

Kampagnen steigen lassen

09.12.2015, 13:50 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DocCheck AG*

Köln, 01.12.2015 – Healthcare meets Social Media: Der HealthShare Award zeichnet zum vierten Mal kreative Gesundheitskampagnen und -aktionen aus, die Facebook, Youtube, Twitter, Instagram und Co. auf innovative Art einsetzen. Ab sofort kann eingereicht werden.

Mitmachen können alle Kampagnen und Aktionen, die medizinische Themen über soziale Medien verbreiten. Ob YouTube-Kanal, Videoblog, Twitter-Feed oder Facebook-Aktion: Was zählt, ist die Idee, freches Kommunizieren, Kreativität und die Interaktion mit der Zielgruppe.

Der HealthShare Award wird in zwei Kategorien vergeben: Die Jury, bestehend aus Social Media-Nerds und Healthcare-Experten, bestimmt den klassischen Jurypreis. Anschließend zeigt sich, wer in der Gunst der mehr als 1.000.000 User der DocCheck Community vorne liegt. Aus der Shortlist der Jury küren die User der mitgliederstärksten Community für medizinische Fachberufe in Europa ihren Favoriten.

Gewinner des HealthShare Awards 2014 waren die australische Videokampagne „Dr. Gordon Oogle“, welche mit viel Witz und Ironie Online-Diagnosen aufs Korn nimmt, sowie das irische Projekt „Ditch the Monkey“ zur Stärkung des Selbstwertgefühls junger Menschen. Einen Special Honour gab es für die österreichische Kinderhospizaktion „Kinderseelen sind zerbrechlich“.

In der Jury vertreten sind u.a. Dr. Frank Antwerpes (CEO DocCheck), Dr. Johannes Wimmer („Dr. Johannes“), Dr. Fritz Höllner (CEO Hellomint), Burghard Drews (Creative Director antwerpes ag) und Stefanie Dölz (Senior Communications Manager Online Stada). Die Einreichung ist kostenfrei. Einreichungsschluss ist der 26.02.2016. Mehr Informationen gibt es unter www.healthshare-award.com.

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.

Portrait

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-, Healthcare- und Medizintechnikfirmen nutzt die Möglichkeit, Zielgruppen ohne Streuverluste anzusprechen.

News-ID: 883169 • Views: 667 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/883169/Kampagnen-steigen-lassen.html>