In welchen der vielen möglichen Zukünfte spielen die verschiedenen Chancen und Probleme eine Rolle?

Diese ersten Schritte können helfen, die Auswirkungen von Veränderungen zu verstehen, nicht nur im Allgemeinen, sondern auch im Kontext einer Branche oder einer einzelnen Organisation.

Wirklich wertschaffende Corporate Foresight-Praktiken enden hier jedoch nicht. Wenn richtig angewandt, unterstützt Corporate Foresight Unternehmen dabei, die Zukunft besser zu verstehen, zu erkennen, wohin sich das Umfeld entwickelt. Gleichzeitig kann die Zukunft aber auch konkreter gestaltet werden, indem Chancen im Unternehmenskontext bewertet und die vielversprechendsten identifiziert werden – auf Grundlage der vorhandenen Ressourcen, der Fähigkeiten, des Netzwerks, der Ambitionen und der Strategie. Es hilft beim Verstehen, Erkunden und Managen in unsicheren Zeiten. Hier gibt es ausführlichere Artikel und Informationen dazu.

nextMedia.Hamburgs Programm *Content Foresight Health* wird in zwei Branchen eintauchen, die sich schnell verändern. Durch die Bündelung von Kompetenzen aus beiden Branchen in

einem kooperativen und partizipativen Ansatz ist das Programm ein vielversprechender Versuch, bisher unentdeckte Potenziale und Chancen an der Schnittstelle der beiden Bereiche aufzudecken. Auf den ersten Blick mag die Verbindung nicht offensichtlich sein, aber bei genauerem Nachdenken ergeben sich schnell eine Vielzahl an Fragen: Wie wird Content in Zukunft übertragen? Wie wird dadurch die mögliche Zielgruppe auf Menschen ausgedehnt, die bisher nicht erreicht werden konnten? Wie verbessert sich dadurch das Leben von Menschen? Wie können Behandlungen durch eine effektive, technologiegestützte und/oder spielerische Übertragung von personalisierten Behandlungsplänen verbessert werden?

Sobald man etwas tiefer eintaucht, erkennt man schnell eine Vielzahl von Möglichkeiten. Was dann fehlt, ist ein Weg, diese systematisch zu erforschen und zu bewerten. Genau das hat sich *Content Foresight* zum Ziel gemacht.

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