



Pressemitteilung

HealthShare Award: Gewinner stehen fest

Köln, 17.06.2014 – Eine Verhütungskampagne aus Italien und ein deutsches Fotoprojekt gegen Kinderkrebs entscheiden den Kampf um den HealthShare Award für sich. Auch ein „Special Honour“ wird vergeben.

Die DocCheck Community hat gevotet und das sensible Blog „Flugkraft“ (www.flugkraft.de) der Fotografin Marina Proksch-Park als Crowd Cup-Sieger erkoren. Das Projekt bricht das Tabuthema Krebs bei Kindern – und trifft den Nerv der Community. Die Fotografin besucht und unterstützt betroffene Familien, um ihre „Sturmzeit“ in nachdenklichen, aber auch lebensfrohen Fotografien festzuhalten – und sorgt so für Aufmerksamkeit für das Thema.

Bei der Award-Jury gepunktet hat Durex Italien mit der Aktion „Durex Loveville“. Mit der groß angelegten Kampagne ging es im letzten Jahr nicht nur ans Eingemachte, sondern auch zwischen die Laken der Italiener. Per Challenge zwischen 15 italienischen Städten zählte Durex die verkauften Kondome, Gleitmittel und Sextoys und analysierte die Zahlen im Verhältnis zur Einwohnerzahl. Danach stand fest: Bologna ist „Loveville 2013“. Promotet wurde die Aktion viral mit Videos, einer Print- und Radiokampagne, Guerilla-Aktivitäten, einer Webseite und begleitenden PR-Maßnahmen.

Im ersten Schritt prüfte die Jury alle Einreichungen und vergab Punkte für Kriterien wie Innovation, Idee, Kreativität, Design, Interaktivität und Usability. Die 13 besten Projekte landeten auf der Shortlist. Anschließend hatte die DocCheck Community vier Wochen Zeit, um online alle Kampagnen zu checken und mit ihrem Voting den



Medical Services

Sieger des Crowd Cup zu bestimmen. „Community und Fachjury ticken sehr verschieden. Beim Healthshare Award haben beide eine Stimme - deshalb konnte sich Schrilles und Stilles durchsetzen.“, so CEO Frank Antwerpes.

Ein „Special Honour“ für die innovativste NGO-Aktion geht an „EURORDIS“. Der nicht-staatliche Zusammenschluss von Patientenorganisationen setzt sich auch in Social Media-Netzwerken aktiv für Menschen mit seltenen Krankheiten in Europa ein. Ziel ist der Aufbau einer gesamteuropäischen Gemeinschaft von Organisationen und Menschen mit seltenen Krankheiten, um ihnen mit einer gemeinsamen Stimme Gehör auf europäischer Ebene zu verschaffen.

Der HealthShare Award wurde 2012 ins Leben gerufen und ist der erste Preis für innovative Social Media-Kommunikation im Gesundheitswesen. Er will die Gesundheitsbranche aufmischen und frischen Wind in den Umgang der Healthcare-Branche mit neuen Medien bringen.

DocCheck – das Social Medwork

Netzwerken für eine bessere Medizin: Durch einfachen Zugriff auf medizinisches Wissen und direkten fachlichen Austausch in der Community hilft DocCheck Gesundheitsdienstleistern, ihr Know-how zu vertiefen und ihre tägliche Arbeit zu verbessern.

Über 1.000.000 registrierte Nutzer „medworken“ bereits mit. Damit ist DocCheck die mitgliederstärkste Community für medizinische Fachberufe in Europa. Nahezu jeder zweite Arzt oder Apotheker in Deutschland ist DocCheck-Nutzer.

Zu den wichtigsten Geschäftsmodellen von DocCheck zählen Social Media Marketing, Direktmarketing, Marktforschung und Co-Creation. Eine stetig wachsende Anzahl von Pharma- und Medizintechnikfirmen nutzt die Möglichkeit, Zielgruppen ohne Streuverluste anzusprechen.

Kontakt

DocCheck AG, Corporate Communications, Tanja Mumme, Vogelsanger Str. 66, 50823 Köln
fon: +49 - 221 - 920 53-139, fax: +49 - 221 - 920 53-133, eMail: presse@doccheck.com