
Executive Summary

Worum geht es?

Das Ziel der Initiative German Cancer Survivor (GCS) ist es eine **(digitale) Plattform** mit Inhalten rund um **Alltagsfragen** für ein Leben während und nach einer Krebserkrankung aufzubauen.

Ferner geht es darum eine **Identifikationsmöglichkeit** (Bildung einer Community) für alle Krebserkrankten zu liefern sowie langfristig **Akzeptanz** und **Besprechbarkeit** der Krankheit in der Gesellschaft zu fördern.

Wie kam es dazu?

Nach erfolgreicher Produktion (im Januar 2016) der Youtube-Reihe „Cancer Survivors – Ein Gespräch im roten Sessel“, Auftraggeber: Stiftung Deutsche Krebsgesellschaft (DKS), bei dem Krebserkrankte über ihren Umgang mit der Krankheit berichteten, wurden zwei Dinge deutlich:

1. Die in diesen Filmen dargestellten Inhalte liefern ganz unterschiedlichen Beteiligten einen unerwartet hohen Mehrwert
2. Eine stärkere Verbreitung oder Erweiterung der Inhalte ist auf Grund von Knowhow- und Ressourcenmangel seitens der DKS ist nicht möglich

Um in der Lage zu sein diese Inhalte weiter zu verbreiten und um weitere zu produzieren, wurde die Initiative „German Cancer Survivors“ gegründet. Die Initiative ist offizieller Kooperationspartner der Stiftung Deutsche Krebsgesellschaft (DKS), sie handelt allerdings eigenständig.

Ziel- und Nutzergruppe

Die Inhalte der Plattform richten sich an folgende drei Zielgruppen, die in der dargestellten Reihenfolge Teil der inhaltlichen Ausrichtung sein werden:

1. Cancer Survivors (Jede Person ab dem Zeitpunkt einer Krebsdiagnose)
2. Nahes Umfeld (Partner, Verwandte, Kinder, berufliches Umfeld)
3. Gesellschaft (Aufklärungsarbeit und Schaffen von Akzeptanz)

Einordnung im „Markt“

Die Initiative sieht sich als eine übergeordnete Plattform, die die Verbreitung interessanter und relevanter Inhalte fördert. Sie sieht sich nicht als Konkurrenz zu bestehenden Initiativen und Gruppierungen. Vielmehr geht es darum ein Art „Dach“ zu schaffen, unter dem jede lokale oder inhaltliche Spezialisierung (zum Beispiel krankheitsspezifisch oder altersspezifisch) seinen Platz haben soll. Es geht also um ein vernetztes Miteinander und nicht um ein isoliertes Gruppen- oder Initiativen-Denken.

Wer steht hinter dem Projekt?

Die Initiatoren Jörn Kamphuis, Stephan Pregizer und Sebastian Röder kennen sich bereits seit einigen Jahren und haben in unterschiedlichsten Projekten und Konstellationen zusammengearbeitet.

Jörn Kamphuis

Jörn ist Internet-Entrepreneur und arbeitet zudem als Innovationscoach und Organisationsentwickler für das Unternehmen Dark Horse Innovation. Er liefert den Zugang zur Digital- und Innovationsszene. Sein akademischer Hintergrund ist die Betriebswirtschaftslehre sowie die Sportwissenschaft. Als „Mister Germany 2013“ ist er außerdem in Showbranche vernetzt.

Stephan Pregizer

Stephan ist Business-Moderator mit den Schwerpunkten: Gesundheit, Pharma und Innovation, sowie gesellschaftspolitischen Themen. Außerdem ist er beratend in den Bereichen: Change, Transformation und Paradigmenwandel tätig. Er hat verschiedene Projekte und Moderationen in den Feldern der Onkologie, Diabetes, Urologie, Inklusion und Logopädie realisiert. Er besitzt eine fundierte kaufmännische Ausbildung, diverse Fortbildungen absolvierte er in Kommunikation, Leadership und Public Relations.

Sebastian Röder

Sebastian ist selbständiger Medien-Produzent mit der Spezialisierung auf Reportagen, Dokus und Imageproduktionen. Er hat jahrelange Erfahrung in der Fernsehbranche, wo er für Nachrichten, Live-Übertragungen, Dokumentationen und Filmproduktionen zuständig war. Seine berufliche Basis hat er im technisch/kaufmännischen Bereich des Verlagswesens erworben.

Zusammenfassung - Was macht diese Initiative so interessant?

1. **„Proof Of Relevant Content“** durch die Youtube-Reihe „Cancer Survivor – ein Gespräch im roten Sessel“.
2. **Fehlendes übergeordnetes Informationsangebot** im Bereich der Alltagsfragen für Krebspatienten, deren Angehörige, Freunde und Arbeitskollegen.
3. **Aktive Kooperation** mit der Stiftung Deutsche Krebsgesellschaft (DKS), die zudem ein Eigeninteresse daran hat, die Initiative von German Cancer Survivors zu fördern.
4. **Enge Kontakte und Vernetzung** zur Nutzergruppe, als auch zu einer Vielzahl relevanter Beteiligter im Krebsumfeld (Politik, Stiftungen, Opinion-Leader, etc.).
5. **Besondere Teamkonstellation**, in der unterschiedlichste Hintergründe, Erfahrungswerte als auch Sichtweisen und Sozialisationen vertreten sind.

Nächste Schritte

Aktuell geht es um die Gewinnung von Sponsoren, Unterstützern und Knowhow-Trägern, um schnellstmöglich mit dem Aufbau der Plattform und der Produktion weiterer Inhalte starten zu können.