

---

## Verlängert: HealthShare Award erweitert Einreichungsfrist

Veröffentlicht am: 04.03.2015, 12:09

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

Bis zum 17. März können Akteure aus der Gesundheitsbranche nun noch ihre Aktionen, Strategien und Kampagnen aus 2014 einreichen. Prämiert werden Healthcare-Kampagnen, die Social Media intelligent zur Platzierung und viralen Verbreitung ihrer Message einbinden.

Die Jury steht in den Startlöchern, die Community brennt auf's Abstimmen für den Crowd Cup - mit dem heutigen Tag wird die Einreichungsfrist um vier Wochen verlängert.

Ob Instagram, Twitter, XING, Facebook, Youtube, LinkedIn, tumblr oder andere Plattformen: Der HealthShare Award sucht nach dem neuen, innovativen, kreativen Kick in der Branche. Bewertet werden die Einreichungen unter anderem im Hinblick auf die Integration in die bestehende Unternehmens- bzw. Markenkommunikation und auf die Relevanz der durchgeführten Social Media-Aktivitäten. Das eingesetzte Budget spielt keine Rolle.

### HealthShare Award

Der HealthShare Award prämiert seit 2012 kreative und innovative Social Web-Kommunikation im Gesundheitswesen. Eingereicht werden können alle Social Media-Kampagnen, -Aktionen und -Strategien aus dem Healthcare-Umfeld, die im Netz mit Usern geteilt werden können. Mitmachen können alle Akteure aus dem Healthcare-Bereich, die in Social Media aktiv sind.

Der HealthShare Award wird in zwei Kategorien verliehen: Als klassischer Jurypreis und als Publikumspreis. Der jeweilige Gewinner erhält eine Auszeichnung für die beste Kommunikation im Social Web, inklusive Website Badge.

### 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.

### Pressekontakt

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)

---

## 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](mailto: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-Portal 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-Portal gestattet.

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