



Ausschreibung

Schirmherrschaft:
Deutsche Gesundheitshilfe e.V. (DGH)



Health Media Award

2011

Anmeldeschluss:
**1. September
2011**

tg

Ausschreibung Health Media Award 2011

Der Award wird zu wechselnden Anwendungsbereichen und Themenfeldern ausgeschrieben. Damit wird sichergestellt, dass herausragende Leistungen aktuell aber auch nachträglich ausgezeichnet und bekannt gemacht werden können.

Für 2011 wird der Award ausgelobt für die Bereiche:

Publizistik

- Print (u.a. Publikums-, Fachpresse, Zeitschrift)
- Internetauftritte, TV, Hörfunk, Podcast mit Gesundheitsbezug und/oder Konzepte dafür
- Themenseiten

Patientenkommunikation

- Arzt-Patient
- Apotheker-Patient
- Therapeuten
- Krankenkassen

Kampagnen

- Charityprojekte
- Prominentenkampagnen

Unternehmens- und Marketingkommunikation

- Patientenbindung
- Internetpräsenz für Ärzte
- Guerilla Marketing

Wissenschaftskommunikation

- Wissenschaftsjournalismus, PR-Texte, u.a.
- Beiträge zu Innovationen in der Gesundheitskommunikation

Social Media

- Konzepte, Projekte
- Foren, Blogs (z.B. Pharmakommunikation)
- Plattformen für Whistleblowing

Weitere Details zu den Kategorien siehe Seite 7

Preisverleihung im RheinEnergieStadion

Sommermärchen Teil 4: In der 2010 eröffneten Business-Lounge Ost des RheinEnergieStadions in Köln werden sich anlässlich des trendforum gesundheit (tg) in einem stilvollen Ambiente Healthcare und Medien treffen. Der Lounge-Bereich verfügt über ein imposantes Panorama-Fenster, das den Teilnehmern des trendforum gesundheit einen atemberaubenden Blick ins Stadioninnere gestattet.

Die BusinessLounge Ost trumpft auf einer Gesamtfläche von 1.300m² mit modernster Audio- und Videotechnik sowie vielfältigen Catering- und Entertainment-Möglichkeiten auf und gibt den Preisträgern des Health Media Award reichlich Grund zum Feiern.



Health Media Award 2011

Mit den Besten feiern

Als Höhepunkt des trendforum gesundheit 2011 wird der Health Media Award vergeben. Bei diesem Wettbewerb werden herausragende Leistungen in der Gesundheitskommunikation ausgezeichnet.

Bewerben Sie sich für den Health Media Award 2011!

Das Anmeldeformular finden Sie auch auf der Internetseite:
healthmediaaward.de

Preisträger des Health Media Award 2008 - 2010 (Auszug)

- Prof. Dr. Dietrich Grönemeyer („Gesundheit für Deutschland“)
- Reiner Calmund („IRON CALLI“)
- Dr. Eckart von Hirschhausen („Langenscheidt Arzt-Deutsch/Deutsch-Arzt“)
- Ranga Yogeshwar („Quarks & Co.“)
- Tim Mälzer („Küchen für Deutschland Schulen“)
- Dr. Auma Obama („Sport for Social Change“)
- Michael-Stich-Stiftung („HIV-Plakatkampagne“)
- Stefanie Graf („Mrs.Sporty“)
- Hans Sigl/ZDF („Der Bergdoktor“)
- Deutsche Rheuma-Liga Bundesverband e.V. („Rheuma - keine Frage des Alters“)
- Music for Life e.V. („Musiker für Organspende“)
- Roche Diagnostics Deutschland GmbH / Olympiasieger Matthias Steiner („Stark mit Diabetes“)



Die Verleihung des Health Media Award ist Ihr Forum:
Wie Sie es optimal nutzen können, sagt Ihnen das Team des HMA-Organisationsbüros.

Blocken Sie den 29. September 2011 in Köln.

Die Jury des Health Media Award 2011 (Auszug)



Prof. Klaus-Peter Dreykorn
Jurypräsident
ISF RhetorikAkademie



Prof. Dr. med. Rupert Gerzer
Direktor Institut für Luft- und Raumfahrtmedizin, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.



Prof. Dr. Peter M. Runia
FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Essen



Jürgen Wagishauer
Vorstandsvorsitzender Verband Medienproduktion



Stephan David Küpper
Stv. Pressesprecher Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller (BAH)



Ulrich J. C. Harz
Creative Consultant



Oliver Blume
Gründer der easyApotheke
Stv. Vorsitzender im Bundesverband Deutscher Versandapotheken (BVDVA)



Samareh Khosravi
Anwältin für Medizinrecht



Ursula Friedsam
Managing Director
PRO HEALTH COMPLETE CARE SERVICE GMBH am RINECKER PROTON THERAPY CENTER



Patrick Heinz
Geschäftsleitung
Deutsche Gesundheitshilfe e.V. (DGH)



Dr. Andreas Reimann, MBA
Geschäftsführer Mukoviszidose Institut gGmbH



Daniela Schmelzer-Riester
Vizepräsidentin des Vereins FGI: Forum für Gesundheitsinformation



Sandra Schulz, M.A.
Account Manager
news aktuell GmbH



Univ.-Prof. Dr. Ingo Froböse
Leiter des ZENTRUM FÜR GESUNDHEIT der Deutschen Sporthochschule Köln



Christian Kerner
Geschäftsführender Vorstand
Wirtschaftsclub Köln e.V.



Prof. Dr. Bernd Siegemund
Geschäftsführer B•A•D Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik GmbH

Alle Jurymitglieder: healthmediaaward.de

Health Media Award 2011 (HMA)

Meldeschluss: 1. September 2011

Organisationsbüro
Postfach 7683 • 53076 Bonn
Telefon: +49 228 26 51 04
Fax: +49 321 21 22 53 82
E-Mail: hma@healthmediaaward.de
Internet: www.healthmediaaward.de



HMA-Nominierung 2011

Titel: _____
(z.B. Projekt, Kampagne)

Kategorie: _____
(z.B. Publizistik Ziffer 1.10.)

Autor(in), Verlag, Agentur: _____
(z.B. Person, Firma, NPO)

Kurze Begründung, die eine Auszeichnung mit dem HMA rechtfertigt (s. Ausschreibungsbedingungen):

Anmeldung durch den Vorschlagsberechtigten, Agentur oder Auftraggeber (Name, Firma)*:

Für Rückfragen steht zur Verfügung (Name, Telefon, E-Mail):

Ort _____ Datum _____ Unterschrift* _____

* mit Unterschrift akzeptieren Vorschlagsberechtigter, Agentur oder Auftraggeber die Teilnahmebedingungen des Health Media Award.

Teilnahmebedingungen (Health Media Award)



1. Die Einreichung und Nominierung

Das Anmeldeformular sowie Text und Bildbeiträge sind innerhalb des Einsendeschlusses elektronisch als PDF-Dokument an die E-Mailadresse hma@healthmediaaward.de einzureichen. Wettbewerbsbeiträge mit einem hohen Datenvolumen (z.B. TV-Produktionen, Animationen) sind über einen FTP-Server dem HMA-Organisationsbüro zum Abruf bereitzustellen. In begründeten Ausnahmefällen kann die Einreichung mittels DVD/CD oder USB-Datenträger vereinbart werden. Es gilt das Datum des Poststempels bzw. das Eingangsdatum der eMail. Der Bewerber erhält vom HMA-Organisationsbüro eine Eingangsbestätigung. Alle Bewerbungen werden nach Eingang geprüft. Unvollständige Beiträge und Anmeldungen oder verspätete Einsendungen werden nicht berücksichtigt. Einsendeschluss ist der 1. September 2011.

Ein Prüfungsausschuss entscheidet, welche Wettbewerbsbeiträge nominiert werden können. Die Nominierung wird dem jeweiligen Kandidaten via eMail mitgeteilt. Nach erfolgter Nominierung entscheidet der HMA-Ausschuss darüber, welche Nominierungen auf die Shortlist gesetzt werden. Bei der Shortlist handelt es sich um die aussichtsreichsten Kandidaten, welche einen Health Media Award gewinnen können. Das Erreichen der Shortlist wird dem Kandidaten via eMail bekanntgegeben und im Internet veröffentlicht. Unter bestimmten Voraussetzungen wird eine Pressekonferenz in Anwesenheit der Finalisten sowie des Veranstalters einberufen. Alle Shortlistkandidaten haben nach Bekanntgabe und Aufforderung zusätzlich zur Bewerbung ein detailliertes Präsentationsexposé (z.B. Einspieler, TV-Spot, Animation des Wettbewerbsbeitrags) per eMail oder DVD einzureichen.

2. Die Jury / Bewertung:

Die Jury wird durch den Veranstalter des trendforum gesundheit und/oder des jeweiligen Kooperationspartner aus dem Bereich der Gesundheitskommunikation berufen. Zusammensetzung und Wechsel der Jury richtet sich nach den Ausschreibungsschwerpunkten des Awards. Die Jury repräsentiert die jeweils beteiligten Fach-, Berufs- und Wirtschaftskreise ebenso wie die der nichtwirtschaftlichen Organisationen, der Wissenschaft, der Medien und der Dienstleister der Gesundheitskommunikation. Die Jury kann ggf. Finalisten zu einer persönlichen Vorstellung ihrer Wettbewerbsbeiträge einladen. Die Jury bewertet alle Beiträge der Finalisten und setzt anhand der nicht-öffentlichen Bewertungskriterien ein Punkteranking fest. Die maximale erreichbare Punktzahl je Beitrag beträgt 100. Über die Präsentation der Plätze 2 und 3 entscheidet das Moderatorenteam in Abstimmung mit dem Veranstalter.

3. Die Auszeichnung:

Die unabhängige Jury kann jeweils einen Sparten-, einen Stiftungs- und/oder einen Sonderpreis vergeben, und zwar entsprechend den wechselnden Ausschreibungsbereichen. Es bleibt der Jury-Entscheidung vorbehalten, ob und in welchen Sparten Preise vergeben werden. Die im Ermessen der Jury liegenden Entscheidungen sind nicht anfechtbar. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

4. Die Präsentation/Dokumentation:

Die Bekanntgabe der Preisträger erfolgt im Rahmenprogramm des trendforum gesundheit (tg). Termin, Form und Ablauf einer öffentlichen Vorstellung der Preisträgerarbeiten und/oder Konzepte erfolgt in enger Abstimmung und ggf. in einem von diesen zu bestimmenden Rahmen. Die Dokumentation der ausgezeichneten Konzepte sowie der für die Finalrunde nominierten Wettbewerbsbeiträge wird als Prindokumentation zusammengefasst. Es werden bei der Vorstellung und Dokumentation ausschließlich die vom Einreicher freigegebenen Daten veröffentlicht sowie die allgemein zugänglichen Materialien, Kommunikationsmittel etc. Die Nominierten, Finalisten und Preisträger werden von dem Unternehmensnetzwerk EEC-Network im Internet vorgestellt. Darüber hinaus erhalten sie Gelegenheit, ihre ausgezeichneten Konzepte auf Einladung auf dem trendforum gesundheit zu präsentieren.

5. Die Teilnahme- und Einreichungsgebühren:

Je Beitrag und Kategorie wird pauschal eine Einreichungsgebühr in Höhe von 65,00 EUR erhoben. Für die Preisträger und Finalisten der eingereichten Wettbewerbsbeiträge (Shortlist) entrichten die jeweiligen Vorschlagsberechtigten, Agenturen oder Auftraggeber weitere 800,00 EUR. Nichtwirtschaftliche Organisationen zahlen 400,00 EUR. Alle genannten Beträge verstehen sich brutto wie netto.

Die Einreichungsgebühren werden mit der Eingangsbestätigung der Bewerbung bzw. der Anmeldung durch das HMA-Organisationsbüro fällig. Sie sind innerhalb von 10 Tagen zu überweisen. Die Wettbewerbsgebühren sind nach Aufnahme des Finalisten in die Shortlist innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsversand durch das HMA-Organisationsbüro zu überweisen. Das Organisationsbüro ist berechtigt, bei Zahlungsverzug den Wettbewerbsbeitrag ersatzlos zu streichen. In diesem Fall hat der Auftraggeber und/oder der Vorschlagsberechtigte eine Stornogebühr i.H.v. 50% des regulären Wettbewerbsbeitrag zu zahlen. Ein Rücktritt des Shortlistkandidaten (z.B. aus wichtigem Grund) ist jederzeit möglich. Im Falle eines Rücktritts ist der Veranstalter des Health Media Award berechtigt, die bis dato angefallenen Bearbeitungsgebühren mit dem Wettbewerbsbeitrag zu verrechnen. Bei einer Teilnehmergebühr i.H.v. 800,00 EUR werden 30%, bei einem Wettbewerbsbeitrag von 400,00 EUR 25% Bearbeitungsgebühren erhoben. Bei Rücktritt des Vorschlagsberechtigten, der Agentur oder des Auftraggebers besteht kein Anspruch auf Erstattung der entrichteten Einreichungsgebühr.

6. TV-Aufzeichnungen

Die Verleihung des Health Media Award wird in TV-Qualität aufgezeichnet. Die Vorschlagsberechtigten, die Agenturen oder die Auftraggeber erklären sich mit der Aufzeichnung und Verwertung des TV-Materials einverstanden. Der Veranstalter ist berechtigt, die Präsentationen der Wettbewerbsbeiträge (z.B. Logo, Trailer, Bilder) z. B. für die Erstellung eines Trailers uneingeschränkt zu nutzen, zu verwerten und zu veröffentlichen.

7. Änderung des Termins, des Programmablaufs oder des Veranstaltungsortes

Der Veranstalter und/oder das HMA-Organisationsbüro ist berechtigt, aus organisatorischen und/oder personellen Gründen die Verleihung des Health Media Award zu verschieben oder aber die Awardverleihung außerhalb des trendforum gesundheit durchzuführen. Die Rückerstattung oder eine Minderung der Einreichungs- und Wettbewerbsgebühren ist im Falle einer Terminverlegung der Preisverleihung, einer Änderung des Programmablaufs oder einem Wechsel des Veranstaltungsortes durch den Ausrichter ausgeschlossen.

Erläuterungen zu den Kategorien (Health Media Award)



Kategorie „Publizistik“

1. Print

In dieser Kategorie können Werbemittel, Konzepte und/oder Kampagnen im Bereich der Gesundheitswirtschaft eingereicht werden. Agenturen aus dem Bereich des Healthcare-Marketing können sich ferner mit Beiträgen zum Thema „verschreibungspflichtige Medikamente“ (RX) bewerben.

Diese Kategorie ist wie folgt strukturiert:

1.1. Fachanzeige (neu)

Hier können nur Beiträge eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. altes/neues Logo oder Design des Vorjahres, Relaunch)

1.2. Fachanzeige (aktuell)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.3. Anzeigenstrecke (neu)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.4. Anzeigenstrecke (aktuell)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.5. Integrierte Kampagne (neu)

Einreichung von mindestens zwei Werbemittel (z.B. Anzeige + Unternehmensmagazin)

1.6. Integrierte Kampagne (aktuell)

Einreichung von mindestens drei Werbemittel des laufenden Kalenderjahres + der letzten zwei Vorjahre).

1.7. Internationale Printkampagnen

1.7.1. Deutschland, Österreich, Schweiz

Berücksichtigt werden hier ausschließlich Kampagnen, welche in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht wurden.

1.7.2. Europa / Übersee

Nicht deutschsprachige Kampagnen, allerdings in Kooperation mit einer deutschsprachigen Agentur entwickelt. Die Unterlagen sind in Deutsch und in Englisch einzureichen.

1.8. Direct-to-Consumer-Print (DTC)

Einreichbar sind alle DTC-Printkampagnen für Arzneimittel (z.B. Anzeigen, Plakat, Broschüren, Werbung zur Bewusstseinsvermittlung - sog. Reminder ads, Medikamenten-spezifische Werbung sog. Brand-specific ads)

1.9. Special-Award („Best Print Concept of the Year“)

Der HMA-Ausschuss wird der Jury aus den o.g. Bereichen eine Anzeige/Anzeigenstrecke besonders würdigen. Gewinner ist die Anzeige/Anzeigenstrecke mit dem nachhaltigsten Beitrag im Bereich der Gesundheitskommunikation sowie der höchsten Punktezahl. Eine gesonderte Bewerbung ist nicht erforderlich.

1.10. OTC-Markt

Hier können Printbeiträge eingereicht werden, welche für die Bewerbung von frei verkäuflichen und apothekenpflichtigen (nicht verschreibungspflichtigen) Medikamenten entwickelt wurden (z.B. Generika)

1.10.1. Fachanzeige (neu)

Hier können nur Beiträge eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. altes/neues Logo oder Design des Vorjahres, Relaunch)

1.10.2. Fachanzeige (aktuell)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.10.3. Anzeigenstrecke (neu)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.10.4. Anzeigenstrecke (aktuell)

Hier können nur mehrere Anzeigen eingereicht werden, welche weiterentwickelt und/oder verbessert wurden. Die Veränderung ist vom Einreicher zu dokumentieren (z.B. alte/neues Konzept, Layout)

1.10.5. Integrierte Kampagne (neu)

Einreichung von mindestens zwei Werbemittel (z.B. Anzeige + Unternehmensmagazin)

1.10.6. Integrierte Kampagne (aktuell)

Einreichung von mindestens drei Werbemittel des laufenden Kalenderjahres + der letzten zwei Vorjahre).

2. Internet / Digitale Medien

Eingereicht werden können auch Beiträge aus den Bereichen RX, OTC, Non-RX, Non-OTC.

2.1. Internetkonzepte, Internetauftritte/Online-Medien

2.2. Offline-Medien (z.B. DVDs)

2.3. Werkzeuge/Tools (z.B. Selbsttest, Umfragen, Expertenrat, Avatare, Foren),

2.4. Site-Promotions (z.B. Suchmaschinenwerbung, Metaindices, Mailing-Listen, Bannerwerbung),

2.5. Online-Bildungskonzept/eLearning (z.B. Fortbildungsportale für Ärzte)

3. TV, Hörfunk, Podcast, Themenseiten

Eingereicht werden können auch Beiträge aus den Bereichen RX, OTC, Non-RX, Non-OTC. TV-Spots dürfen nicht älter als zwei Jahre sein. Gleiches gilt für Funkwerbespots, Podcasts und Themenseiten.

Kategorie „Patientenkommunikation“

Berücksichtigt werden hier nur Beiträge die sich direkt an Patienten und Verwender richten. (z.B. Patientinformationskampagnen in Print oder TV, Imagewerbung, Medizintechnik inkl. Hilfsmittel/Diagnostik, Dental, Apothekerkampagnen, Krankenkassenaktionen)

Kategorie „Kampagnen“

Umfasst sind hier alle Werbekampagnen aber auch Medien-, PR-, Informations- und Imagekampagnen. Im Mittelpunkt darf nicht das jeweilige Werbemittel stehen sondern der geleistete Beitrag zur Gesundheitskommunikation und dafür verwendeten Massenmedien (z.B. Internet, TV, Telefon, Großflächenplakat). Der Bewerber sollte darstellen, dass sich die jeweilige Kampagne an den spezifischen Möglichkeiten des jeweiligen Mediums orientiert und auch die Zielgruppe in der Breite anspricht. Auch ist darzulegen, warum gerade auf diesem Kommunikationsweg die Zielgruppe am besten zu erreichen ist. Die Ergebnisse sind ggf. mit einer Wirkungs-, Marktanalyse zu dokumentieren.

Bei der Imagekampagne steht im Mittelpunkt primär das Ziel, das Image einer Organisation, Marke etc. zu verbessern. Mit dem Beitrag sind auch geeignete Dokumentationen/Begründungen einzureichen (z.B. Imagemessung, Befragung).

Bei einer Charity-/Prominentenkampagne ist besonders der geleistete Beitrag für das Gemeinwohl (Benefiz) herauszustellen.

In keine Kategorie einzuordnen?

Alles, was nicht unter den vorgenannten Kategorien zu plazieren ist, kann unter „All-Inclusive“ eingereicht werden. Das bezieht sich z.B. auf Kalender, Weihnachtskarten, Agenturmailings oder Akquiseaktivitäten. Ausgeschlossen sind hier allerdings Eigenpräsentationen von Agenturen.

Ihre Ansprechpartner:



Walter F. Schäfer
HMA-Verbindungsbüro Hessen
Am Hirschsprung 10 • 61462 Königstein
Fon: +49 6174 5329 • Fax: +49 6174 5329
E-Mail: schaefer@healthmediaaward.de



Prof. Klaus-Peter Dreykorn
Jurypräsident
Bachstraße 14-16 • 56332 Niederfell
Fon: +49 170 323 99 24
E-Mail: praesident@healthmediaaward.de

Der Health Media Award wird anlässlich des trendforum gesundheit (tg) verliehen. Veranstalter: EEC-Network

Offiziell autorisierte Partner des Health Media Award:



RHEIN-SIEG-AKADEMIE F. KUNST U. DESIGN
Realistische Bildende Kunst und Design

Staatlich anerkannte berufsbildende Ergänzungsschule
GREYWORLDWIDE

