

# MTRA-AKTIONSTAGE

## Leitfaden

### VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG

#### Ort

Der Aktionstag sollte die Besucherinnen und Besucher in die MTRA-Schule UND in eine radiologische Klinik führen, um ihnen sowohl einen Eindruck von der Ausbildungssituation als auch von dem Arbeitsumfeld der/des MTRA zu vermitteln. Öffnen Sie die Abteilungen so weit wie möglich.

Größere Schulen können/sollten den Termin mit einem Tag der offenen Tür, Berufetag o.ä. kombinieren, um noch mehr junge Menschen zu erreichen. Und: vernetzen Sie sich mit anderen Schulen aus der Region! Organisieren Sie Ihre Aktionstage am selben Tag und machen Sie gemeinsam Werbung. Manche Schulen können auch nicht allen Bewerberinnen und Bewerbern einen passenden Platz bieten; bevor Sie sie abweisen, leiten Sie sie doch einfach an andere Schulen weiter.

#### Termin

Legen Sie einen Tag im „[X-Ray-Monat](#)“ November fest, an dem Sie Ihre Türen öffnen wollen. Ein Samstag oder Sonntag bietet sich an, da an Wochenenden meist bessere Zugangsmöglichkeiten zu radiologischen Abteilungen bestehen und die Besucherinnen und Besucher Zeit mitbringen. Denkbar sind aber auch andere Wochentage, je nachdem, welche Faktoren bei Ihnen vor Ort eine Rolle spielen. Wenn Sie eher ganze Klassen ansprechen möchten, ist ein Tag unter der Woche besser geeignet. Bei der Terminauswahl sollten Sie parallele Veranstaltungen (Uni-Infotage, Schülermessen, Tag der offenen Tür an Gymnasien etc.) und Ferien in Ihrer Region berücksichtigen.

**TIPP!** Planen Sie Ihren Termin frühzeitig, damit Sie im laufenden Jahr auf Azubi-Messen und Berufsinfotagen Werbung machen können. Allerspätestens vier Wochen vor Ihrem geplanten Aktionstag sollten Sie angemeldet sein.

#### Personen

Vor Ort sollten sein:

- MTRA und MTRA-Lehrpersonal, um Fragen zur Ausbildung, zur Finanzierung der Ausbildung, berufliche Perspektiven etc. zu beantworten.
- MTRA-Schülerinnen und -Schüler, die von den Interessierten angesprochen werden können und z.B. über ihre persönliche Motivation für die Ausbildung erzählen können.
- Ggf. auch ärztliches Personal, um die Zusammenarbeit zwischen MTRA und Radiologinnen und Radiologen zu verdeutlichen.

**TIPP!** Beziehen Sie die MTRA-Schülerschaft aktiv in die Planung und Durchführung des Tages ein! Sie haben oft gute Ideen zur Gestaltung des Aktionstags und sind vor Ort bei Führungen, Demonstrationen und Vorträgen als Ansprechperson eine wichtige Unterstützung. Unsere Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass jugendliche Besucher die Kommunikation auf Augenhöhe sehr schätzen.

#### Beschilderung

Platzieren Sie Hinweisschilder und Poster auf dem Schulgelände, um für eine gute Orientierung zu sorgen. Wegweiserschilder im Aktionstag-Design können Sie über unser Bestellformular bestellen.

SCHAU REIN,  
WAS FÜR DICH  
DRINSTECKT

EIN BERUF STELLT  
SICH VOR

Medizinisch-Techni-  
sche/r  
Radiologieassistent/  
in (MTRA)

www.mtawerden.de

## IDEEN ZUR PROGRAMMGESTALTUNG

*In den vergangenen Jahren haben sich die beteiligten Aktionstag-Teams bereits viele gute Aktionen einfallen lassen, um das Programm für den Tag der offenen Tür interessant und abwechslungsreich zu gestalten. Diese Erfahrungen haben wir für Sie als Anregung zusammengefasst, die Sie nach Bedarf an Ihren Standort anpassen können.*

### **Führungen und Experimente**

Lassen Sie die Besucherinnen und Besucher bei einer Führung die Radiologie hautnah entdecken, indem Sie die beeindruckenden Geräte vorstellen, deren Funktionen erklären und Demonstrationen durchführen. Zum Beispiel: Wie sieht ein Apfel-Röntgenbild aus – und warum sieht es so aus? Auch beliebt: eine CT-Vorführung am Phantom oder auch am Suppenhuhn; oder schneiden Sie eine Melone im MRT „in radiologische Scheiben“!

### **MTRA-Schule live**

Bieten Sie eine kleine praktische Unterrichtsstunde mit Lehrmaterial, kurzen Vorträgen, einer Fragerunde zur Finanzierung oder Ähnliches an.

### **MTRA-Kino**

Richten Sie einen Raum oder einen separaten, offenen Bereich für die Vorführung von Videos ein. Vielleicht haben Ihre Schülerinnen und Schüler ein Filmprojekt durchgeführt, dessen Ergebnis Sie zeigen möchten? Oder Sie nutzen unseren kurzen MTRA-Imagefilm, einen berufskundlichen [Film](#) der Bundesagentur für Arbeit und andere Videos, die Sie über [mtawerden.de](http://mtawerden.de) abrufen können.

### **MTRA-Schaufenster**

Stellen Sie die Berufsbekleidung vor: Warum tragen MTRA Bleischürzen? Warum weiße Kleidung? Sie können eine Modenschau veranstalten oder die Besucherinnen und Besucher selbst einmal in die Bleischürzen schlüpfen lassen.

### **Röntgenbilderrätsel**

Lassen Sie Ihre Besucherinnen und Besucher erraten, was für eine Erkrankung auf beispielhaften Röntgen-, CT- oder MRT-Bildern zu sehen ist.

### **Röntgen-Quiz**

Bei einer Führung durch die Radiologie lassen sich die Besucherinnen und Besucher auch gut in Form eines Quiz einbeziehen: Packen Sie eine „Wundertüte“ oder einen „Wunderkoffer“ mit unterschiedlichem Inhalt (Handy, Kuscheltier, Kuli), und lassen Sie die Besucherinnen und Besucher anhand des Bildes erraten, was alles darin ist.

### **„Mein erstes Röntgenbild“**

Lassen Sie die Besucherinnen und Besucher ihre mitgebrachten Gegenstände röntgen: Wie sieht mein Schuh, meine Puppe oder mein Handy von innen aus? Dürfen die Besucherinnen und Besucher selbst den Auslöser drücken und das Bild mitnehmen, haben Sie ein schönes Andenken an ihr „erstes selbst gemachtes Röntgenbild“.

**SCHAU REIN,  
WAS FÜR DICH  
DRINSTECKT**

EIN BERUF STELLT  
SICH VOR

Medizinisch-Techni-  
sche/r  
Radiologieassistent/  
in (MTRA)

[www.mtawerden.de](http://www.mtawerden.de)

## Radiologie zum Anfassen

Beeindruckend sind in jedem Fall die Großgeräte, aber auch das Zubehör, das in der Radiologie zum Einsatz kommt: Wann hat man schon einmal die Gelegenheit, Gefäßprothesen, Stents und Katheter in die Hand zu nehmen? Bleibenden Eindruck hinterlässt sicher auch die Gelegenheit, einmal selbst im (nicht eingeschalteten) CT oder MRT probeliegen zu dürfen, bei den Lagerungshilfen mitzuwirken oder vielleicht sogar selbst eine Bestrahlungsmaske anfertigen zu lassen.

## Sitzbereich und Imbiss

Wenn es der Platz erlaubt, lohnt es sich, einen Rückzugsort mit ausreichend Tischen und Stühlen einzurichten. Je nach Ihren Möglichkeiten können Sie vielleicht auch Getränke und einen kleinen Imbiss anbieten. Dort können Sie Informationsmaterial auslegen, Gespräche führen und den Treffpunkt für die Führungen vereinbaren.

## Informationsmaterial auslegen

Platzieren Sie – am besten im Sitzbereich – Informationsmaterialien über Ihre Schule und den MTRA-Beruf. Infos und Links zu den verfügbaren Materialien finden Sie unter [mtawerden.dvta.de/mta-schulen-aktionstage/mtra-werkzeugkasten](http://mtawerden.dvta.de/mta-schulen-aktionstage/mtra-werkzeugkasten). Hier finden Sie unter anderem

- die [Berufsinformationbroschüre](#) zum MTA-Beruf
- ein [Feedback-Formular](#) für die Besucherinnen und Besucher des Aktionstages und vieles mehr.

**TIPP!** Besonders gut eignen sich Programmpunkte, die die Besucherinnen und Besucher aktiv einbeziehen (Mitmachaktionen wie Quiz oder Berufskleidung anziehen). Die ausgewogene Mischung macht's – auf aktive Phasen kann auch gern einmal „nur“ Zuhören oder Zuschauen folgen. Die Gelegenheit zum persönlichen Gespräch sollte in jedem Fall angeboten werden.

Viele weitere Anregungen, Ideen und Fotos finden Sie auch in den Nachberichten vergangener Aktionstage auf [www.mtawerden.de](http://www.mtawerden.de), zum Beispiel den Rückblick auf die Aktionstage 2018.

## Ihr Ansprechpartner

Dr. Erik Gührs (DRG / VMTB) – Tel.: 030-916 070 15 – E-Mail: [guehrs@drg.de](mailto:guehrs@drg.de)

# 10 TIPPS FÜR IHRE WERBUNG

Werbung für Ihren Aktionstag ist überaus wichtig – nur so möglichst viele potentielle Besucherinnen und Besucher davon! Besonders kommt es darauf an, **dass Sie als Schule auf lokaler und regionaler Ebene selbst aktiv Werbung machen** und den Termin auf vielen Kanälen kommunizieren.

Das Organisationsteam aus DVTA, VMTB und DRG stellt die Portale [mtawerden.de](http://mtawerden.de), [drg.de](http://drg.de) und [vmtb.de](http://vmtb.de) sowie die zugehörigen Facebook-Präsenzen zur Veröffentlichung Ihres Aktionstagstermins und für die überregionale Werbung zur Verfügung. Ein Presseausland erfolgt im September / Oktober an ausgewählte überregionale Medien aus den Presseverteilern von DRG und DVTA.

## 1\_Flyer und Poster verteilen

Flyer und Poster können Sie über unser [Bestellformular für Flyer und Poster](#) – inklusive Aufdruck Ihrer Adresse und Termins – bestellen. Legen und hängen Sie die Flyer und Poster an allen denkbaren Plätze: in Wartezimmern der Klinik (auch außerhalb der Radiologie), in der Schule, am schwarzen Brett des Supermarkts... Geben Sie die Flyer auch Ihren Schülerinnen und Schülern mit, so dass diese in ihrem Bekanntenkreis für den Aktionstag werben können. Sie sind wichtige Multiplikatoren und Botschafter des Berufs!

## 2\_Allgemeinbildende Schulen

Lassen Sie Ihre MTRA-Schülerinnen und –Schüler auch an ihren ehemaligen Schulen Kontakt mit den Lehrerinnen und Lehrern aufnehmen. Vielleicht bestehen dort noch persönliche Kontakte, die genutzt werden können, um berufsbildende Schulen einzuladen, Ihre Flyer zu verteilen und Ihre Poster aufzuhängen. Aus Erfahrung vieler anderer MTRA-Schulen ist dies deutlich effektiver als „nur“ ein Informationsschreiben oder eine Postersendung an die Schulen. Ob auf diesem oder über einen anderen Weg: Die allgemeinbildenden Schulen sollten Sie in jedem Fall ansprechen! Auch Schulämter sollten Sie informieren.

## 3\_Berufsinformationszentren

Sprechen Sie Ihr örtliches [Berufsinformationszentrum](#) an. Fragen Sie bei den Berufsberatungen nach, ob Sie ihnen Ihre Flyer oder Poster zuschicken dürfen, und laden Sie sie persönlich zum Aktionstag ein.

## 4\_Azubi-Messen und Berufsinfotage

Planen Sie Ihren Termin frühzeitig, damit Sie im laufenden Jahr auf Messen und Berufsinfotagen Werbung machen können. Suchen Sie auch hier den direkten Kontakt zu den Veranstaltungsteams!

SCHAU REIN,  
WAS FÜR DICH  
DRINSTECKT

EIN BERUF STELLT  
SICH VOR

Medizinisch-Techni-  
sche/r  
Radiologieassistent/  
in (MTRA)

[www.mtawerden.de](http://www.mtawerden.de)

## 5\_Pressearbeit

Im Werkzeugkasten auf [www.mtawerden.de](http://www.mtawerden.de) stellen wir Ihnen eine allgemeine Pressemitteilung zur Verfügung, die Sie an Ihren Termin anpassen und um Ihr eigenes Programm ergänzen und an die Lokalpresse (Zeitungen, Anzeigenblätter, Stadtmagazine, Radiosender) versenden können. Sprechen Sie hierzu die Pressestelle Ihrer Klinik an - sie unterstützt Sie bestimmt gern bei Pressearbeit und Pressaussand für Ihre Veranstaltung! Oft lohnt es sich, auch telefonisch bei Redaktionen nachzufassen. Einige Medien, vor allem lokale Radiosender, haben Veranstaltungskalender, in die Sie Termine eintragen lassen können. Kündigen Sie den Termin auch über Ihre internen Medien, zum Beispiel die Webseite Ihrer Schule und Klinik, an.

## 6\_Social Media

Hat Ihre Klinik einen Facebook- oder Twitter-Account? Sprechen Sie die Verantwortlichen (z.B. die Pressestelle) an, auch hierbei unterstützt sie sicher gerne. Bitten Sie auch Ihre Schülerinnen und Schüler, schon vor dem Aktionstag das geplante Programm in ihrem persönlichen digitalen Netzwerk zu teilen. Über Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat...oder vielleicht nutzt Ihre Schülerschaft ja noch einen ganz anderen Kanal? Am besten immer kombiniert mit einem spannenden Foto, passend zum MTRA-Beruf. Auch am Tag selbst lohnt es sich, wenn Ihre Schülerinnen und Schüler live von der Aktion in den sozialen Medien berichten. Wichtig: Falls auf Fotos Personen zu sehen sind, ist deren Erlaubnis zur Veröffentlichung notwendig.

**TIPP!** Nutzen Sie die Hashtags #mtraaktionstag, #ausbildung, #mtra oder #radiologie, damit sich andere Aktionstagsstandorte mit Ihnen vernetzen können.

*Auch wir werben über unsere Social Media-Präsenzen für die Aktionstage und sind das ganze Jahr über – nicht nur im November – Informations- und Austauschplattform für den MTRA-Beruf sowie viele radiologische Themen.*

## 7\_Anzeigen in Printmedien

Printwerbung eignet sich gut, um die Eltern der Zielgruppe zu erreichen. Da die Eltern oft Motor für den Besuch eines solchen Infotages sind und auch die Berufswahl der Jugendlichen beeinflussen, kann eine Zeitungsanzeige für Ihren Aktionstag sinnvoll sein. Bewährt haben sich Anzeigen in Wochenblättern und lokalen Tageszeitungen, etwa eine Woche vor der Veranstaltung, z.B. in der Rubrik „Veranstaltungen“ oder „Berufe“. Manche Zeitungen haben auch ein periodisch erscheinendes Ressort „Ausbildung“.

**TIPP!** Bitten Sie die Zeitung bei Beauftragung, die Anzeige wenn möglich rechts oben auf einer Seite platzieren. So wird sie schneller von den Leserinnen und Lesern wahrgenommen. Sollten Sie in Ihrem Haus eine Pressestelle haben, lassen Sie die Schaltung von dort aus vornehmen. In manchen Fällen bekommen die Häuser Rabatt auf die Anzeigenpreise.

## 8\_mtawerden.de, drg.de, vmtb.de

Auf unseren Online-Portalen kündigen wir Ihren Aktionstag gern standortspezifisch an. Schicken Sie uns hierzu einfach einen kurzen Text per E-Mail, oder tragen Sie den Text direkt auf dem Anmeldebogen ein: Wann und wo wird Ihr Aktionstag stattfinden, was erwartet die Besucherinnen und Besucher, welches Programm haben Sie geplant; mit Angabe der Web-Adresse der Schule für den Abruf weiterer Informationen zur Ausbildung bei Ihnen. Unsere Homepages sind der erste Anlaufpunkt für Interessierte, sich weiter über den Aktionstag zu informieren; die URL wird auf allen Werbemedien kommuniziert.

SCHAU REIN,  
WAS FÜR DICH  
DRINSTECKT

EIN BERUF STELLT  
SICH VOR

Medizinisch-Techni-  
sche/r  
Radiologieassistent/  
in (MTRA)

[www.mtawerden.de](http://www.mtawerden.de)

## 9\_„Schulkurier“

„Bringen Sie Plakate oder Flyer mit geringem Aufwand in großer Stückzahl an Schülerinnen und Schüler und weitere junge Leute“, könnte man den Dienst zusammenfassen, den der Schulkurier anbietet. Wir haben gute Erfahrungen mit dem Verteilsystem gemacht, das Angebot ist allerdings kostenpflichtig. Der Schulkurier unterhält seine Verteilstände in Schulen, Kinos oder Jugendhäusern. Das Einzugsgebiet können Sie selbst festlegen und so ganz regionalspezifisch Ihre Flyer platzieren. Nach unserer Erfahrung müssen Sie pro Stadt mit ca. 500 Euro rechnen, wenn Sie auch das Umland einbeziehen. Ein Angebot können Sie direkt beim [Schulkurier](#) anfordern. Falls Sie den Dienst nutzen möchten, berücksichtigen Sie dies gleich bei der Bestellmenge Ihrer Flyer!

## 10\_Die Kittel sind los!

Wer könnte eigentlich sympathischer und persönlicher Werbung für den Aktionstag machen, als die beteiligte MTRA-Schülerschaft selbst? Eine Idee für eine lebendige Werbeaktion, die sich in den vergangenen Jahren bewährt hat, ist die Aktion „Die Kittel sind los“:

Die MTRA-Schülerinnen und -schüler gehen ein paar Tage vor dem Aktionstag mit Kitteln und radiologischen „Accessoires“ bekleidet z.B. in eine Fußgängerzone – es sollte Nachmittag sein und es sollten viele junge Menschen dort unterwegs sein. Natürlich wird der Info-Flyer verteilt. Es kann eine tragbare Trommel selbst vorbereitet werden, die den Schriftzug „Schau rein, was für Dich drinsteckt“ trägt. Sie hat auf der Oberseite eine kleine Öffnung, aus der ein kleines Präsent gezogen werden kann – für alle, die mal schauen wollen, was da für sie drin steckt. Die ganze Aktion kann – je nach Engagement von Lehrpersonal und Schülerinnen und Schülern – ein oder zwei Mal stattfinden, sie kann 2 oder 3 Stunden dauern, es kann die ganze Klasse auf einmal gehen oder man wechselt sich in kleineren Gruppen ab, und natürlich können auch eigene Ideen eingebracht werden! Am wichtigsten ist, dass die Schülerschaft diese Aktion machen möchte und Spaß daran hat, um so auch Begeisterung für den Aktionstag und den Beruf zu kommunizieren.

**TIPP!** Nach unseren Vorab-Recherchen ist die Aktion genehmigungspflichtig. Sie sollten sich daher mit ausreichendem Vorlauf mit dem für Ihre Stadt / Ihren Bezirk zuständigen Ordnungsamt in Verbindung setzen.

SCHAU REIN,  
WAS FÜR DICH  
DRINSTECKT

EIN BERUF STELLT  
SICH VOR

Medizinisch-Techni-  
sche/r  
Radiologieassistent/  
in (MTRA)

www.mtawerden.de