

POLITIK 01.09.2013

Die BDC-Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ – Eine Erfolgsgeschichte seit über 5 Jahren



Es zeichnet sich Licht am Ende des Tunnels ab. Aktuelle Erhebungen zeigen, dass das Interesse an der Chirurgie deutlich zunimmt und ca. 1.000 Berufsstarter jährlich eine chirurgische Laufbahn einschlagen. Dies würde den prospektierten Bedarf bis 2020 annähernd decken und die zu erwartenden Lücken deutlich kleiner ausfallen lassen, als bisher angenommen.

Welchen Beitrag die seit über 5 Jahren laufende Nachwuchskampagne des BDC dazu geleistet hat, lässt sich nur schwer abschätzen. Mit 7.000 erreichten Medizinstudenten und über 60 Veranstaltungen bundesweit ist sie jedoch die mit Abstand erfolgreichste Nachwuchskampagne innerhalb des medizinischen Fächerkanons und im Gebiet Chirurgie.

Nachwuchsmangel

Auch wenn noch immer keine exakten Zahlen über die jährliche Rate an Berufseinsteigern in der Chirurgie existieren, ermutigen uns aktuelle Hochrechnungen aus dem Jahr 2012. Nach diesen Informationen [1], die auf Daten der Weiterbildungsévaluation der Landesärztekammern basieren, könnten es jährlich wieder mehr als 1.000 Berufsstarter eine chirurgische Karriere einschlagen.

Die Tendenz eines während des Medizinstudiums kontinuierlich sinkenden und nach dem PJ dramatisch abfallenden Interesses an der Chirurgie [2] wäre dann zumindest abgemildert worden.

Allerdings ist der Nachwuchsmangel in der deutschen Chirurgie weiterhin immanent, der Wettbewerb um motivierte Berufseinsteiger und qualifizierte Chirurgen voll entbrannt. Die Anstrengungen um bessere Weiterbildungsqualität sowie die permanenten Bestrebungen um eine zeitnahe Aktualisierung der Weiterbildungsordnung müssen unverändert weiter gehen. Dies zeigt auch eine aktuelle bundesweite Studie des BDC, die die Ansprüche und Erwartungen der Chirurgengenerationen vergleicht und dabei insbesondere die veränderten Erwartungen der Generation Y an Karriere und Weiterbildung beleuchtet [3].

In den kommenden 10 Jahren gehen 50 Prozent der niedergelassenen Chirurgen und ca. ein Drittel aller Krankenhauschirurgen in den Ruhestand. Über 11.000 Stellen werden neu zu besetzen sein [4]. Dafür werden bereits heute mindestens 1.000 Fachärzte der Chirurgie jährlich gebraucht. Sollten tatsächlich zukünftig ca. 1.000 Absolventen des Medizinstudiums pro Jahr eine chirurgische Karriere einschlagen, dauert sind es nach aktuellen BDC-Erhebungen knapp 7 Jahre [5], bis diese Kolleginnen und Kollegen eine Facharztqualifikation erreichen. Zumindest bis zum Ende dieses Jahrzehnts ist damit keine Entwarnung beim Nachwuchsmangel und erst recht nicht beim Wettbewerb um Fachärzte und motivierte Mitarbeiter in Sicht.

Nachwuchskampagne „Nur Mut!“

Anfang 2008 stellte der Berufsverband der Deutschen Chirurgen auf Initiative des Ressorts Nachwuchsförderung im BDC die bundesweit angelegte Nachwuchskampagne „Nur Mut! Kein Durchschnittsjob – ChirurgIn“ vor [4]. Mit

ihr sollen gezielt Medizinstudenten in den klinischen Semestern angesprochen und für eine chirurgische Laufbahn begeistert werden.

Die Nachwuchskampagne soll realitätsnah über das Berufsbild des Chirurgen informieren und die faszinierenden Seiten der Chirurgie vermitteln. Gleichzeitig war es von Beginn an das Ziel, den Studenten die Chirurgie als Einheit mit vielen Facetten zu vermitteln, die für alle Vorlieben und Interessen, von der Forschung über die Notfallversorgung bis zur elektiven Chirurgie, von der Hochleistungsmedizin bis zur Grundversorgung, als auch in der Niederlassung Perspektiven bietet.

Die Kampagne sollte offen sein für die Beteiligung aller Berufsverbände und Fachgesellschaften im Gebiet Chirurgie. Deshalb wurde ein vom Corporate Design des BDC völlig unabhängiges, frisches Design entwickelt.

Bereits zum Auftakt erregte der BDC mit der Kampagne enorme Aufmerksamkeit, was sich in vielen Publikationen und Berichten in der Tagespresse niederschlug. Dieser Erfolg ist sicher der Grund für die vielen Nachahmer in anderen Fachgebieten. Mit einem gewissen Stolz verzeichnen wir auf Messen vor Ort, dass sich die meisten Studenten und sogar das Standpersonal der mit „direkten Konkurrenz“ vom Original „Nur Mut!“ stärker angezogen fühlen.

Provokative Wortspiele und Motive

Die BDC-Nachwuchskampagne erregte zunächst mit frechen Parolen wie dem doppel sinnigen „Kein Durchschnittsjob“, „Aufschneider“, „Schnitte“ und „Hingucker“ Aufsehen. Jeweils einige Wochen vor „Nur-Mut!“-Informations-veranstaltungen oder praktischen Kursen wurden Postkarten mit diesen Slogans und korrespondierenden Motiven in Studentenkeipen der betreffenden Städte verteilt und mit Plakaten in den Hörsälen auf die Veranstaltungen aufmerksam gemacht.

Dabei wurde ganz bewusst mit einem Augenzwinkern auf den eigenen Berufsstand geblickt. Die Motive und Slogans sollten vor allem Aufmerksamkeit und Interesse erregen und gleichzeitig den Eindruck vermitteln, dass Chirurgie zwar kein Fach für jeden ist, Chirurgen selbst aber eine interessante und ungewöhnliche Gemeinschaft sind.

Abb. 1: Motive Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ (1. Flight 2008)



Gerade die Plakate wurden sehr rasch bekannt und beliebt und finden sich heute nicht nur in chirurgischen Kliniken, sondern auch in vielen Studenten-WGs. Sie haben in den letzten Jahren ebenso wie die roten Buttons „Aufschneider“, „Schnitte“ oder „Minimal-Invasorin“ einen gewissen Kultstatus bei Medizinstudenten erreicht und zur raschen Verbreitung der Kampagne maßgeblich beigetragen.

Im Jahr 2010 ging dann die zweite Motivstaffel an den Start, die etwas differenzierter, aber nicht weniger provokant das Berufsbild und Selbstverständnis der Chirurgen reflektiert und überspitzt.

Vor wenigen Wochen wurde nun der dritte „Flight“ der Kampagne „Nur Mut! Kein Durchschnittsjob: ChirurgIn“ auf den Markt gebracht. Er unterscheidet sich wiederum von den vorigen Kampagnen, ohne den Spaß an der Chirurgie und das Augenzwinkern beim Blick auf die eigene Profession zu vergessen.

Abb. 2: Motive der Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ 2013

Weiterführende Informationen

Ist das Interesse geweckt, werden sachliche Informationen und Beratungsangebote ergänzt. Diese reichen von einer aufwändig produzierten Imagebroschüre zur Vorstellung der 8 chirurgischen Säulen und der chirurgischen Weiterbildung bis zu einem Flyer mit Bewerbungstipps. In persönlichen Beratungsgesprächen werden individuelle Vorlieben und Interessen herausgearbeitet und persönliche Empfehlungen zur Gestaltung der eigenen Karriere gegeben.

Abb. 3: Imagebroschüre und Bewerbungstipps

In der Broschüre stellen Chirurginnen und Chirurgen „ihre“ chirurgische Disziplin vor, berichten über Faszination und Probleme und erläutern, wie sie den Spagat zwischen Berufs- und Privatleben meistern. Der Flyer für Bewerber schärft den Blick hinter die Kulissen der Kliniken, gibt Hinweise auf gute Weiterbildungsangebote und bietet Checklisten zum Vergleich einzelner Kliniken.

Die gesamte Kampagne ist vom Prinzip getragen, ehrlich und transparent über den chirurgischen Beruf zu informieren. Es wird nichts beschönigt oder verharmlost. Die Chirurgie wird auch zukünftig ein Beruf mit unregelmäßigen Arbeitszeiten sein. Durch Initiativen einzelner Krankenhäuser (z.B. durch betriebseigene Kindergärten) wird der chirurgische Beruf aber immer besser mit dem Privatleben vereinbar und deshalb für junge Kolleginnen und Kollegen attraktiv bleiben.



Informationsveranstaltungen in Universitäten und auf Messen

Kernstück der Kampagne sind die Informationsveranstaltungen in Universitätskliniken. Die Organisation erfolgt mit Unterstützung der Ordinarien, die sich in der Regel auch persönlich an der Veranstaltung vor Ort beteiligen. An einigen Standorten ist die „Nur-Mut!“-Veranstaltung mittlerweile fester Bestandteil des regulären Vorlesungsplanes Chirurgie.

Der BDC organisiert und finanziert im Vorfeld die Werbung mit Postkarten und Plakaten sowie Rundmails. Kern der ca. einstündigen Veranstaltungen sind Präsentationen zur „Faszination Chirurgie“ und der chirurgischen Weiterbildung. Hinzu kommt die Vorstellung einzelner chirurgischer Disziplinen sowie der Karriereoptionen in Universitäten, Versorgungskrankenhäusern und der Niederlassung. Die abschließende Diskussion zieht sich oft über eine halbe Stunde und länger hin.

Auf Studententagen wie der „DocSteps“ des Marburger Bundes oder „Perspektiven und Karriere“ des Deutschen Ärzteblattes ist der BDC traditionell mit einem Stand vertreten. Neben Informationsmaterial, Stickern und Terminen sind vor allem die Berater des Teams „Junge Chirurgie“ mit ihrem Fachwissen und ihren Empfehlungen gefragt. In Einzelgesprächen geht es um persönliche Eignung und Empfehlungen, Tipps für die Wahl des richtigen Krankenhauses und der chirurgischen Fachrichtung und die Planung der chirurgischen Karriere.

Schnupperkurse „Chirurgie zum Mitmachen“

Der BDC entwickelte gemeinsam mit ausgewählten Industriepartnern Tagesseminare mit praktischen Übungen für Medizinstudenten. Unter dem Motto „Nur Mut! Chirurgie zum Mitmachen“ wurde dieses Workshopangebot in die Nachwuchskampagne integriert.

Nach einführenden Vorträgen zu Grundprinzipien der Allgemein- und Viszeralchirurgie sowie der Orthopädie und Unfallchirurgie geht es an mindestens 5 Arbeitsstationen „zur Sache“.

Abb. 4: Nahtkurs im Rahmen eines praktischen Kurses „Chirurgie zum Mitmachen“

Neben einem Knoten- und Nahtkurs werden Kurse zur Osteosynthese, zur Minimalinvasiven Chirurgie, Reanimation sowie Verbands- und Gipskurse, ein Thoraxdrainage-Kurs und vieles mehr angeboten.



Die Naht- und Knotenkurse werden dabei seit Beginn der Kampagne vom BJBraun-Konzern mit Material und Personal massiv unterstützt. Im traditionellen Kurs im Langenbeck-Virchow-Haus Berlin werden zusätzlich die Räume der Aesculap-Akademie sowie die Arbeitsplätze und Trainer zur Minimalinvasiven Chirurgie von der Aesculap AG betreut.

Die Firma Covidien unterstützt uns regelmäßig bei der Organisation von Arbeitsstationen zur Minimalinvasiven Chirurgie und zur Thoraxdrainage. Smith & Nephew wiederum steuern einen Osteosynthese-Kurs bei. Hinzu kommen wechselnde Partner zur Ausstattung von Gipskursen, Reanimations- und Sonografie-Stationen. Bei einigen Kursen steht uns auch das Endomobil der Firma Johnson und Johnson zur Verfügung.

Wir danken unseren Industriepartnern ausdrücklich für die großzügige Unterstützung der BDC-Nachwuchskampagne und der praktischen Kurse „Chirurgie zum Mitmachen“. Denn die Kurse leben ausschließlich von diesen praktischen Übungen und sind das Herzstück unserer Kampagne geworden.

Die Seminare werden von der Begeisterungsfähigkeit der Teilnehmer getragen. Noch lange nach Kursende wird diskutiert, über die Möglichkeiten der chirurgischen Karriere und die unterschiedlichen Anforderungen in den 8 chirurgischen Disziplinen.

Die Chirurgie präsentiert sich als Ganzes in ihrer faszinierenden Vielseitigkeit zwischen theoretischem Fachwissen und manuellen Fertigkeiten. Die Workshops lassen sie sich in fast jeder Klinik veranstalten. Der BDC als Vertreter aller Chirurgen spricht deshalb bei den praktischen Kursen vor allem Lehrkrankenhäuser an. So erhalten auch die nichtuniversitären Kliniken die Chance, sich Medizinstudenten im Rahmen der BDC-Nachwuchskampagne zu präsentieren.

Nachwuchskongress „Hammerexamen und Karriere“

Seit 2011 richtet der BDC im Langenbeck-Virchow-Haus Berlin unter Führung seiner Akademieleiter Prof. Schröder, Köln, und PD Dr. Krones, Aachen, jährlich einen Nachwuchskongress für Medizinstudenten aus. Die zweitägige Veranstaltung unter der Überschrift „Pimp Your Studies“ richtet sich an Studenten kurz vor Ende ihres Studiums.

Gemeinsam mit dem Berufsverband der Deutschen Internisten bereitet der Kongress auf den mündlichen Teil der 2. Ärztlichen Prüfung, das sogenannte Hammerexamen, vor. Gleichzeitig können sich die Studenten im Karrieremarkt, der in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Ärzteblatt organisiert wird, über Weiterbildungsangebote von Kliniken und Krankenhausverbünden informieren und in der Trainingsarea Chirurgie und Innere Medizin an Übungsstationen praktisch kennenlernen.

Abb. 5: Nachwuchskongress „Pimp Your Studies“ 2013 (Foto: BDC/Jonas Dittmar)



Die Resonanz ist überwältigend, der Hörsaal jedes Jahr bis auf den letzten Platz besetzt. Ca. 400 Studenten aus dem gesamten Bundesgebiet finden bei jeder Veranstaltung den Weg nach Berlin und reisen mit großer Begeisterung und hoher Motivation zurück nach Hause [8].

„Nur Mut!“ im Internet

Die Internetseite der Kampagne unter www.chirurg-werden.de bietet Interessierten ausführliche Informationen zu den Facetten

chirurgischer Tätigkeit, der chirurgischen Weiterbildung und den spezifischen Herausforderungen der 8 chirurgischen Säulen unseres Fachgebietes.

Die Seite wird von Medizinstudenten hoch frequentiert und verzeichnet zwischen 5.000 und 7.000 Besucher monatlich.

Auf dieser Seite findet man alle Veranstaltungstermine der Kampagne und kann sich für die praktischen Kurse und den Nachwuchskongress anmelden. Die Webseite des Nachwuchskongresses „Pimp Your Studies“ findet sich unter www.hammerexamen-und-karriere.de.

„Nur Mut!“ auf Facebook und Google+

Vor einem Jahr startete die Facebook-Seite der Nachwuchskampagne, später auch eine entsprechende Fanpage auf Google+.

Mit der Facebook-Repräsentanz sind die wesentlichen Informationen und Termine der Kampagne sowie Fotos und Videos im beliebtesten Social Network Deutschlands verfügbar. Sie lassen sich auch über alle gängigen mobilen Endgeräte abrufen.

Ebenso wie die Webseite ist auch die Facebook-Seite bei Medizinstudenten sehr beliebt. Heute verfügt sie über weit mehr als 2.000 Fans und erreicht wöchentlich über 60.000 Personen.

Weiterbildungsklinik finden im Portal „Chirurgie-Suche“

Die richtige Weiterbildungsklinik finden Medizinstudenten seit wenigen Monaten durch gezielte Recherche im BDC-eigenen Suchportal „Chirurgie-Suche“ unter www.chirurgie-suche.de.

Auf dieser Seite suchen nicht nur Patienten und Zuweiser nach chirurgischen Experten und transparenten Informationen zu chirurgischen Krankheitsbildern. In einem speziellen Karrierebereich können Medizinstudenten und junge Ärzte gezielt nach geeigneten Weiterbildungsstätten suchen. Diese können sich hier mit ihrem Weiterbildungsangebot präsentieren und auch ihre Familienorientierung unter Beweis stellen.

Durch spezielle Transparenzindizes werden die Angebote vergleichbar, Nutzer können die Suchergebnisse nach eigenen Ansprüchen und Vorlieben filtern und sortieren. Kennen Sie die **Deutschlandkarte von chirurgischen Kliniken mit Kindergärten**? Wir haben Sie auf Chirurgie-Suche!

Abb. 6: Deutschlandkarte Familienfreundlicher Krankenhäuser



Vorherige Seite

1 2

Nächste Seite

Ergebnisse à Seite 10 20 50

57 Ergebnisse für 'Orthopädie und Unfallchirurgie' in Berlin und deutschlandweit

Ergebnissuche für: Kliniken und Praxen (mit Filterung in Familienfreundlichkeit)

Suchergebnisse sortieren nach

Entfernung

Klinik-/Praxisname

CS-Index ihrer Suchergebnisse

Transparenz

VB-Eingriffe

1



Kliniken Nordoberpfalz AG Klinikum Weiden

Klinik für Unfallchirurgie, Orthopädie, Hand- und Kinderchirurgie
D-92636 Weiden



327,0 km

8,6

k.A.

2



Herz-Jesu-Krankenhaus Hiltrup GmbH

Chirurgische Klinik
D-48165 Münster



398,4 km

8,4

k.A.

3



Klinikum Gütersloh gGmbH

Klinik für Allgemein-, Viszeral- und Unfallchirurgie
D-33332 Gütersloh

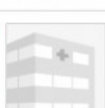


348,8 km

8,2

k.A.

4



Asklepios Westklinikum Hamburg

Klinik für Orthopädie und Unfallchirurgie
D-22559 Hamburg

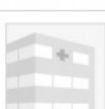


269,8 km

7,9

40%

5



Kreis Krankenhaus Erding

Unfallchirurgie und Orthopädie
D-85435 Erding



481,3 km

7,9

70%

6



Kath. Krankenhaus Hagen gem. GmbH Betriebsstätte St.-Josefs-Zentrum für Orthopädie und Unfallchirurgie

D-58097 Hagen



426,3 km

7,8

k.A.

7



Klinikum Augsburg

Unfall-, Hand- und Wiederherstellungschirurgie

Umkreiskarte schließen

Detaillsuche

UMKREIS

Wo:

Berlin

Umkreis:

Deutschlandweit

ZUSATZ-WEITERBILDUNGEN

Art:

Alle Zusatz-Weiterbildungen

KLINIKEN UND PRAXEN

Profiltyp:

Kliniken und Praxen anzeigen

WEITERBILDUNGSANGEBOTE

FAMILIENFREUNDLICHKEIT

Nur Ergebnisse anzeigen mit:

☐ Ansprechpartner für familienspezifische Fragen

☐ Teilzeitarbeitsplätze vorhanden/möglich

☒ KITA oder andere Form der Kinderbetreuung vorhanden

☐ KITA bzw. Kinderbetreuung für Ärztekinder zugänglich

☐ KITA bzw. Kinderbetreuung 24 Stunden

☐ KITA bzw. Kinderbetreuung an Wochenenden

WEITERBILDUNGSMERKMALE

Nur Ergebnisse anzeigen mit:

☐ Evaluationsbericht Weiterbildung

☐ Curriculum

☐ Verbundermächtigung

MERKMALE

Nur Ergebnisse anzeigen mit:

☐ Behandlung von Arbeitsunfällen

☐ Zentrum

☐ Zertifikat

☐ Chirurgisches Qualitätssiegel

☐ Qualitätsbericht

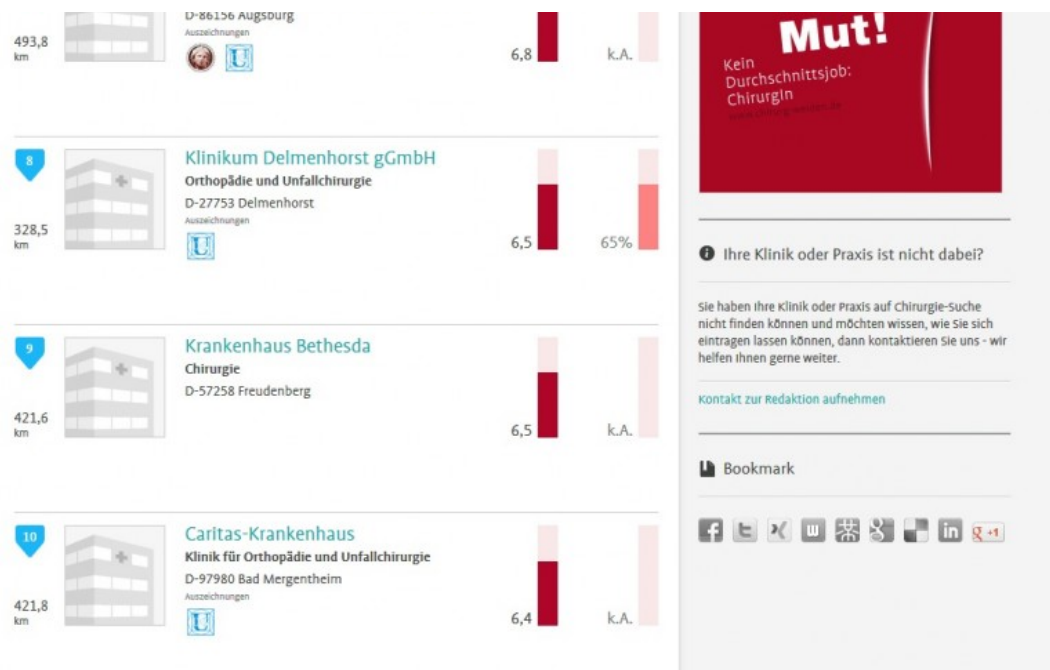
Suchen

Merkliste (0)

Sie haben noch keine Klinik- oder Praxisprofile in Ihrer Merkliste gespeichert.

Anwendungshilfe

Anzeige



Das Portal ist seit seinem Start eine Erfolgsgeschichte und wird täglich von über 1.500 Besuchern für Recherchen genutzt. Jeder chirurgischen Abteilung und Praxis wird empfohlen, den eigenen Eintrag regelmäßig zu aktualisieren. **Premiumkunden** können zusätzliche Informationen, Bilder, Videos und News auf Chirurgie-Suche publizieren und dabei entweder Patienten oder gezielt den chirurgischen Nachwuchs für die eigene Abteilung oder Praxis interessieren.

Stellenmarkt „App.in.den.OP“ auf Smartphones und Tablets

Der BDC-Stellenmarkt ist über kostenfreie Apps in iTunes und Google Play auf den wichtigsten Smartphones und Tablets verfügbar. Über Filter kann man die mehreren hundert Stellenangebote nach Fachgebiet, Dienststellen und Bundesland an den persönlichen Bedarf anpassen.

Ähnliche Funktionen sind auch in die korrespondierenden Banner des BDC-Stellenmarktes auf BDC|Online sowie auf der Webseite der Nachwuchskampagne verfügbar. Die Banner zeigen fortlaufend verfügbare Stellenanzeigen auf der betreffenden Webseite an, bei Klick auf eine interessante Stellenofferte öffnet sich die Originalanzeige mit allen Informationen.

Abb. 7: App.in.den.OP – Der BDC-Stellenmarkt im Internet und auf Smartphones und Tablets

Die Banner werden auch auf www.chirurg-werden.de und sogar auf der Facebook-Seite der Nachwuchskampagne angezeigt und präsentieren dort ausschließlich Assistenzarzt-Stellenanzeigen.

Es war nie einfacher und günstiger, tausende von Medizinstudenten monatlich mit einer Anzeige zu erreichen. Oder wüssten Sie, wie Sie zielgruppengenaue auf Facebook eine Stellenanzeige Ihrer Klinik oder Praxis platzieren können?

Resonanz nach fünf Jahren „Nur Mut!“

Die Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ des BDC hat seit ihrem Start im Jahre 2008 rund 7.000 Medizinstudenten erreicht und hat sich zu einer festen Marke entwickelt. Die Kampagnenmotive sowie das rote Leitmotiv sind nahezu jedem Medizinstudenten bekannt.

Die Webseiten www.chirurg-werden.de und www.staatsexamen-und-karriere.de sowie die Facebookseite werden als Informationsseiten und „Tor zur Chirurgie“ von Medizinstudenten geschätzt und hoch frequentiert.

Wir sind stolz auf den großen Zuspruch, den die Kampagne bei Studenten und Medien gefunden hat, sowie die große Aufmerksamkeit, die der BDC mit der Kampagne dem gesamten Gebiet Chirurgie verschafft.

Mit der BDC-Nachwuchskampagne wird bei vielen Studenten das Interesse an der Chirurgie geweckt. In den Beratungsgesprächen erleben wir immer wieder, dass die Chirurgie ihre Faszination nicht verloren hat, aber häufig einen schlechten Ruf genießt. Schuld sind negative Erfahrungen bei Arbeitszeit, Kollegialität und Wertschätzung in Famulaturen oder vor allem im Praktischen Jahr.

„Nur Mut!“ erreicht vor allem die unentschlossenen Studenten, die sich noch nicht auf eine bestimmte Fachrichtung festgelegt haben und der Chirurgie grundsätzlich offen gegenüberstehen. Hier können wir eine positive Duftmarke für die Chirurgie setzen und mit praktischen Workshops verstärken.

Diese positive Stimmung können Weiterbilder aufnehmen und mit ihrer Vorbildwirkung gegenüber Medizinstudenten und Assistenzärzten positiv verstärken. Nur gemeinsam werden wir den Herausforderungen des

Nachwuchsmangels gewachsen sein. Jeder kann dazu seinen ganz persönlichen Beitrag leisten.

Wenn die Chirurgie wieder als ernsthafte Perspektive in der Karriere eines Mediziners wahrgenommen wird, hat die BDC-Nachwuchskampagne ihr Ziel erreicht. Und selbst diejenigen, die ihre persönliche Zukunft nicht in der Chirurgie sehen, sollen den Eindruck gewinnen, dass Chirurgen eine ganz besondere Gruppe unter den Ärzten sind.

Kein Job für jeden. Aber ein faszinierender Beruf. Für viele sogar Berufung.

Danke an alle Macher, Organisatoren, und Partner

Der Berufsverband dankt allen Ordinarien und Chefärzten sowie deren Mitarbeitern für die Organisation der Informationsveranstaltungen und praktischen Kurse vor Ort. Ohne Ihre tatkräftige Unterstützung wären die Veranstaltungen nicht möglich und würden nicht so viele Medizinstudenten erreichen.

Ein besonders herzlicher Dank gilt allen aktiven Kolleginnen und Kollegen des Teams „Junge Chirurgie“ und dem Ressort Nachwuchsförderung im BDC unter Leitung von Dr. Matthias Krüger und PD Dr. Daniel Vallböhmer. Auf Informationsveranstaltungen und praktischen Kursen halten sie Vorträge und standen auf Messen als Karriereberater am BDC-Nachwuchsstand zur Verfügung.

Großer Dank gilt unseren Industriepartnern für die Gestaltung der praktischen Workshops. Sowohl das Material, aber auch die personelle Unterstützung sind vorbildlich. Ohne diese Unterstützung wäre der große Erfolg der Workshops „Chirurgie zum Mitmachen“ unmöglich. Unser Dank gilt den Firmen B|Braun, Aesculap AG und Aesculap-Akademie sowie Smith&Nephew, Covidien und Ethicon.

Die Organisation der Informationsveranstaltungen und Workshops wäre ohne die tatkräftige Unterstützung der BDC-Geschäftsstelle nicht möglich. Die Organisation ruht dabei auf den Schultern vieler BDC-Mitarbeiter.

Unserer besonderer Dank gilt Jessica Wolter und Jonas Dittmar, die unter Leitung von Dr. Ronny Dittmar die Webseiten pflegen, die Social-Media-Netze mit Leben füllen und viele Ideen zur Optimierung der Nachwuchskampagne entwickeln und umsetzen.

Die Anmeldung und organisatorische Abwicklung der Workshops und Kongresse liegt in den Händen der Mitarbeiterinnen der BDC|Akademie, Renate Schönzart, Elke Griesse und Jennifer Dreusch. Sie bewältigen diese Großveranstaltungen zusätzlich zu den knapp 100 Seminaren der BDC|Akademie.

Herzlichen Dank für das Engagement aller. Gemeinsam können wir viel bewegen.

Die Literaturliste erhalten Sie auf Anfrage via passion_chirurgie@bdc.de.

Eine Meldung aus dem BDC|Blog:

Genie oder Wahnsinn – Leitmotto der „Nur Mut!“-Kampagne 2013



Seit 5 Jahren erregt die Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ des Berufsverbands der Deutschen Chirurgen mit frechen Motiven und doppelstinnigen Slogans Aufsehen in der chirurgischen Gemeinschaft, bei Medizinstudenten und darüber hinaus.

Mit Sprüchen wie „Aufschneider“, „Schnitte“, „Hingucker“ oder „Minimalinvasorin“ wird ganz bewusst mit einem Augenzwinkern auf den eigenen Berufsstand geblickt. Die Motive und Slogans sollten vor allem Aufmerksamkeit und Interesse wecken, gleichzeitig aber aufzeigen, dass Chirurgie zwar kein Fach für jeden ist, Chirurgen selbst aber eine interessante und Gemeinschaft sind.



Der

BDC|Blog

Diese und weitere Neuigkeiten finden Sie in unserem Blog. Unter „Blog per E-Mail abonnieren“ können Sie den Blog bestellen.

Weiterführende Informationen	
BDC-Nachwuchskampagne	↗ Anzeigen
Nachwuchs-Kongress "Staatsexamen & Karriere"	↗ Anzeigen
Chirurgie-Suche: Suchportal für 5.500 chirurgische Abteilungen und Praxen	↗ Anzeigen
BDC Online	↗ Anzeigen
BDC Stellenmarkt auf Smartphones und Tablets im iTunes-Store und bei Google Play	↗ Anzeigen
Schalten von Anzeigen im BDC Stellenmarkt	↗ Anzeigen
„Nur Mut!“ auf Facebook	↗ Anzeigen
„Chirurgie-Suche“ auf Facebook	↗ Anzeigen
„Der BDC“ auf Facebook	↗ Anzeigen

Ansorg J. / Krüger M. / Vallböhmer D. Die BDC-Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ – Eine Erfolgsgeschichte seit über 5 Jahren. *Passion Chirurgie*. 2013 September; 3(09): Artikel 03_01.