

DER MINERAL BRUNNEN

FACHMAGAZIN DER DEUTSCHEN MINERALBRUNNEN

Juli / August 2016 | 67. Jahrgang

Förderprogramm
unternehmensWert:Mensch

Hydrogencarbonatreiches
Heilwasser hilft bei Sodbrennen

Studie zum Trinkverhalten
im Unterricht

Mineralwasser passt
zu jedem Trend



Bad Brambacher:
Im Herzen Europas

Health Media Award mit neuem Publikumspreis

Im neunten Jahr setzt der bundesweit bekannte Healthcare-Kommunikationspreis „Health Media Award“ nicht nur auf die Expertise der unabhängigen Jury um Dr. Helmut B. Engels, sondern auch auf das Wissen und die Erfahrung der Öffentlichkeit. Erstmals wird eine Publikumsabstimmung über die Vergabe eines der „Health:Angel“ genannten Preise entscheiden. In fast einem Jahrzehnt hat der Wettbewerb sich zum „Oscar der Gesundheitskommunikation“ entwickelt. Mit den Sonderkategorien „Demenz“ und „Dental“ sowie einem Publikumspreis geht der Wettbewerb mit der Zeit.

„Lachen ist die beste Medizin. Glück ist, den Health Media Award zu gewinnen“, so Comedi-

an Dr. Eckart von Hirschhausen. Er gehört genauso zu den Preisträgern der vergangenen Wettbewerbsrunden wie José Carreras, die Deutsche AIDS-Stiftung und rund 300 Agenturen, Arztpraxen, Patienteninitiativen, Unternehmen und Verbände. Jeder Einzelne konnte die unabhängige Jury in einer der rund 20 Kategorien des Wettbewerbs überzeugen. Die Jury aus ausgewiesenen Healthcare-Spezialisten tagt öffentlich und kommt so zu einer transparenten Entscheidung, wer im Jahr 2016 den „Health:Angel“ gewinnt.

Ausgezeichnet werden die besten Leistungen im Bereich der Gesundheitskommunikation am Abend des 16. September im neu eröffneten GOP-Variété-Theater in der Beethoven-Stadt



HEALTH MEDIA AWARD

Bonn. Hersteller und Agenturmitarbeiter, Journalisten, Forscher und Lehrende, Innovatoren und Entrepreneur sind dabei, wenn die Schauspieler Tony Westwood und Antje Hamer durch den Galaabend führen. Die Preisträger erhalten eine Skulptur des zeitgenössischen Künstlers Massimo Bramandi.

Ab sofort können über die Website des Wettbewerbs (www.healthmediaaward.com) unter anderem gelungene Kampagnen, Werbespots, Events und Social-Media-Aktionen für eine Auszeichnung vorgeschlagen werden. Einsendeschluss ist der 31. Juli 2016.



Neues von „Trinken im Unterricht“: TiU-Freundeskreis und TiU=Klasse

„Trinken im Unterricht“ ist für uns wie Ski fahren im Winter, Sonne haschen im Frühling, Baden im Sommer und Pfützen hopsen im Herbst – also selbstverständlich. Mit diesem Satz hatte sich die Grundschule Ahlsdorf in Sachsen-Anhalt um die Auszeichnung „TiU=Klasse“ beworben, die die IDM seit Februar 2016 an Schulklassen vergibt, die „Trinken im Unterricht“ erfolgreich umsetzen. Nach der erfolgreichen Auszeichnung als „TiU=Klasse“ gibt es jetzt noch einmal Grund zur Freude für die Schülerinnen und Schüler: Sie erhalten einen Gutschein in Höhe von 150 Euro für neue Schulmaterialien. Damit ist die Grundschule Ahlsdorf

die zweite von sechs Schulen in diesem Jahr, die für ihr Engagement im Rahmen von TiU mit einem Gutschein belohnt werden. Seit Aktionsbeginn hat die IDM bereits rund 130 Schulklassen als „TiU=Klasse“ ausgezeichnet.

Ein weiteres neues Angebot in diesem Jahr ist der „TiU-Freundeskreis“. Er bietet Unterstützern der Initiative eine Plattform und setzt ein Signal für die Bedeutung einer guten Flüssigkeitsversorgung im Schulalltag. Neben zahlreichen Mineralbrunnen haben auch viele Ernährungswissenschaftler der IDM ihre Unterstützung auf der TiU-Website öffentlich gemacht. So



schreibt die langjährige IDM-Expertin Anja Krumbe: „Ich kenne und schätze die Initiative bereits seit über 10 Jahren und bin heute noch so überzeugt davon wie damals. Es beeindruckt mich immer wieder, wie Kinder und Jugendliche sich für das Thema begeistern lassen.“

TiU freut sich über viele weitere Unterstützer, die ein kurzes Statement mit eigenem Unternehmenslogo oder Foto auf der TiU-Website einstellen: www.trinken-im-unterricht.de/tiu-freundeskreis.

PR MARKETING