SCHAEFER

Herzlich Willkommen

Ausbildung Nachwuchskräfte

Fachkraft – Quo vadis?

DAS UNTERNEHMEN

SCHAEFER GMBH

Die SCHAEFER GmbH ist ein international erfolgreich agierendes Unternehmen mit derzeit 250 Mitarbeitern und Niederlassungen in Deutschland, Spanien, Italien, Kanada und China.

Seit 50 Jahren entwickeln, designen, produzieren und vertreiben wir qualitativ hochwertige Komponenten und Lösungen für die globale Aufzugsindustrie.

Basis des Erfolgs
250 motivierte Mitarbeiter

Technologie- und Qualitäts-führer

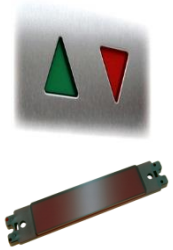
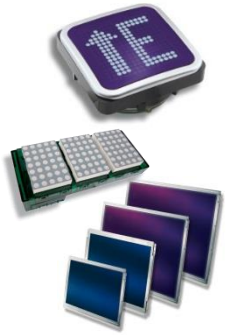
SCHAEFER PRODUKTBEREICHE

Komplett Systeme

Kabinentableaus	COP Paneele	Ruftableaus	Stand/Weiterfahrts-anzeigen

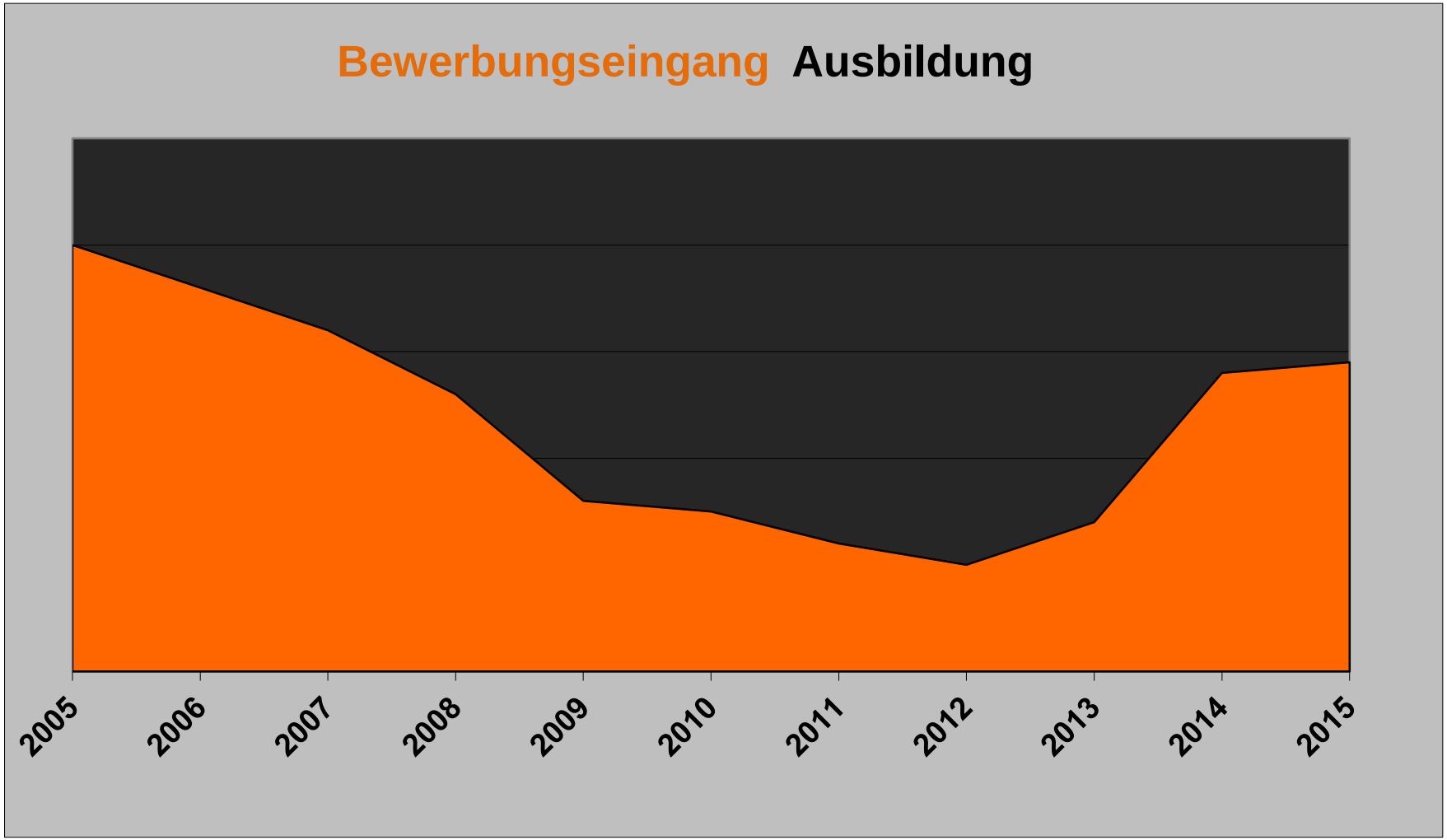
SCHAEFER PRODUKTBEREICHE

Einzelkomponenten

Taster & Schalter	Leuchtfelder / Anzeigen	Digital-Anzeigen / Displays	Akustik	Kommunikation	Zutritts-kontrolle	Lift-Info Systeme
						

SCHAEFER

Bewerbungseingang: 2005 / 2015



Ausbildung SCHAEFER GmbH

SCHAEFER

Industriekaufmann/-frau
Ausbildungsdauer 3 Jahre

Verfahrensmechaniker/in für Kunststoff und Kautschuktechnik
Ausbildungsdauer 3 Jahre

Zerspanungsmechaniker/in
Ausbildungsdauer 3 ½ Jahre

Elektroniker/-in für Geräte und Systeme
Ausbildungsdauer 3 ½ Jahre

BWL – International Business
Studiengang an der Dualen Hochschule

SCHAEFER GmbH | Winterlinger Str. 14 | 72488 Sigmaringen | Germany
www.ws-schaefer.com
Ansprechpartner: Barbara Knobloch | Telefon +49 7571 722-800 | Fax +49 7571 722-875 | career@ws-schaefer.com

Ausbildung SCHAEFER GmbH

Studium
an Dualer Hochschule

BWL - International Business

Praktische Studiensemester
Praktika für Studenten in den Bereichen

- Betriebswirtschaft
- Maschinenbau
- Wirtschaftsinformatik
- Kommunikations- und Softwaretechnik
- Kooperationsangebote zur Bachelorthesis

SCHAEFER

STUDIUM

an Dualer Hochschule:

- BWL – International Business

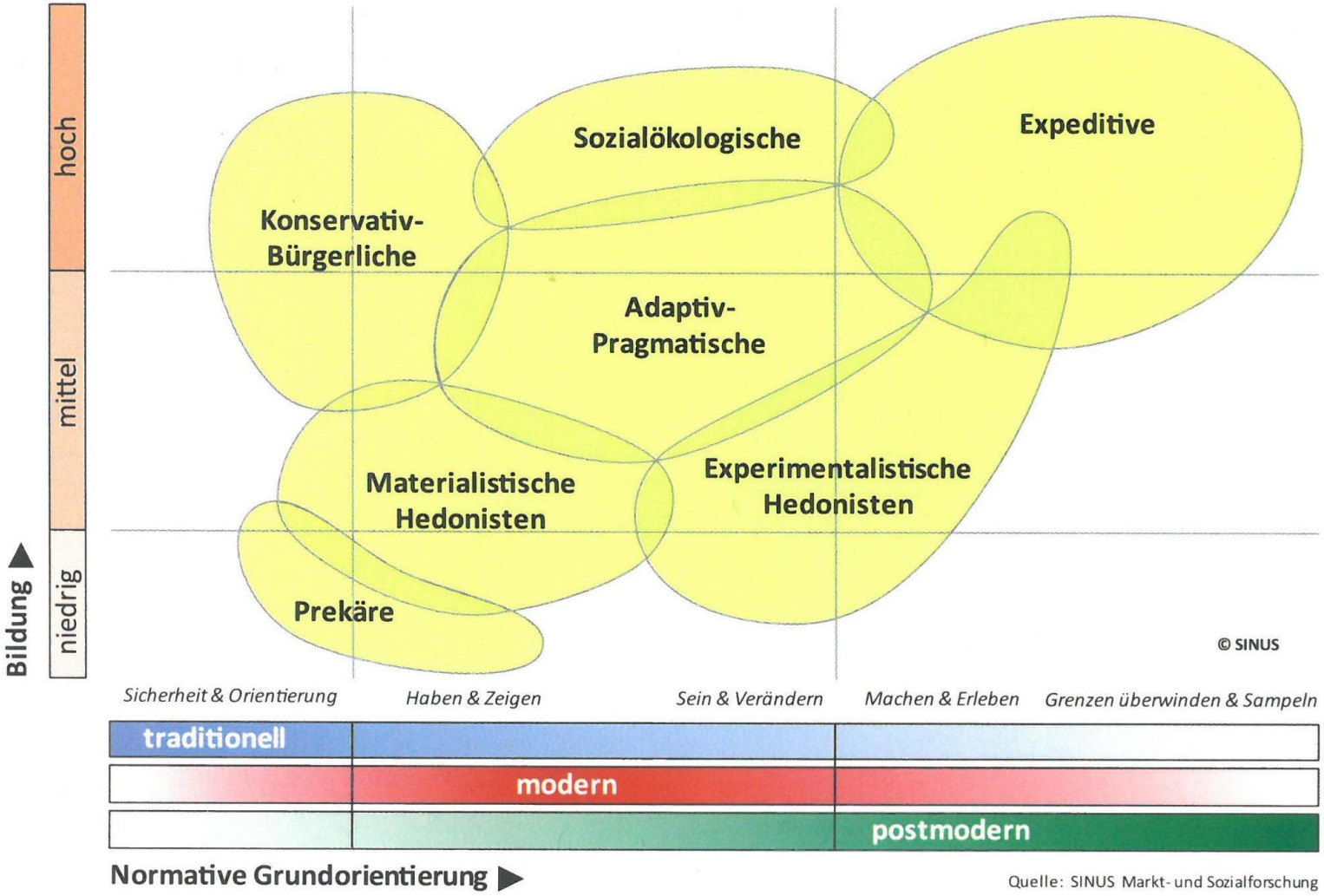
Dreijähriges Studium mit Wechsel zwischen Theorie und Praxis im Dreimonatsrhythmus.

PRAKTISCHE STUDIENSEMESTER

Praktika für Studenten in den Bereichen:

- Betriebswirtschaft
- Maschinenbau
- Wirtschaftsinformatik
- Kommunikations- und Softwaretechnik
- Kooperationsangebot zur Bachelorthesis

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z

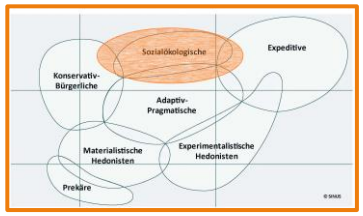


Quelle: SINUS Markt- und Sozialforschung

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z

▪ Konservativ-bürgerliche Lebenswelt	Die familien- und heimatorientierten Bodenständigen mit Traditionsbewusstsein und Verantwortungsethik
▪ Materialistisch-hedonistische Lebenswelt	Die freizeitorientierte junge Unterschicht mit ausgeprägten markenbewussten Konsumwünschen
▪ Prekäre Lebenswelt	Die um Orientierung und Teilhabe bemühten Jugendlichen mit schwierigen Startvoraussetzungen und Durchbeißermentalität
▪ Sozialökologische Lebenswelt	Die nachhaltigkeits- und gemeinwohlorientierten Jugendlichen mit sozialkritischer Grundhaltung und Offenheit für alternative Lebensentwürfe
▪ Adaptiv-pragmatische Lebenswelt	Der leistungs- und familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft.
▪ Experimentalistisch-hedonistische Lebenswelt	Die spaß- und szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt.
▪ Expeditive Lebenswelt	Die erfolgs- und lifestyle-orientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z



Sozialökologische

- betonen **Demokratie, Gerechtigkeit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit** als zentrale Pfeiler ihres Wertegerüst
- sind sehr **altruistisch motiviert** und am Gemeinwohl orientiert
- möchten andere von ihren normativen Ansichten **überzeugen**
- haben einen hohen normativen Anspruch an den eigenen Freundeskreis**; suchen Freunde mit „Niveau und Tiefe“**
- distanzieren sich von materialistischen Werten; halten Verzicht nicht für einen Zwang, sondern für ein Gebot; **kritisieren die Überflussgesellschaft**
- sind sehr **aufgeschlossen gegenüber anderen Kulturen und lehnen Rassismus ab**; sind fortschrittsskeptisch
- haben ausgesprochen vielfältige Freizeitinteressen; sind **kulturell sehr interessiert (auch Hochkultur)** und finden dabei v. a. Kunst und Kultur mit einer **sozialkritischen Message spannend**

Bild **fr-online.de**

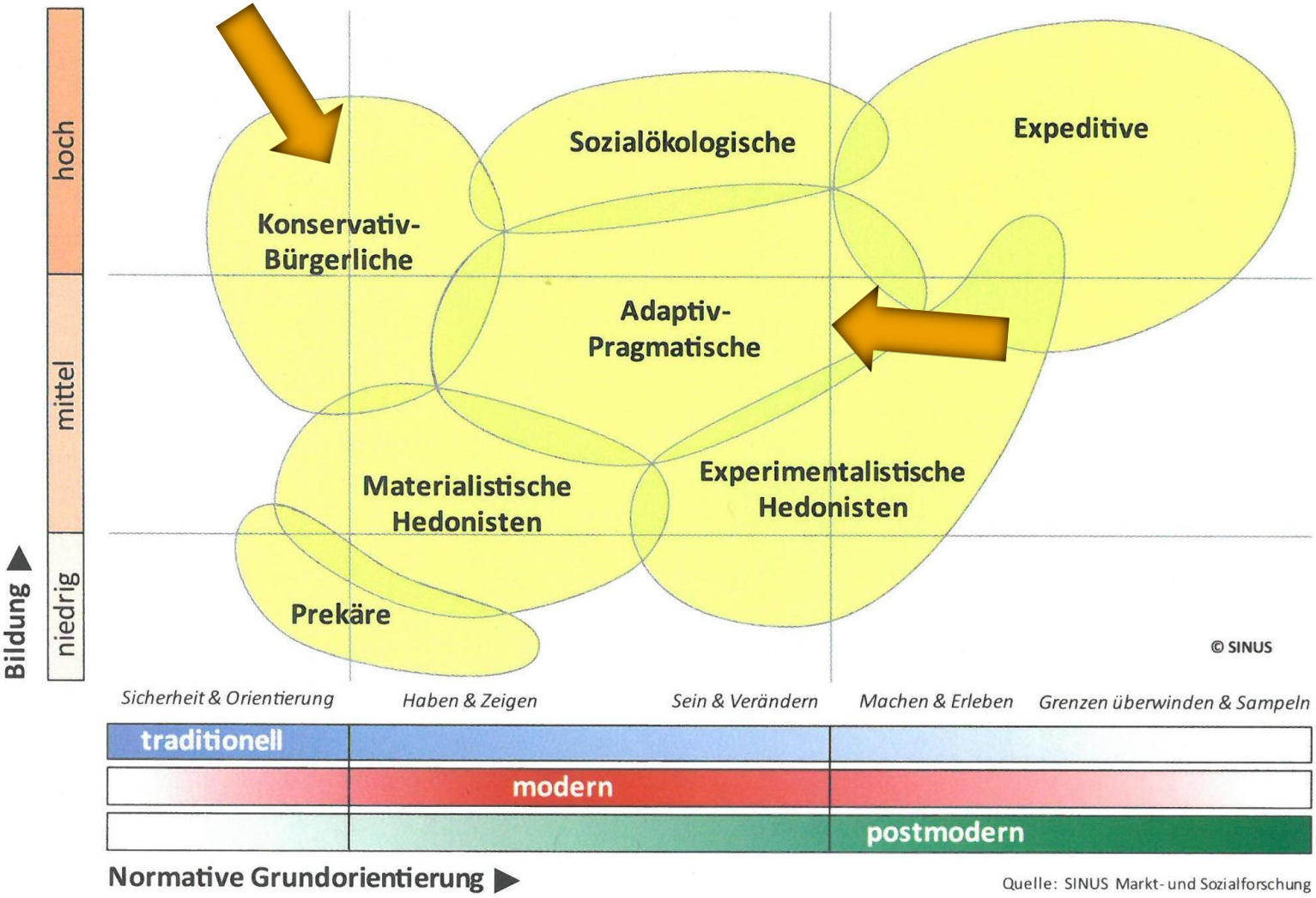
Bild: **rosalux.de**

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z

Welche Tendenzen können wir bei SCHAEFER noch feststellen:

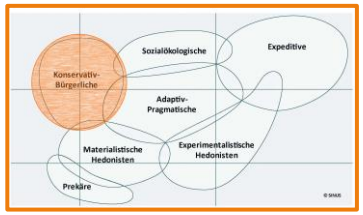
- sehr behütet; Probleme/Herausforderungen werden oft von Eltern und Großeltern gelöst/erledigt
- physisch und psychisch oft nicht belastbar
- (un-)bewusst verhalten sich diese Generationen auch in der Arbeitswelt als „Konsumenten“
- sehr gut vernetzt; auch global – Probleme werden hier auch im Netz gelöst
- haben erste Erfahrungen im Ausland; z.B. Schüleraustausch, Auslandssemester
- Gehaltsvorstellungen und „Verweildauer“ an einem Arbeitsplatz werden schon an den Fachhochschulen/Universitäten, aber auch in Foren diskutiert
- erste Anstellungen werden gekündigt ohne dass ein neues Arbeitsverhältnis vorliegt
- „Frisch von der Uni“ bedeutet oft:
  - für uns bei „Null“ anfangen
  - für den frisch gebackenen Akademiker: Ich gehöre zur „Elite der Gesellschaft“

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z



Quelle: SINUS Markt- und Sozialforschung

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z



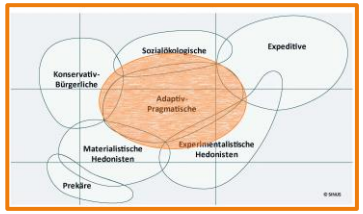
Konservativ-Bürgerliche

- haben den Wunsch an der **bewährten gesellschaftlichen Ordnung** festzuhalten
- betonen eher **Selbstdisziplinierung**
- haben eine geringe **Lifestyle-Affinität** und Konsumneigung und kein Interesse, sich über Äußerlichkeiten zu profilieren
- bezeichnen sich selbst als **unauffällig, sozial, häuslich, heimatnah, gesellig und ruhig**; empfinden sich als für das eigene Alter bereits sehr **erwachsen und vernünftig**
- **stellen** die Erwachsenenwelt **nicht in Frage**, sondern versuchen, möglichst schnell einen sicheren und anerkannten Platz darin zu finden
- wünschen sich eine plan- und berechenbare „**Normalbiografie**“ und erachten **Ehe und Familie als Grundpfeiler der Gesellschaft**

Bild **jugendblasorchester-ellwangen.de**

Bild: **isim.rlp.de**

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y+ Z



Adaptiv-Pragmatisch

- sind sehr anpassungs- und kompromissbereit, orientieren sich am Machbaren und versuchen, ihren **Platz in der Mitte der Gesellschaft** zu finden
- sehen sich als **verantwortungsbewusste Bürgerinnen und Bürger**, die dem Staat später nicht auf der Tasche liegen wollen; grenzen sich deutlich von Menschen mit einer geringen Leistungsbereitschaft ab
- möchten **im Leben viel erreichen**, sich Ziele setzen und diese konsequent, fleißig und selbständig verfolgen; es ist ihnen wichtig, **vorausschauende und sinnvolle Entscheidungen** zu treffen
- streben nach einer bürgerlichen **„Normalbiografie“**
- streben nach **Wohlstand**, jedoch nicht nach übertriebenem Luxus; haben ein ausgeprägtes Konsuminteresse, jedoch mit **„rationaler Regulation“**
- verbinden mit Kultur in erster Linie **Unterhaltungs-, Erlebnis- und Entspannungsansprüche**; orientieren sich am **populären Mainstream**.

Bild **bafoeg-aktuell.de**

Bild: **arktis.de**

PERSONALMARKETING Ausbildung

Wir gehen hin, wo die jungen Menschen sind!

SCHAEFER

PERSONALMARKETING Ausbildung

Wir gehen hin, wo die jungen Menschen sind!

- Ausbildungs-anzeigen Tageszeitung (Sonderbeilagen)
- Ausbildungs-anzeigen IHK-Broschüren
- Karrierebörsen an Schulen
- Kooperationen mit Schulen der Region
- Girl- u. Boys-Day
- Bewerbungs-training an Schulen
- Betriebs-besichtigungen f. Schulklassen
- Betriebs-besichtigungen f. Senioren

PERSONALMARKETING Ausbildung

Wir müssen dort hin, wo die jungen Menschen sind!

SCHAEFER

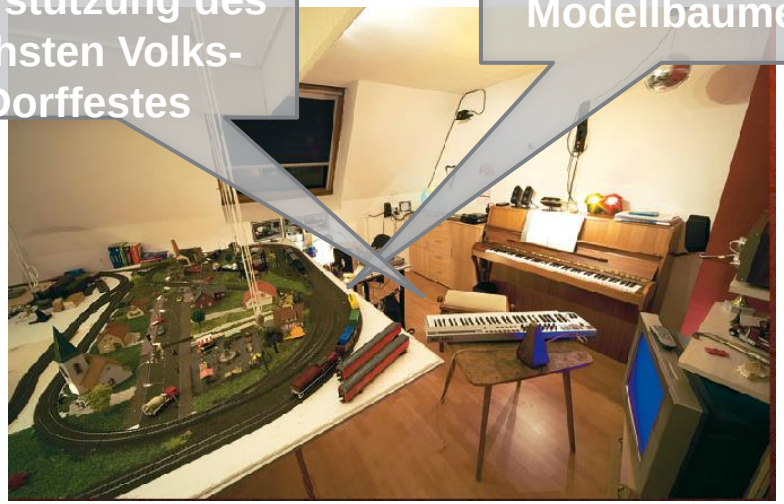
PERSONALMARKETING Ausbildung

SCHAEFER

PERSONALMARKETING Ausbildung

Sponsoring Sportfliegerverein

Bannerwerbung bei Fußballvereinen



Unterstützung des nächsten Volks-/Dorffestes

Stand auf Modellbaumesse

Präsenz bei Shoppingnächten

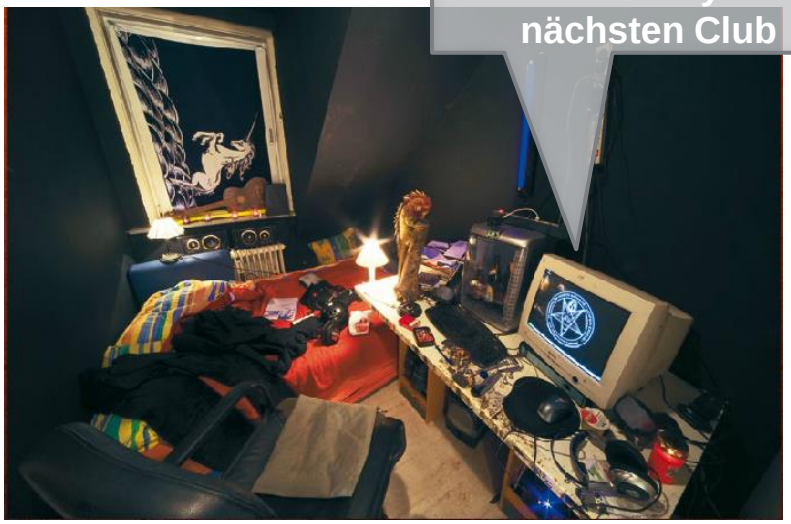
Sponsoring Fußballverein

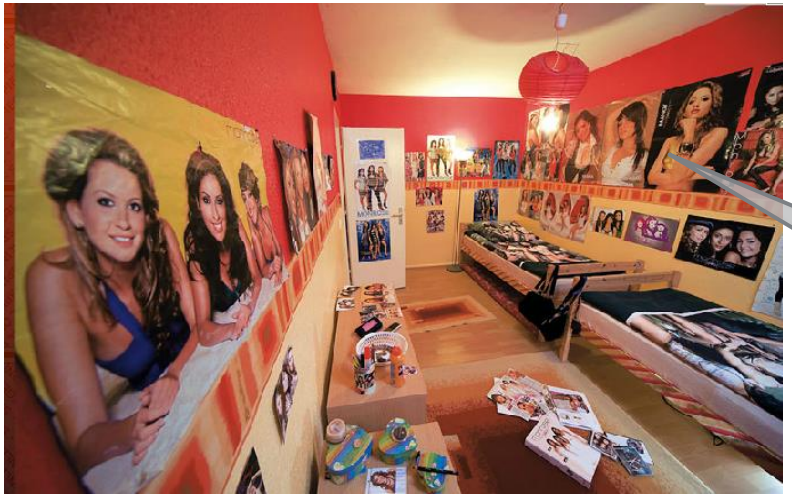
SCHAEFER

PERSONALMARKETING Ausbildung

Sponsoring in Musikschulen

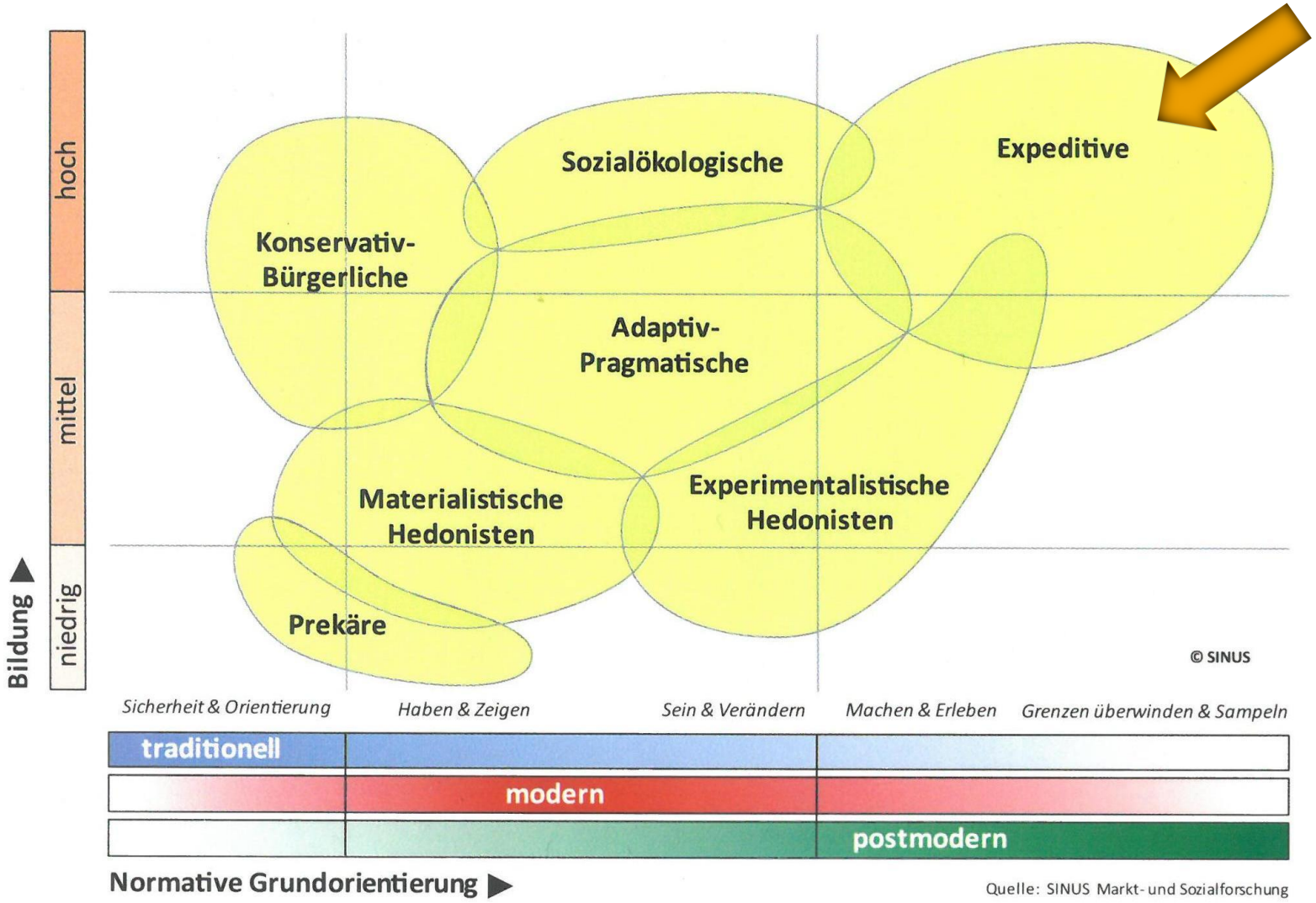
Organisation einer Metal Party im nächsten Club



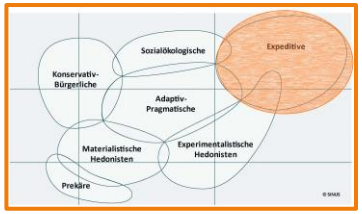


Sponsoring einer Konzertveranstaltung

SINUS-Lebensweltmodell Generation Y + Z



PERSONALMARKETING Ausbildung



Expeditive

- streben nach einer Balance zwischen **Selbstverwirklichung**, Selbständigkeit sowie Hedonismus und **Pflicht- und Leistungswerten**, Zielstrebigkeit und Fleiß
- sind **flexibel, mobil, pragmatisch**; möchten den eigenen Erfahrungshorizont ständig erweitern
- haben eine geringe **Kontroll- und Autoritätsorientierung**;
- möchten **nicht an-, sondern weiterkommen**; halten ein erwachsenes Leben ohne Aufbrüche **(noch) für unvorstellbar**
- sehen sich selbst als urbane, **kosmopolitische „Hipster“;** bezeichnen sich als interessant, einzigartig, eloquent und stilsicher; möchten sich von der **„grauen Masse abheben“**
- haben ein ausgeprägtes **Marken- und Trendbewusstsein**
- sind auf der Suche nach **vielfältigen Erfahrungsräumen**, z. B. modernes Theater, Kunst und Malerei; es zieht sie in den öffentlichen Raum und die **angesagten Locations**, dorthin, wo die Musik spielt, wo die Leute spannend und anders sind.

Bild **appnova.com**

Bild: **hipsterwall.cloudsmaker.com**

PERSONALMARKETING Ausbildung

Was erwarten die Bewerber:

(Konservativ-Bürgerliche + Adaptiv-pragmatische)

- sicherer Arbeitsplatz
- Gleitzeit, Homeoffice nur bedingt
- möchten Arbeitszeit stempeln
- Familiärer Umgang
- Gesundheitsmanagement / Work-Life-Balance
- Arbeitszeiten (angepasst auf die jeweilige Familiensituation)
- International tätige Unternehmen
- regelmäßige Weiterbildungsmöglichkeiten
- Gleichbehandlung in allen Bereichen
- Lebensarbeitszeitkonten
- soziale Leistungspakete

(Expeditive)

- abwechslungsreiche Tätigkeiten, gerne Projektarbeit
- Homeoffice, „Guerilla-Arbeitsplatz“
- flexible Arbeitszeiten/Vertrauens-arbeitszeit
- Innovativ tätige Unternehmen, gerne auch Start-Up-Unternehmen
- Internationalität ist wichtig (sieht sich als Weltbürger in einer medial-global-vernetzten Arbeits-Welt)
- individuelle Angebote/Leistungen - angepasst auf die jeweilige Lebenssituation z.B. Sabbatical
- Auslandssemester/Auslandseinsätze
- Gesundheitsmanagement

PERSONALMARKETING Ausbildung

Was bieten noch zur Unterstützung der Ausbildung:

- Konzepte für berufsbegleitenden Weiterbildungsmaßnahmen
- Konzepte für Fachkräfte während der Erziehungszeit
- Paten-Mentorenmodelle für Know-How-Transfer - flexibler Übergang/Teilzeit in die Rente z. B. ab 60
- Persönlichkeitsentwicklungsfördernde Seminare/Workshops
- Entwicklungsgespräche und -programme für MA
- Kontakt-Plattform für MA, welche das Unternehmen verlassen, später aber vielleicht wieder zurückkommen möchten…
- individuelle Vergütungsmodelle
- …
- …

… berufliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeiter/innen wird durch eine Verhaltens-Profil-Analyse unterstützt

PERSONALMARKETING Ausbildung

Was berücksichtigt SCHAEEFER bei der Rekrutierung / Bewerberauswahl:

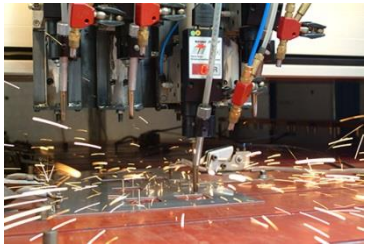
- Konventionelle Herangehensweise ist nicht mehr genug
- (Schul-)Noten alleine sind nicht mehr aussagekräftig
- Stärken- und Potenzialsuche auch bei leistungsschwachen Schulabgängern ist oft lohnenswert
- Wir nutzen Social-Media (Facebook, Xing, Twitter; LinkedIn, StartbahnSüd)
- Wir rekrutieren national und international über Jobbörsen und Personalvermittlungsunternehmen
- …
- …

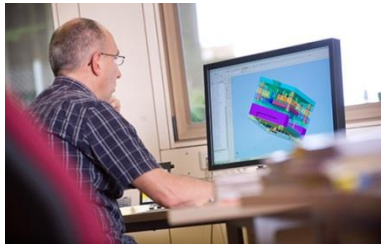
- … es muss mehr getrommelt werden!

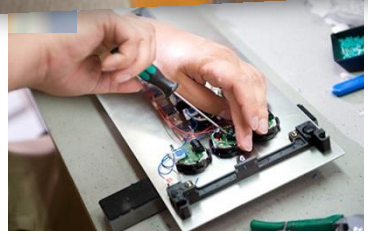
… berufliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeiter/innen wird durch eine Verhaltens-Profil-Analyse unterstützt

PERSONALMARKETING Ausbildung

Apropos „trommeln“:







VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

SCHAEFER

SCHAEFER GmbH

Winterlinger Str. 4 I 72488 Sigmaringen I Germany

Phone +49 7571 722-0 I Fax +49 7571 722-99

info@ws-schaefer.com I www.ws-schaefer.com