



Pressemitteilung

Alarmstufe Gold

Ad-hoc-Preisverleihung für die Gewinner des HealthShare Awards

Köln, 18.03.2013 – Die Sieger des HealthShare Awards 2012 stehen fest: Eine Klinikgemeinschaft und eine Gruppe von Pflegekräften entschieden den Kampf für sich. Die guten Nachrichten überbrachte das SEK des HealthShare Awards.

In kompletter Montur und mit Wasserpistolen bewaffnet, stürmte das SEK (Social-Enforcement-Kommando) das Büro von Björn Kasper, dem Leiter für Marketing und Kommunikation der Kliniken Essen-Mitte. Die Mission: Übergabe des Jurypreises vom HealthShare Award 2012. Mit der Aktion „GlückSpender – Cookies for Care“ konnten die Kliniken die sechsköpfige Jury überzeugen. Die Kampagne wurde anlässlich des Weltkrebstages 2012 ins Leben gerufen und gab Facebook-Usern die Möglichkeit Wünsche, eingebacken in Glückskekse, an Essener Krebspatienten zu versenden. „Wir sind begeistert und stolz, dass wir diesen Preis gewonnen haben“, so Björn Kasper. „Die Aktion sollte die digitale mit der realen Welt verbinden. Die Zusammenführung von jung und alt, krank und gesund, war uns ein ganz besonderes Anliegen.“

Auch bei den Gewinnern des „Crowd-Cups“, dem Publikumspreis des HealthShare Awards, fiel das SEK ein. Nils Pawlik, einer der Hauptverantwortlichen der Aktion „Mehr Geld für Pflegekräfte“, nahm den Preis stellvertretend entgegen. Das Team siegte beim Online-Voting und konnte die meisten der 3000 Stimmen, die insgesamt abgegeben wurden, für sich gewinnen. Anfang September 2012 erstellte die Gruppe in Eigeninitiative die Facebook-Seite „Wir fordern mehr Geld für Pflegekräfte“ und appellierte damit an Kranken- und Gesundheitspfleger/-innen sich stärker für ihre Belange einzusetzen. Bereits Ende November zählte die Seite



Medical Services

mehr als 63.000 Likes. „Das Team hätte niemals mit so einer Resonanz gerechnet“, sagt Nils Pawlik. „Die Fans wünschen sich laut einer Umfrage eine eigene Homepage. Das ist unser nächstes Projekt, welches wir mit vielen engagierten Fans gemeinsam angehen werden“, führt er weiter aus.

Anstatt einer klassischen Trophäe, die meistens in den Regalen verstaubt, überreichte das Social-Enforcement-Kommando beiden Gewinnern einen Erste-Hilfe-Koffer. Er steht symbolisch für die Belebung von Social-Media-Kommunikation im Healthcare-Bereich.

Die Übergabe des Awards wurde gefilmt. Das Video ist unter folgendem Link abrufbar: <http://docc.hk/2012>



Medical Services

Das SEK mit Björn Kasper (Kliniken Essen-Mitte)





Medical Services

Das SEK mit Nils Pawlik (Mehr Geld für Pflegekräfte)





Medical Services

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