



## Social Media at its best – der Social Media Award der DGPRÄC

Die Task Force Social Media der DGPRÄC wurde Ende 2020 mit dem Ziel gegründet, Fragestellungen rund um den Gebrauch der sozialen Medien im Konsens zu beantworten und die Social Media Awareness im Sinne der DGPRÄC zu stärken. Es soll weniger restriktiv oder reglementierend agiert werden, eher soll es um eine beratende Funktion im Sinne der Etablierung einer „good clinical practice“ gehen.

Nach der sehr erfolgreichen und gut besuchten Sitzung der Task Force zum Thema Social Media bei den Jahrestagungen 2021 - 2023 wird diese auch auf künftigen Jahrestagungen stattfinden, um das Thema und den wichtigen Austausch dazu weiter zu befördern.

Mit dem nun zum dritten Mal ausgeschriebenen Social Media Award der DGPRÄC sollen Mitglieder positiv motiviert werden, ihre Aktivitäten auszuweiten und auszuloten. Gekürt werden jährlich die drei besten Instagram Accounts von DGPRÄC-Mitgliedern.

### **Bewerbung:**

Jedes Mitglied kann sich selbst bewerben oder andere Assoziierte, Ordentliche oder auch Ehrenmitglieder vorschlagen. Jeder Bewerber sollte mitteilen, ob der Account allein, mit Unterstützung eines Dienstleisters oder in Gänze durch einen solchen bespielt wird (dies ist ausschließlich informatives Interesse und hat keinen Einfluss auf die Bewertung). Wird ein Mitglied vorgeschlagen, so wird von der Geschäftsstelle nachgefragt, ob dieses mit der Teilnahme einverstanden ist und von wem der Account bespielt wird. Um Befangenheit zu vermeiden, sind Accounts, die von Mitgliedern der Task Force oder Einrichtungen, in denen diese tätig sind von der Ausschreibung ausgeschlossen. Auch ausgeschlossen werden Accounts, bei denen Verstöße gegen die Rechtslage, hier vor allem das Heilmittelwerbegesetz, die Berufsordnung oder das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb festgestellt werden.

**Bewerbungsschluss ist der 31.08.2024.**

### **Parameter:**

Die Accounts werden zunächst in den folgenden fünf Kategorien nach Schulnoten bewertet:

1. Transparenz und Seriosität des Accounts
2. Text- und Bildqualität der Posts
3. Zweck des Accounts und seines Inhalts
4. Engagement
5. Gesamterscheinungsbild des Accounts: positiv – negativ

Es werden die Preise 1-3 vergeben.



Die Jury besteht im Jahr 2024 aus:

**Jury Extern:**

RA Mark G. Schladitz:

Kanzlei Michael & Siebert, Justiziar DGPRÄC

PD Dr. phil. Dipl. Psych. Ada Borkenhagen:

Psychologische Psychotherapeutin in freier Niederlassung/Universitätsklinik für  
Psychosomatische Medizin und Psychotherapie OvGU Magdeburg, seit 2020 APL  
Professorin

Monica Pucci:

Social Media Management bei Boeld Communication, u.a. Instagram ISAPS

Dr. Arne Hillienhof:

Freier Journalist für das Deutsche Ärzteblatt, die Deutsche Gesellschaft für Neurologie  
sowie andere Fachgesellschaften und Verbände.

Ann-Katrin Schmitz:

Social-Media und Influencer Marketing, Geschäftsführerin Baby got Business

**Jury Intern:**

Dr. Sixtus Allert

Dr. Christoph Czermak

Dr. Maria Heller

Dr. Alexander Hilpert

Dr. Marie-Luise Kliez

Dr. Dirk Richter

Fühlt sich ein Jury-Mitglied wegen persönlicher Nähe zu einem Bewerber befangen, so  
enthält es sich. Die Jury schlägt einen Preisträger vor, der dann vom Geschäftsführenden  
Vorstand bestätigt wird.

**Preis & Verleihung:**

Die Verleihung findet bei der Sitzung der Task Force Social Media (Freitag, 4.10.2024,  
15:00-16:15 Uhr) statt. Die Gewinner sind gebeten, ihren Account einleitend je 10  
Minuten vorzustellen. Der Preis ist nicht dotiert, es erfolgt die Überreichung einer  
Urkunde und es wird ein Icon zur Nutzung in den Sozialen Medien zur Verfügung  
gestellt. Der oder die Sieger:in gehört für die folgenden zwei Jahre der Task Force Social  
Media an.