POLITIK 01.01.2012

Erfolgsgeschichte seit über 4 Jahren: Die BDC-Nachwuchskampagne „Nur Mut!“

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

Welchen Beitrag die seit über 4 Jahren laufende Nachwuchskampagne des BDC dazu geleistet hat, lässt sich nur schwer abschätzen. Mit weit über 5.000 erreichten Medizinstudenten und ca. 50 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 Herbst 2011. Nach diesen Informationen [1], die auf Daten der Weiterbildungsevaluation der Landesärztekammern basieren, könnten bis zu 1.000 Berufsstarter jährlich eine chirurgische Karriere einschlagen.

Ob sich diese Tendenz verfestigt, werden die Ergebnisse der zweiten Evaluationsrunde 2011 zeigen. Die Tendenz eines während des Medizinstudiums kontinuierlich sinkenden und nach dem PJ dramatisch abfallenden Interesses an der Chirurgie [2] wäre dann zumindest abgemildert.

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 weitergehen.

In den kommenden zehn Jahren gehen 50 % der niedergelassenen Chirurgen und ca. ein Drittel aller Krankenhauschirurgen in den Ruhestand. Über 10.000 Stellen werden neu zu besetzen sein. Dafür werden bereits ab sofort ca. 1.000 Fachärzte der Chirurgie jährlich gebraucht. Sollten tatsächlich zukünftig ca. 1.000 Absolventen des Medizinstudiums pro Jahr eine chirurgische Karriere einschlagen, dauert es nach aktuellen BDC-Erhebungen knapp sieben Jahre, bis diese Kolleginnen und Kollegen eine Facharztqualifikation erreichen [3]. Zumindest bis zum Ende dieses Jahrzehnts ist damit keine Entwarnung beim Nachwuchsmangel und erst recht nicht beim Wettbewerb um Fachärzte in Sicht.

Nachwuchskampagne „Nur Mut!“

Anfang 2008 stellte der Berufsverband der Deutschen Chirurgen auf Initiative des Teams „Junge Chirurgie“ 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 unser 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. Deshalb wurde ein vom Corporate Design des BDC völlig unabhängiges, neues 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 mit „direkter Konkurrenz“ vor Ort, dass sich die meisten Studenten vom Original „Nur Mut!“ stärker angezogen fühlen.

Provokative Wortspiele und Motive

Die BDC-Nachwuchskampagne erregte zunächst mit frechen Parolen wie dem doppelsinnigen „Kein Durchschnittsjob“, „Aufschneider“, „Schnitte“ und „Hingucker“ Aufsehen. Jeweils einige Wochen vor „Nur Mut!“-Informationsveranstaltungen oder praktischen Kursen wurden Postkarten mit diesen Slogans und korrespondierenden Motiven in Studentenkneipen 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.

Plakate, Poster und Postkarten können jederzeit kostenfrei beim BDC bestellt werden. Bitte senden Sie bei Interesse eine E-Mail an chirurg-werden@bdc.de.

Weiterführende Informationen

Ist das Interesse geweckt, werden sachliche Informationen und Beratungsangebote ergänzt. Diese reichen von einer aufwändig produzierten Imagebroschüre zur Vorstellung der acht 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. 2: Nur Mut-Broschüre 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 ungeregelten 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.

„Nur Mut!“ mit Informationen und Terminen im Internet

Umfangreiche Informationen bietet auch die Internetseite der Kampagne unter www.chirurg-werden.de. Interessierte finden hier ausführliche Informationen zu den Facetten chirurgischer Tätigkeit, der chirurgischen Weiterbildung und den spezifischen Herausforderungen der acht chirurgischen Säulen unseres Fachgebietes.

Auf dieser Seite findet man alle Veranstaltungstermine der Kampagne und kann sich informieren, auf welchem Nachwuchskongress unser Informationsstand und die Karriereberater demnächst Halt machen. Für die praktischen Kurse „Nur Mut! Chirurgie zum Mitmachen…“ kann man sich gleich online anmelden.

Auch für die Summerschools, Kongresse und Stipendien der chirurgischen Fachgesellschaften wird auf www.chirurg-werden.de geworben, soweit sie uns bekannt gegeben werden.

Abb. 3: Kampagnenwebseite „www.chirurg-werden.de“

Im Jahr 2011 haben wir die Webseite komplett neu gestaltet und noch besser an die Bedürfnisse und Gewohnheiten der jungen Internetgeneration angepasst.

Die Internetseite unserer Nachwuchskampagne ist seit 2008 wichtige Informationsquelle für zehntausende Medizinstudenten und wird von 4.000 – 5.000 Besuchern monatlich frequentiert.

Neu: Integrierter Stellenmarkt „App.in.den.OP“

Im Rahmen dieses Relaunches wurden Ende 2011 auch die Banner des BDC-Stellenmarkes „App.in.den.OP“, den der BDC in Kooperation mit dem Deutschen Ärzteblatt betreibt, in die Webseite integriert. So erreichen Kliniken an der Chirurgie interessierte Studenten treffgenau und mit erheblich geringerem Streuverlust, als mit Anzeigen im Deutschen Ärzteblatt.

Alle Anzeigenkunden des Ärzteblattes sind mit ihren Stellenanzeigen für Assistenzärzte 30 Tage kostenfrei auf der Webseite www.chirurg-werden.de präsent. Danach lassen sich kostengünstig Verlängerungen für 30, 60 oder 90 Tage buchen. Die Preise beginnen bei ca. 200,- € pro Monat. Da lohnt es sich, frühzeitig und langfristig eine Anzeige zu schalten.

Neu: „Nur Mut!“ auf Facebook

Zum Jahreswechsel 2012 startete zusätzlich eine Facebook-Seite, die unter dem Suchbegriff „Chirurg werden“ auf Facebook zu finden ist. Für alle Nicht-Facebook-Nutzer ist die Seite auch über www.facebook.com unter dem Stichwort ‚Chirurg werden’ im Internet erreichbar.

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

Außerdem erleichtert uns Facebook nicht nur, mit neuen Interessenten in Kontakt zu kommen, sondern diesen Kontakt über einen langen Zeitraum zu halten und permanent Informationen an die „Fans“ und Freunde unserer Nachwuchskampagne weiter zu geben (sog. Push-Service).

Abb. 4: Facebook-Fanseite „chirurg-werden“

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. Besonders große Resonanz bei den Studenten wird erreicht, wenn die „Nur Mut!“-Informationsveranstaltung am Anfang des Semesters, z. B. in der Orientierungswoche, stattfindet. An einigen Standorten ist die „Nur Mut!“-Veranstaltung mittlerweile fester Bestandteil des regulären Vorlesungsplanes Chirurgie.

Abb. 5: Informationsveranstaltung „Nur Mut!“ in Mainz 2010

Der BDC organisiert und finanziert im Vorfeld die Werbung mit Postkarten und Plakaten sowie Rundmails. Außerdem unterstützt er die Veranstaltung mit einem oder zwei Referenten des Teams „Junge Chirurgie“, die zur „Faszination Chirurgie“ sowie zur chirurgischen Weiterbildung sprechen. Anschließend berichten eine Chirurgin und ein Assistenzarzt über ihre Erfahrungen in der eigenen Klinik. Je nach Interesse und Engagement der Organisatoren vor Ort werden verschiedene chirurgische Disziplinen sowie alternative Karrierewege an nichtuniversitären Häusern dargestellt.

Die abschließende Diskussion zieht sich bei vollem Hörsaal oft über eine halbe Stunde und länger hin.

Abb. 6 und 6A: BDC-Informationsstand auf einem Nachwuchskongress, oben: Dr. G. Leschber (li.), Dr. M. Krüger; unten: Dr. M. Krüger im Gespräch mit Studenten

Auf Studentenmessen wie der „DocSteps“ des Marburger Bundes oder den Kongressen „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.

Mit Informationsveranstaltungen in Universitäten haben wir seit Beginn der Kampagne über 3.000 Medizinstudenten erreicht. Hinzu kommen über 1.100 Studentenkontakte auf Messen und Kongressen anderer Veranstalter (Marburger Bund, Deutsches Ärzteblatt).

Schnupperkurse „Chirurgie zum Mitmachen“

Immer wieder kam während der Diskussion mit Medizinstudenten die Frage auf, woher man denn wisse, ob Chirurgie das Richtige für einen sei. Schließlich ist Chirurgie auch Handarbeit und erfordert manuelles Geschick.

Der BDC nahm diese Frage auf und entwickelte gemeinsam mit ausgewählten Industriepartnern ein Tagesseminar mit praktischen Übungen für Medizinstudenten. Unter dem Motto „Nur Mut! Chirurgie zum Mitmachen…“ wurde dieses Workshopangebot in die Nachwuchskampagne des BDC integriert.

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

Abb. 7: 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.

Jeder Teilnehmer durchläuft alle Stationen und kann sich so ein praktisches Bild von der Vielfalt der Chirurgie machen. Zum Ende jeder Station sind die zukünftigen Chirurgen kaum aus den Übungsräumen zu bekommen und zum Wechsel in den nächsten Workshop zu bewegen.

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

Die Chirurgie präsentiert sich als Ganzes in ihrer faszinierenden Vielseitigkeit zwischen theoretischem Fachwissen und manuellen Fertigkeiten. Die praktischen Kurse lassen sich in praktisch 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 Nachwuchskampagne zu präsentieren.

Im Rahmen der BDC-Nachwuchskampagne haben knapp 1.000 Studenten einen praktischen Kurs unter dem Motto „Chirurgie zum Mitmachen“ oder einen Nachwuchskongress (s. u.) besucht.

Nachwuchskongresse „Schnittpunkt Chirurgie“ und „Hammerexamen und Karriere“

Im Jahr 2011 wurde erstmals ein Nachwuchskongress für das Gebiet Chirurgie unter dem Motto „Schnittpunkt Chirurgie“ ausgerichtet. Dieser Kongress richtete sich vornehmlich an den chirurgischen Nachwuchs in Facharztweiterbildung vom Berufseinsteiger bis zum Facharztkandidaten.

In einem separaten Strang gab es auch ein Angebot für Medizinstudenten kurz vor Ende ihres Studiums. Dieses Format sollte auf den chirurgischen Teil der 2. Ärztlichen Prüfung, das sog. Hammerexamen, vorbereiten. 120 interessierte Medizinstudenten fanden im März 2011 den Weg nach Berlin ins Langenbeck-Virchow-Haus.

Da die Resonanz auf die anderen Teile des Kongresses „Schnittpunkt Chirurgie“ deutlich hinter den Erwartungen zurück blieben, entschloss sich der Vorstand des BDC gemeinsam mit der Akademieleitung, den Kongress zukünftig ausschließlich für Studenten anzubieten und gemeinsam mit den Kollegen des Berufsverbands der Deutschen Internisten (BDI) zu organisieren. Damit verbunden war einerseits die Hoffnung auf ein breiteres Interesse und andererseits die Chance, bereits frühzeitig auf die Notwendigkeit der interdisziplinären Kooperation hinzuweisen.

Der erste gemeinsame Nachwuchskongress unter dem Titel „Hammerexamen und Karriere“ wird vom 23. bis 24. März 2012 im Langenbeck-Virchow-Haus in Berlin stattfinden. Veranstalter ist neben BDC und BDI auch der Deutsche Ärzteverlag.

Wir bitten alle chirurgischen Abteilungen, ihre PJ-Studenten über die Veranstaltung zu informieren und sie bei Interesse an einer Teilnahme zu unterstützen. Eine einfachere Möglichkeit, frühzeitig junge Kollegen für die Chirurgie zu begeistern und gleichzeitig an die eigene Abteilung zu binden, gibt es kaum.

Resonanz und Ausblick nach vier Jahren „Nur Mut!“

Die Nachwuchskampagne „Nur Mut!“ des BDC wurde vor vier Jahren ins Leben gerufen. In dieser kurzen Zeit haben wir über 5.000 Studentinnen und Studenten mit Informationsveranstaltungen und praktischen Kursen erreicht. Die Webseite www.chirurg-werden.de wird als Informationsseite und „Tor zur Chirurgie“ von Medizinstudenten geschätzt und hoch frequentiert. Die Kampagne hat sich zur Marke entwickelt, die nahezu jeder Medizinstudent kennt.

Tab. 1: Teilnehmer an Angeboten der BDC- Nachwuchskampagne „Nur Mut!“

3067	Teilnehmer Infoveranstaltungen
1150	Kontakte auf Messen
120	Teilnehmer Nachwuchskongress 2011
808	Teilnehmer Workshops
5145	**Studenten insgesamt erreicht**

Wir sind stolz auf den großen Zuspruch, den die Kampagne bei Studenten und Medien gefunden hat. Ganz besonders freuen wir uns darüber, dass diese Form der Nachwuchsarbeit in anderen medizinischen Gebieten und in der Chirurgie Nachahmer gefunden hat. Mit speziellen Angeboten wie Kongress-Stipendien und Summer Schools folgen nun auch einige chirurgische Fachgesellschaften. Auch die Deutsche Gesellschaft für Chirurgie bemüht sich heute mit Presseaktivitäten, auf den Nachwuchsmangel hinzuweisen. Jede Initiative ist eine gute Initiative und unterstützt letztlich unsere jungen Kollegen in den Kliniken.

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.

Die BDC-Nachwuchskampagne erreicht vor allem die unentschlossenen Studenten, die sich noch nicht auf eine bestimmte Fachrichtung festgelegt haben und die der Chirurgie grundsätzlich offen gegenüberstehen. Hier können wir eine positive Duftmarke für die Chirurgie setzen und mit praktischen Workshops verstärken.

Diese positive Stimmung muss später durch positive Erfahrungen in der chirurgischen Klinik, sei es in der Famulatur oder im Praktischen Jahr, intensiviert werden, um schließlich einen „neuen Chirurgen“ zu gewinnen. In diesem Sinne kann jeder Weiterbilder mit seiner Vorbildwirkung gegenüber Famulanten und PJ-lern die BDC-Nachwuchskampagne positiv verstärken oder das bestellte Feld austrocknen. Nur gemeinsam werden wir die Herausforderung des Nachwuchsmangels meistern. 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 bei denen, die persönlich keine Perspektive in der Chirurgie sehen, soll der Eindruck haften bleiben: Chirurgen sind eine ganz besondere Gruppe unter den Ärzten.

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

Einladung an chirurgische Fachgesellschaften zur Mitarbeit

Die Nachwuchskampagne „Nur Mut! Kein Durchschnittsjob: ChirurgIn“ ist eine offene Plattform, die der BDC von Anfang an den chirurgischen Fachgesellschaften zur Kooperation angeboten hat. Hier können Veranstaltungen, Summer Schools, Stipendien usw. angekündigt werden. Ebenso ist die Integration spezieller Angebote in Informationsveranstaltungen und praktische Kurse möglich.

Die Chirurgie wird von den Studenten trotz der Vielfalt unseres Faches als Einheit wahrgenommen. Das gemeinsame Bemühen um den chirurgischen Nachwuchs und die BDC-Nachwuchskampagne sind deshalb ein wichtiger Schritt zu mehr Gemeinsamkeit und Einheit der chirurgischen Verbände und Gesellschaften.

Danke

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 so erfolgreich verlaufen und hätten nicht den enormen Zuspruch erfahren.

Ein besonders herzlicher Dank gilt allen aktiven Kolleginnen und Kollegen des Teams „Junge Chirurgie“ im BDC. Auf Informationsveranstaltungen und praktischen Kursen hielten sie Vorträge und standen auf Messen als Karriereberater am BDC-Nachwuchsstand zur Verfügung. Dazu wurde meist Urlaub oder Freizeitausgleich

eingesetzt und ehrenamtlich gearbeitet. Vielen Dank für diesen enormen und nicht üblichen Einsatz für unseren Berufsstand.

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

Die Organisation der Informationsveranstaltungen und Workshops wäre ohne die tatkräftige Unterstützung der BDC-Geschäftsstelle nicht möglich. Die Organisation ruht dabei auf den Schultern von Frau Carola Paech, die als Assistentin der Geschäftsleitung den Kontakt zu den Kollegen vor Ort sowie zur Industrie hält, Referenten und Material für die Workshops koordiniert und die Internetseite www.chirurg-werden.de pflegt. Die Anmeldung wird von den Mitarbeiterinnen der BDC|Akademie, Frau Schönzart und Frau Griese, zusätzlich zu ihrem umfangreichen Tagesgeschäft abgewickelt.

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

Literatur:

[1] Hoeft K, Guentert A, Ansorg J (2011): Evaluation der Weiterbildung 2011. Passion Chirurgie, 07/2011; 1(7): Artikel 02_01.

[2] Osenberg D et al (2010): Wer wird denn noch Chirurg? Der Chirurg BDC, 06/2010, 308-315

[3] Ansorg J, Krüger M, Vallböhmer D (2011): Assistentenumfrage des BDC 2011. Passion Chirurgie, 07/2011; 1(7): Artikel 02_02.

[4] Ansorg J, Krones C, Schröder W, Leschber G, Ochel U-A (2008): Nur Mut! Kein Durchschnittsjob: ChirurgIn. Auftakt der Kampagne. Der Chirurg BDC, 02/2008, 52-53

Ansorg J., Krüger M., Vallböhmer D. Erfolgsgeschichte seit über 4 Jahren: Die BDC-Nachwuchskampagne „Nur Mut!“Passion Chirurgie. 2012 Januar; 2(1): Artikel 02_03.