



## Pressemitteilung

### Gib's mir nochmal!

Der HealthShare Award geht in die zweite Runde

**Köln, 23.01.2014 – Der Award, der 2013 zum ersten Mal innovative Social Web-Kommunikation im Gesundheitswesen auszeichnete, wird 2014 erneut vergeben.**

Unter dem Motto „Alles, was teilbar ist“ prämiiert der Award die kreativste und innovativste Social Web-Kommunikation im Gesundheitswesen. Eingereicht werden können alle Social Media-Kampagnen und -Strategien aus dem Healthcare-Umfeld. Einzige Voraussetzung: Der Content muss online teilbar sein. Das Budget spielt dabei keine Rolle; freches Kommunizieren, neues marken- und zielgruppengerechtes Handeln punktet. Nichts mehr, nichts weniger.

Der HealthShare Award wird in zwei Kategorien verliehen: Als klassischer Jurypreis und als Publikumspreis. Eine ausgewählte Jury bewertet die Social Media-Kommunikation nach Kreativität, Innovation und Wirkung. Beim Publikumspreis zeigt sich, wer in der Gunst der mehr als 950.000 User von DocCheck ganz vorne liegt: Die Nutzer des mitgliederstärksten Portals für medizinische Fachberufe in Europa küren den Gewinner des "Crowd Cup".

In der Jury aus waschechten Social Media-Nerds sind unter anderem Timo Mügge, Prof. Harald Eichsteller, Sven Wiesner und Dr. Lukas Zinnagl vertreten. In diesem Jahr erweitern außerdem Stefanie Dölz und Petra Albert, beide in der Industrie verankert, die Bandbreite an Experten-Know-how rund um Werbung und Kampagnen.



# DocCheck®

## Medical Services

Der jeweilige Gewinner erhält eine Auszeichnung für die beste Kommunikation im Social Web. „Egal, ob in den Kampagnen Feuerwerke entzündet oder ganz leise Töne angeschlagen werden – wir suchen die kreativsten Regelbrecher, die schönsten Web-Seitensprünge, die gelungensten Grenzgänge“, so CEO Frank Antwerpes. Der Einreicheschluss ist der 21. Februar 2014.

### **DocCheck – das Social Medwork**

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

Über 950.000 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-Mitglied – und nutzt unsere vielfältigen Kommunikations- und Informationsangebote zum Thema Healthcare.

Zu den wichtigsten Geschäftsmodellen von DocCheck zählen Direktmarketing via DocCheck News oder bMail, Research im Bereich Marktforschung sowie Social-Media-basierte Vermarktung mit DocCheck InSite. Eine stetig wachsende Anzahl von Pharmafirmen 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](mailto:presse@doccheck.com)

DocCheck AG  
Corporate Communications  
Eva Rautenberg  
Vogelsanger Str. 66  
50823 Köln  
fon: +49 - 221 - 920 53-148  
fax: +49 - 221 - 920 53-133  
eMail: [presse@doccheck.com](mailto:presse@doccheck.com)