

Engagierte Unternehmen gesucht!

Fachtagung und Preisverleihung am 11. Juni 2008 im Hamburger Rathaus

Am 11. Juni 2008 heißt es wieder „Vielfalt in Ausbildung und Arbeit“. Die BQM-Fachtagung rund um die berufliche Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund findet in diesem Jahr ganz-tägig im Hamburger Rathaus statt. Zum vierten Mal wird der Erste Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg Ole von Beust den Förderpreis „Vielfalt in Ausbildung“ an drei Hamburger Unternehmen verleihen, die sich vorbildlich

für die Ausbildung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund engagieren.

Wer kann sich bewerben?

Was zählt, ist Engagement! Um den Förderpreis können sich alle Hamburger Unternehmen bewerben, die sich für die berufliche Qualifizierung und Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund einsetzen.

- **Lesen Sie mehr über den Förderpreis auf Seite 3.**



Fachtagung im Hamburger Rathaus

Kreditkarten im orientalischen Design

Mit „Bankamiz“ setzt die Deutsche Bank auf interkulturelles Marketing

„Willkommen bei der Bank, die Ihre Sprache spricht.“ Mit diesen Worten und dem Foto eines Teeglases begrüßt die Deutsche Bank ihre türkische Kundschaft im Internet. Von „Bankamiz“, was im Türkischen „Unsere Bank“ heißt, fühlen sich türkische Kundinnen und Kunden

Wann wurde „Bankamiz“ ins Leben gerufen? Gab es erfolgreiche Unternehmensbeispiele aus dem Bereich „Interkulturelles Marketing“, an denen sich die Deutsche Bank bei der Umsetzung von „Bankamiz“ orientiert hat?

Die Deutsche Bank ist ein global agierendes Unternehmen und zählt zu den weltweit führenden Finanzinstituten. Wir beschäftigen in 76 Ländern über 78.000 Mitarbeiter aus mehr als 150 Nationen und haben weltweit über 16 Millionen Kunden. Von den über 9 Millionen Kunden in Deutschland sind wiederum über 230.000 türkischstämmig. Der Impuls für das Angebotskonzept „Bankamiz“ für unsere türkischen Kunden kam vor ca. drei Jahren von türkischsprachigen Beratern der Deutschen Bank, die äußerst erfolgreich mit türkischen Kunden zusammengearbeitet haben. Im Grunde

genommen haben wir die erfolgreiche Arbeit unserer Berater multipliziert und diese nun mit Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen flankiert.

- **Die Weiterführung des Interviews lesen Sie auf Seite 2.**

BANKAMIZ

Deutsche Bank



angesprochen. Mit Kreditkarten in orientalischem Design, zweisprachigen Beratungen und weiteren Service-Leistungen gewinnt das Unternehmen die Zielgruppe für sich. Die BQM sprach mit Dr. Patrik Pohl, Mitglied der Geschäftsleitung „Bankamiz“ der Deutschen Bank, über interkulturelles Marketing und kulturspezifische Besonderheiten.

••• INHALT

AKTIONSPLAN	
Handwerk setzt auf Vielfalt	S. 3
SERVICE	
BQM-Fortbildungsprogramm Mai bis Juli 2008	S. 4
AKTUELLES	
Interkulturelles Einstellungsverfahren für Büroberufe	S. 5
Buchtipps: „Synergie durch Vielfalt“	S. 5
AUS DER PRAXIS	
Azubis im Blickpunkt: Ausbildung bei der HCI Capital AG	S. 6

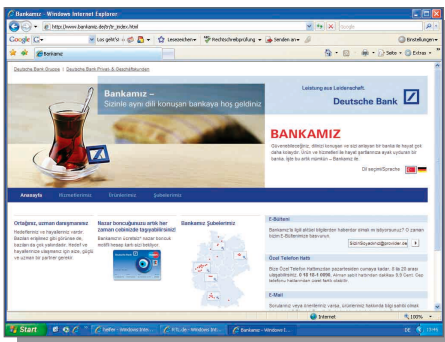


Fortsetzung des Interviews von S. I

Ein Teil unserer über 230.000 türkischen Bestandskunden wurde bereits seit vielen Jahren von türkischen Beratern in deutscher und türkischer Sprache betreut. Insofern ist das ethno-spezifische Engagement der Deutschen Bank gelebter Alltag im Bankengeschäft und kein neues Phänomen. Neu ist bei „Bankamiz“ lediglich das Angebot von zweisprachigen Werbemitteln. [...]

Wie würden Sie die Grundidee von „Bankamiz“ beschreiben?

Wir möchten es unseren Kunden so einfach wie möglich machen. Die türkischen Mitbürgerinnen und Mitbürger



sind mit ca. 2,8 Millionen Menschen die größte Migrantengruppe in Deutschland. Rund 97 Prozent sehen ihren Lebensmittelpunkt in Deutschland. Viele von ihnen möchten ihren Lebensabend in Deutschland verbringen. Sie interessieren sich immer stärker für Anlage- und Altersvorsorgeprodukte in Deutschland. Obwohl die meisten Türken in Deutschland in der Regel gut Deutsch sprechen, fühlen sie sich eben gerade in solchen komplexen Sachverhalten bei zweisprachigen Beratern deutlich wohler. Neben der Sprache spielt hier natürlich auch das kulturell gleiche Verständnis eine besondere Rolle. Hierauf haben wir mit unserem zweisprachigen Angebotskonzept erfolgreich reagiert.

In wie vielen Filialen bundesweit wird „Bankamiz“ umgesetzt bzw. angeboten?
In den letzten 12 Monaten hat sich die Zahl der Filialen in Deutschland mit diesem Angebot von 13 auf aktuell 37

erhöht. Insgesamt werden türkische Kunden bei „Bankamiz“ von über 80 gut ausgebildeten türkischstämmigen Seniorkundenberatern betreut. Da „Bankamiz“ bei unseren Kunden sehr gut ankommt, werden in den nächsten Monaten noch weitere Filialen hinzukommen, die dieses Konzept anbieten.

Wie sind die Reaktionen Ihrer türkischen Kunden?

Wie bereits erwähnt kommt unser Konzept bei unseren türkischen Kunden sehr gut an. Wir haben uns damit mittlerweile auf dem Markt voll etabliert. Die Reaktionen waren überwältigend. Die Deutsche Bank ist eine starke und vertrauenswürdige Marke, die auch von den Türken sehr geschätzt wird. Sie ist zudem auch seit langen Jahren in der Türkei tätig und so hier wie dort als eine starker und zuverlässiger Partner bekannt. [...]

Die Deutsche Bank steht mit ihrem Namen für Seriosität, Vertrauen und Kompetenz. „Bankamiz“ passt deshalb genau zu uns und wird auch von den Kunden begeistert angenommen.

Wie viele türkische Kunden konnte die Deutsche Bank durch „Bankamiz“ gewinnen?

Wir haben durch das Konzept „Bankamiz“ nicht nur die Zahl unserer türkischen Kunden signifikant gesteigert, sondern auch die Zufriedenheit unserer Bestandskunden. Dass jetzt auch andere Finanzdienstleister ähnliche Konzepte anbieten zeigt uns, dass wir genau das richtige gemacht haben.

Was bietet „Bankamiz“ den türkischen Kunden?

Neben der zweisprachigen Beratung können türkische Kunde grundsätzlich über alle Produkte der Deutschen Bank verfügen. Ihnen stehen in den ausgewählten Filialen mit diesem Angebotskonzept ein Kontomodell mit jährlich fünf kostenfreien Überweisungen in die Türkei und

einer eigens gestalten Bankkarte mit einem zielgruppenspezifischen Motiv – das so genannte „Nazar Boncuk“-Motiv –



zur Verfügung. Ergänzt wird dieses Angebot um Kreditkarten mit Motiven aus der Türkei, u. a. auch mit einem Istanbul-Motiv, welches den türkischen Kunden besonders an-

spricht. Zusätzlich haben wir auch bei unserem Kundenempfehlungsprogramm speziell auf die Wünsche der türkischen Kunden abgestimmte Prämien, z. B. die Originalfußballtrikots der populärsten vier türkischen Fußballvereine wie Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş und Trabzonspor. Auch sind unsere Broschüren zweisprachig gehalten. Mit dem weiteren Aufbau sind neue speziell auf türkische Kunden ausgerichtete Produkte geplant. Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor ist das zielgruppenspezifische Marketing in unserem Konzept. Um den Kunden den Zugang zu erleichtern, bietet die Deutsche Bank darüber hinaus ein türkisches Call-Center sowie eine zweisprachige Internetseite. Außerdem sind die über 1.700 Geldautomaten der Deutschen Bank in Deutschland um die Eingabesprache „Türkisch“ erweitert worden.

Wie schlägt sich das Konzept „Bankamiz“ auf die Personalauswahl nieder? Inwieweit werden zum Beispiel bei der Einstellung von Auszubildenden interkulturelle Kompetenzen mit berücksichtigt?

Türkisches Know-how ist bei so einem Konzept unabdingbar. Nur so können wir gezielt und präzise auf die Wünsche unserer türkischen Kunden reagieren. Türkische Kunden haben einen anderen Anspruch an die Beratung als deutsche Kunden. Für türkische Kunden spielen Vertrauen und persönliche Beziehung zum Berater eine ganz besondere Rolle. [...] Bei „Bankamiz“ gehen wir mit unseren Beratern gezielt auf diese Bedürfnisse ein.



Handwerk setzt auf Vielfalt

Das Handwerk will in seiner Beschäftigtenstruktur so vielfältig sein wie die Gesellschaft. Auf das Ziel des Aktionsplans des Hamburger Senats, 1.000 zusätzliche Perspektiven für Jugendliche mit Migrationshintergrund in Arbeit und Ausbildung zu schaffen, arbeitet die Handwerkskammer Hamburg bewusst hin. Schon heute bildet kein Wirtschaftsbereich so viele Jugendliche mit Migrationshintergrund aus wie das Handwerk. Nach Hochrechnungen liegt ihr Anteil unter den Auszubildenden bei über 30 Prozent.

Unterschiedliche kulturelle Hintergründe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern tragen zum Erfolg eines kundenorientierten Unternehmens bei. Die Handwerkskammer Hamburg fördert bei ihren Betrieben deshalb die Einstellung von Auszubildenden mit Migrationshintergrund. So informierte die Kammerzeit-

schrift NordHandwerk zuletzt im Februar über das interkulturelle Einstellungsverfahren „Azubi-Auswahl mit Zukunft“, das von der BQM gemeinsam mit den Innungen des Kfz-, Metall- und Elektro-Handwerks entwickelt wurde und kulturell begründete Kommunikationshürden im Einstellungstest vermeiden hilft. Gerade kleine und mittlere Betriebe, die keine Personalabteilung haben, können hier von entsprechender Unterstützung profitieren. Geplant ist eine Service-Veranstaltung zu diesem Thema, in der Betriebe von Erfolgsbeispielen anderer Handwerksunternehmen bei der Ausbildung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund lernen können. Hilfestellung leistet die Handwerkskammer auch bei der Berufsziel-Orientierung für Schülerinnen und Schüler mit Migrationshintergrund, z. B. in den „Motivations- und Karriereworkshops“. Das

gemeinsam vom Hamburger Senat sowie der Behörde für Bildung und Sport gestartete Pilotprojekt bringt Jugendliche in Hamburger Schulen ins Gespräch mit beruflich erfolgreichen Migrantinnen und Migranten, die den Schülerinnen und Schülern ihre eigenen „Erfolgsrezepte“ mit auf den Weg geben.

Handwerkskammer Hamburg



Die Handwerkskammer vermittelte geeignete Unternehmer aus dem Handwerk und berichtete im NordHandwerk über den Karriereworkshop an der Otto-Hahn-Schule in Jenfeld unter dem Motto „Erfolgreiche Migranten als Vorbilder“.



Fortsetzung von S. 1, Fachtagung „Vielfalt in Ausbildung und Arbeit“

Gesucht werden Unternehmen, die junge Migrantinnen und Migranten ausbilden oder sich auf andere Weise für die Zielgruppe engagieren.

Die Bewerbungsunterlagen und Teilnahmeunterlagen stehen auf der BQM-Homepage www.bqm-hamburg.de zum Herunterladen bereit. Bewerbungsschluss ist der 23. Mai 2008. Eine siebenköpfige Jury wählt aus den eingegangenen Bewerbungen drei engagierte Ausbildungskonzepte aus.

Fachtagung werden auch in diesem Jahr hochrangige Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik erwartet, die das Thema „Vielfalt“ unter dem Blickwinkel wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Zukunftssicherung diskutieren. Neben

Hamburgs Erstem Bürgermeister Ole von Beust haben der nordrhein-westfälische Integrationsminister Armin Laschet und Michael Schmidt, Vorstandsmitglied und Arbeitsdirektor der Deutsche BP AG ihre Teilnahme als Hauptredner zugesagt. Mit bundesweiten Praxisbeispielen werden in fünf Foren am Nachmittag Wege sichtbar gemacht, die eine erfolgreiche Beteiligung der Zielgruppe in Ausbildung und Arbeit ermöglichen.



Die Veranstaltung wird gemeinsam mit der Vereinigung der Unternehmensverbände in Hamburg und Schleswig-Holstein e. V. (UVNord) im Hamburger Rathaus durchgeführt. Sie ist Teil des Aktionsplans des Hamburger Senats zur Integration junger Migrantinnen und Migranten in

Arbeit und Ausbildung in Hamburg.

• **Melden Sie sich jetzt zur Fachtagung an unter ehmke@kwb.de oder faxen Sie den beiliegenden Fachtagungsflyer an 040 637855-99.**

- Preisträger 2007:**
SAGA GWG
 Lindenbazar Handels GmbH
 Restaurant Breitengrad

- Preisträger 2006:**
HCI Hanseatische
 Capitalberatungsgesellschaft mbH
 Konditorei Junge GmbH & Co.KgAA
 Shell Station A. Geyik Tankstellen

- Preisträger 2005:**
Norddeutsche Affinerie AG
 Budnikowsky GmbH & Co. KG
HAKA

BQM-Fortbildungsprogramm Mai bis Juli 2008

→ Azubi-Auswahl mit Zukunft: Interkulturelles Einstellungsverfahren für Büroberufe

Zusammen mit namhaften Hamburger Unternehmen hat die BQM ein innovatives interkulturelles Einstellungsverfahren für den Bürobereich entwickelt. Wie seine Vorgänger ist „Azubi-Auswahl mit Zukunft“ in Modulform aufgebaut und gewährt eine passgenaue Aus-

wahl von geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern für die Berufe Kauffrau/-mann für Bürokommunikation und Bürokauffrau/-mann. Die berufsrelevanten interkulturellen Kompetenzen der Jugendlichen werden dabei mit berücksichtigt.

Das Tagesseminar für Ausbildungsverantwortliche führt in das neue Einstellungsverfahren ein und befähigt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die Module selbstständig zur treffsicheren Personalauswahl im Unternehmen einzusetzen.

• **Dauer:** 9:30 bis 16:30 Uhr

• **Termin:** 6. Mai 2008

• **Referent:** Dr. Andreas Hieronymus

→ Interkulturelles Kommunikationstraining für Personalverantwortliche

Ist die junge Bewerberin schüchtern, weil sie im Gespräch keinen direkten Blickkontakt mit ihrem Gegenüber aufnimmt oder ist ihr Verhalten auf die Tradition ihres Herkunftslandes zurückzuführen? Menschen unterschiedlicher Herkunft verfügen oftmals über unter-

schiedliche Kommunikationsstile. Die Kenntnis darüber kann in der Personalauswahl und in der Ausbildung sehr hilfreich sein. Dieser Workshop für Personalverantwortliche führt in die interkulturelle Kommunikation ein und sensibilisiert die Teilnehmerinnen und

Teilnehmer für eventuelle unterschiedliche Verhaltensweisen von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Ebenso werden interkulturelle Konflikte thematisiert, die möglicherweise aufgrund unterschiedlicher Verhaltensarten und Wertvorstellungen entstehen.

• **Dauer:** 9:30 bis 16:30 Uhr

• **Termin:** 27. Mai 2008

• **Referentin:** Latifa Kühn

→ Workshop: Corporate Social Responsibility

Immer mehr Unternehmen möchten gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Ein wichtiges Handlungsfeld von Corporate Social Responsibility (CSR) ist das Engagement für die Schul- und Ausbildung junger Menschen mit Migrationshintergrund.

Dieser Workshop will Möglichkeiten

für das Engagement von Unternehmen aufzeigen und unterschiedliche CSR-Maßnahmen aus der Unternehmenspraxis vorstellen. Expertinnen und Experten aus Hamburger Unternehmen geben Antworten auf zentrale Fragen: Für welche Unternehmen ist ein CSR-Konzept geeignet? In welcher Form

kann ein Unternehmen einen gesellschaftlichen Beitrag leisten? Welche Kosten entstehen dadurch und wie viele Ressourcen werden gebunden? Welche positiven Effekte hat CSR? Können CSR-Maßnahmen dafür genutzt werden, qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen und zu halten?

• **Dauer:** 13:00 bis 17:00 Uhr

• **Termin:** 3. Juli 2008

• **Referent:** Thomas C. Diwan

→ Interkulturelle Kommunikation und Konfliktmanagement

Die Zusammenarbeit mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Herkunftsländern stellt hohe Anforderungen an die interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

in der Beratung, Berufsvorbereitung und Ausbildung. Durch unterschiedliche Kommunikationsstile können Konflikte entstehen. Ziel des Kurses ist es, für interkulturelle Unterschiede zu sensi-

bilisieren und professionell mit ihnen umzugehen, Konfliktpotentiale zu erkennen und zielgruppengerecht zu intervenieren.

• **Dauer:** Jeweils 13:00 bis 17:00 Uhr

• **Termine:** 23. Juni und 7. Juli 2008

• **Referentin:** Dragica Brügel

• **Veranstaltungsort:** KWB e.V., Haus der Wirtschaft, Kapstadtring 10, 22297 Hamburg.

Anmeldung: Monika Ehmke, ehmke@kwb.de, Tel. 040 637855-33.

Interkulturelles Einstellungsverfahren für Büroberufe

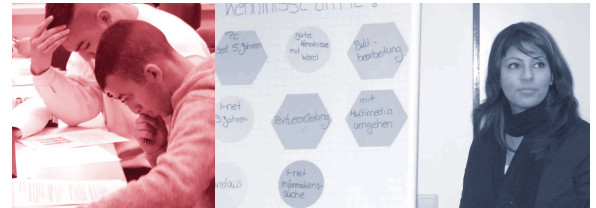
Viele Betriebe stehen vor der schwierigen Aufgabe, aus einer Vielzahl von Bewerberinnen und Bewerbern die passenden Auszubildenden auszuwählen. Um dieses zu erleichtern, hat die BQM das Einstellungsverfahren „Azubi-Auswahl mit Zukunft“ für Bürokaufleute und Kaufleute für Bürokommunikation entwickelt. Wie die bereits veröffentlichten Einstellungsverfahren für gewerblich-technische Berufe und den Einzelhandel wurde der vorliegende Band gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft entwickelt und erprobt. Beteiligt waren die Unternehmen Gebr. Heineemann, Deutsche Telekom AG, Conergy AG, HCI Capital AG, Treu Group of Companies sowie die Axel Springer AG. Die praxisorientierten Tests erleichtern die Auswahl von geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern und berücksichtigen dabei gleichzeitig interkulturelle Kompetenzen.

Warum interkulturelle Kompetenzen in Auswahlverfahren berücksichtigen? Kulturelle Vielfalt wird in einer global aufgestellten Wirtschaft immer mehr zum produktiven Wettbewerbsvorteil. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden umso wichtiger, je interkultureller das wirtschaftliche Umfeld und die Kunden

sind. Um weiterhin konkurrenzfähig sein zu können, erweist es sich als erfolgversprechend, die vielfältigen Kompetenzen junger Menschen mit Migrationshintergrund in die Personalentwicklung mit einzubinden. Ein interkulturelles Team kann flexibel auf die jeweilige Situation reagieren. Fachkräfte mit Migrationshintergrund können zwischen der Firma und den Kunden vermitteln, indem sie auf Wünsche bzw. Kritik der Kunden angemessen reagieren können. Zudem wird häufig die Planung vereinfacht, wenn z. B. Dolmetschertätigkeiten gefordert sind, die im internationalen Handel sowie in der Kommunikation mit Geschäftspartnern im In- und Ausland eine immer größere Rolle spielen.

Zahlreiche Unternehmen haben das Potenzial von mehrsprachigen Jugendlichen erkannt und sind an Auszubildenden mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen interessiert. Dennoch sind diese Jugendlichen bisher im Verhältnis zu Bewerberinnen und Bewerbern ohne Migrationshintergrund deutlich unterrepräsentiert. Ein Grund hierfür ist, dass Einstellungsverfahren vielfach nicht die interkulturellen Kompetenzen der Ju-

gendlichen mit berücksichtigen. Dies zeigt sich beispielsweise dann, wenn in einem Rechentest viele Aufgaben in knapp bemessener Zeit gelöst werden müssen. Verkannt wird hierbei, dass sich die mathematischen Sprachsysteme innerhalb Europas stark unterscheiden.



An dieser Stelle setzt das neue Einstellungsverfahren für Büroberufe an: Es sensibilisiert für kulturelle Unterschiede und berücksichtigt sie in den einzelnen Aufgaben sowie ihrer Bewertung. So können sowohl Bewerberinnen und Bewerber mit als auch ohne Migrationshintergrund ihre Kompetenzen gezielt unter Beweis stellen.

Das Einstellungsverfahren erscheint in Kürze. Interessierte Unternehmen erhalten von der BQM ein Kennwort, um das Einstellungsverfahren kostenfrei von der BQM-Homepage herunterzuladen.

- **Kontakt: Monika Ehmke, ehmke@kwb.de, Tel. 040 637855-33.**

BUCHTIPP



Synergie durch Vielfalt
 Von Petra Köppel und Dominik Sandner

Kulturelle Vielfalt in Unternehmen zahlt sich aus. Dies zeigt der frisch bei der Bertelsmann Stiftung erschienene Band „Synergie durch Vielfalt – Praxisbeispiele zu Cultural Diversity in Unternehmen“. 18 Führungskräfte aus den Fach- und Personalabteilungen namhafter Unternehmen und Forschungseinrichtungen berichten von ihren Erfahrungen, Erfolgsrezepten und Herausforderungen im Bereich des Cultural Diversity Manage-

ments. Mit pointierten Interviews und Praxisbeispielen zeigen die Autorin Petra Köppel und der Autor Dominik Sandner auf, wie Unternehmen Kundenpotenziale besser ausschöpfen und auf diese Weise Voraussetzungen für eine positive Entfaltung von Vielfalt umsetzen können.

92 Seiten | 18,- EUR
1. Auflage 2008
 • **ISBN: 978-3-86793-022-2**



Azubis im Blickpunkt: Ausbildung bei der HCI Capital AG



V.l.n.r.: Konstanze Stopsack,
Patrycja Palm und Claudia Kamrad

Wenn Patrycja Palm heute an ihre Bewerbungszeit zurück denkt, dann tut sie dies mit Freude. Der Übergang von der Schule in den Beruf war trotz ihres guten Realschulabschlusses nicht ganz leicht. Nach 85 Bewerbungen und einem gezielten Coaching durch die BQM gelang ihr der Einstieg in die Ausbildung.

Zur Person: Patrycja Palm wurde in Tiegenhof geboren, einer Stadt mit etwa 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Norden Polens. Als sie ein Jahr alt war, ist ihre Familie nach Deutschland gezogen.

Die 19-jährige junge Frau hat am 1. August 2006 ihre Ausbildung als Bürokauffrau bei der HCI Capital AG begonnen. Ihre bisherigen Stationen: Buchhaltung, Vertriebsunterstützung, Beitrittsannahme und Immobilienkonzeption. Wer Patrycja Palm als Auszubildende kennenlernt, ist von ihrem Einsatz und ihrer Zuverlässigkeit begeistert. „Besonders in der Immobilienkonzeption hat sie sich schnell eingearbeitet und das Team bereits nach kurzer Zeit aktiv im Tagesgeschäft unterstützt,“ berichtet Claudia Kamrad, Ausbildungsleiterin für kaufmännische Berufe der Unternehmensstandorte Hamburg und Bremen.

Mit Engagement, Know-how und Teamgeist macht sich die HCI Capital AG für ihre Auszubildenden stark. „Unsere Nachwuchskräfte sind für uns das A und O,“ erzählt Konstanze Stopsack, Personalbetreuerin für die Auszubildenden im Bereich Personalmanagement. Hierzu gehört auch schon mal ein gemeinsamer Ausflug zu dem neuesten Immobilienprojekten

der HCI Capital AG in Amsterdam – anschauliche Ausbildung eben. Teamgeist wird bei dem Emmissionshaus

für Kapitalanlagen ohnehin groß geschrieben. Auf den so genannten „Azubi-Tagen“ sollen die insgesamt 18 Auszubildenden früh lernen, im Team Synergien zu entwickeln und zu nutzen.

Patrycja Palm bekommt ein Leuchten in den Augen, wenn sie von ihrem Berufseinstieg erzählt: „Meine Ausbildung zeigt mir, dass man nie aufgeben sollte, Ziele zu verfolgen – auch nicht nach 85 geschriebenen Bewerbungen.“ Die junge Frau kann stolz auf sich sein, denn schon jetzt weiß sie, dass bei erfolgreichem Bestehen ihrer Abschlussprüfung nach ihrer Ausbildung am 1. Juli 2009 eine Übernahme von der HCI Capital AG geplant ist.



Cartoon

Herausgeber:

KWB e. V. / BQM
Kapstadtring 10 · 22297 Hamburg
Tel. 040 637855-00
Fax 040 637855-99
info@kwb.de · www.kwb.de

Geschäftsführender Vorstand:

Hansjörg Lüttke
Tel. 040 637855-00
luettke@kwb.de

Erscheinungsweise:

vierteljährlich

Auflage:

4.500



Koordinierungsstelle
Weiterbildung
und Beschäftigung e.V.

Redaktion:

Dr. Trias-A. Kolokitha, PR-Referentin BQM
kolokitha@kwb.de

Monika Ehmke, Verwaltung BQM
ehmke@kwb.de

Hülya Eralp, Referentin BQM
eralp@kwb.de

Sabine Kümmerle, Referentin BQM
kummerle@kwb.de

Tel. 040 637855-33
www.bqm-hamburg.de
www.bqm-handbuch.de



Europäische Union
Europäischer Sozialfonds



Freie und Hansestadt Hamburg
Behörde für Wirtschaft und Arbeit
Behörde für Bildung und Sport

Die Arbeit der BQM wird vom 1.1.2008 bis zum 31.12.2009 mit 830.000,- Euro aus öffentlichen Mitteln gefördert. Finanziers: Freie und Hansestadt Hamburg, Europäischer Sozialfonds (ESF), Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“, Förderperiode 2007 – 2013. „Investition in Ihre Zukunft“

KONTAKT/IMPRESSUM

Gestaltung / Produktion:

Agentur Proobjekt
Tel. 040 390 84 81

Fotos:

KWB e. V. / Lüttke
HCI Capital AG

Cartoon aus der Sammlung „Cartoons und Karikaturen über Ausländer und Inländer“ der Ausländerbeauftragten des Landes Bremen, 2003.