
HealthShare Award: Glühen für die Shortlist

Veröffentlicht am: 24.04.2015, 11:45

Pressemitteilung von: **DocCheck AG** // Tanja Mumme

Insgesamt elf Einreichungen aus acht verschiedenen Ländern haben es auf die Shortlist des diesjährigen HealthShare Award geschafft. Ab sofort beginnt damit auch das Online-Voting der DocCheck Community: Sie bestimmen den Sieger des Publikumspreises "Crowd Cup".

In einer schweißtreibenden Jurysitzung einigten sich die sechs Juroren auf drei nationale und acht internationale Kampagnen für die Shortlist. Die Juroren aus Marketingexperten und Social Media-Akteuren trafen sich in einer Metallwerkstatt, um Einreichungen zu sichten und heiß zu diskutieren. Für die kreative Inspiration ging es auch körperlich zur Sache: So schmiedeten die Juroren nicht nur die Shortlist, sondern auch Metall im Ofen, auf dem Amboss und unter dem Schweißbrenner.

Ab dem 20. April 2015 stellen sich die Finalisten auch dem Urteil der mehr als 1.000.000 User der DocCheck Community. Unter <http://docc.hk/voting> können die Nutzer per Online-Voting für ihr Lieblingskonzept abstimmen und damit den Sieger des Crowd Cup küren.

Auch in diesem Jahr wird der HealthShare Award wieder dreifach vergeben. Neben dem Crowd Cup gibt es einen Jurypreis für die beste Kampagne. Zusätzlich wird es einen "Special Honour" für eine soziale Kampagne geben. Die Bekanntgabe der Gewinner erfolgt Ende Mai.

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 - 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

Eva Rautenberg

Vogelsanger Str. 66

50823 Köln

fon: +49 - 221 - 920 53-148

fax: +49 - 221 - 920 53-133

eMail: presse@doccheck.com

Pressekontakt

Frau Tanja Mumme
Corporate Communications

DocCheck AG

Vogelsanger Str. 66
50823 Köln, Deutschland

Telefon: +49 - 221 - 920 53-0
E-Mail: presse@doccheck.com
Website:

Firmenportrait

DocCheck Guano AG

Die DocCheck Guano AG versorgt innovative Start-Ups aus dem Healthcare-Bereich mit den besten Nährstoffen, die es gibt: Kapital, Know-how und Marktzugang.

Kaufmännisches Verständnis trifft dabei auf kreativen Freiraum: Die Köpfe hinter Guano begeistert es, mit engagierten Unternehmern zu arbeiten und sich immer wieder gegenseitig zu inspirieren. Basierend auf jahrelanger Erfahrung im Gesundheitsmarkt und in der Unternehmensführung finden Gründer bei Guano den Dünger, den sie in den ersten Jahren brauchen. Guano sucht immer nach frischen Ideen und motivierten Machern aus der Gründerszene.

DocCheck AG

Die im Open Market der Frankfurter Wertpapier Börse gehandelte DocCheck AG hat sich mit ihren Beteiligungen auf dem europäischen Healthcare-Markt fokussiert. Innerhalb dieses Markts gibt es in der DocCheck Gruppe drei Schwerpunkte: Agenturgeschäft (antwerpes ag), Accessgeschäft (DocCheck Medical Services GmbH) und Handelsgeschäft (DocCheck Medizinbedarf- und Logistik GmbH). Ziel der DocCheck AG ist es, das Agentur-, Access- und Handelsgeschäft zu verknüpfen und die verschiedenen Aktivitäten dabei attraktiv zu bündeln. Damit soll ein einzigartiges Angebot im Healthcare-Markt geschaffen werden, welches unseren Kunden ermöglicht, unter einem Dach ungewöhnlich kreative Kommunikation, hocheffizienten Zielgruppenzugang und professionelle Logistik zu finden. Aus dieser Marktstellung heraus hat die DocCheck AG mit ihren 182 Mitarbeitern im Jahr 2012 einen Umsatz von 18,3 Millionen Euro erzielt.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>