



## HealthShare Award: Zwölf Fäuste für eine Shortlist - Jury trifft erste Vorauswahl in Kölner Boxclub

Von *Tanja Mumme*

Erstellt am 6 Feb 2013 - 18:12

Köln, 06.02.2013 – Nach intensivem Schlagabtausch einigte sich die Jury auf zwölf Einreichungen, die sich damit automatisch für die Shortlist qualifizierten. Auch die DocCheck Community stimmt ab sofort beim Online-Voting für ihre Favoriten.

Ein außergewöhnlicher Award braucht eine außergewöhnliche Location. Die Jury-Sitzung zum HealthShare Award fand deshalb in einem Kölner Boxclub statt. Dort ließ das sechsköpfige Jury-Team für seine individuellen Favoriten die Fäuste fliegen. Insgesamt wurden dabei zwölf Konzepte für die Shortlist (<http://www.healthshare-award.com/> [1]) nominiert.

Die zwölf Finalisten werden sich jetzt auch dem Urteil der mehr als 900.000 User der DocCheck Community stellen. Per Voting (<http://docc.hk/crowdcup> [2]) können die Nutzer für ihren Liebling abstimmen. Die Einreichung mit den meisten Stimmen erhält den „Crowd-Cup“, der Spitzenreiter der Jury, den „Jury-Cup“. Die Bekanntgabe der beiden Gewinner wird zusammen mit der Award-Übergabe im März stattfinden.

Der HealthShare Award wurde 2012 ins Leben gerufen und ist der erste Preis für innovative Social-Media-Kommunikation im Gesundheitswesen. Er will Bewegung in die immer noch verhaltenen Social-Media-Aktivitäten der Gesundheitsbranche bringen.

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 900.000 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 in den Bereichen klinische Studien oder 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) [3]

- [Gesundheit und Vorsorge](#)

**Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 08:03):** <http://www.medkom24.eu/node/17299>

**Links:**

[1] <http://www.healthshare-award.com/>

[2] <http://docc.hk/crowdcup>

[3] <mailto:presse@doccheck.com>