



Pressemitteilung

HealthShare Award: Shortlist steht

Jetzt stimmt die Community ab

Köln, 16.05.2014 –Die Juroren einigten sich auf insgesamt 13 Einreichungen für die Shortlist. Ab sofort beginnt damit auch das Online-Voting der DocCheck Community: Sie bestimmen den Sieger des „Crowd Cup“.

Die Juroren haben die Köpfe zusammen gesteckt und 13 internationale Einreichungen auf die Shortlist für den Award gesetzt. Ab dem 16.05. stellen sich die Finalisten auch dem Urteil der mehr als 1.000.000 User der DocCheck Community. Unter [diesem Link](#) können die Nutzer per Online-Voting für ihr Lieblingskonzept abstimmen und damit den Sieger des Crowd Cup küren.

Nach dem Debut im Vorjahr konnte der HealthShare Award seine Einreichungen verdoppeln. Daher erfährt die Preisvergabe in diesem Jahr eine Neuerung: Der HealthShare Award wird dreifach vergeben. Neben dem Crowd Cup gibt es jeweils einen Jurypreis für die beste nationale und die beste internationale Kampagne. Zusätzlich wird es einen „Special Honour“ für die innovativste NGO-Kampagne geben. Dieser Preis geht an ein Projekt, das aus Jurysicht verdientermaßen in den Fokus gerückt werden sollte. Die Bekanntgabe der Gewinner und die Award-Verleihung wird im Juli stattfinden.

Der HealthShare Award wurde 2012 ins Leben gerufen und ist der erste Preis für innovative Social Media-Kommunikation im Gesundheitswesen. Er will den Gesundheitsmarkt aufmischen und damit Bewegung in die Social Media-Aktivitäten der Healthcare-Branche bringen.



DocCheck®

Medical Services

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
Eva Rautenberg
Vogelsanger Str. 66
50823 Köln
fon: +49 - 221 - 920 53-139
fon: +49 - 221 - 920 53-148
fax: +49 - 221 - 920 53-133
eMail: presse@doccheck.com