

Atlas Copco slaat brug tussen onderwijs en industrie

150 studenten ingenieur konden achter de schermen kijken in Wilrijk

WILRIJK. Op 16 november zette de Portable Air-divisie haar deuren open om 150 laatstejaarsstudenten ingenieur te laten proeven van de bedrijfswereld. De Portable Air-divisie is een onderdeel van de Business Area Compressor Technique van Atlas Copco in Wilrijk. Ronnie Leten, Business Area President Compressor Technique, maakte van de gelegenheid gebruik om Atlas Copco te introduceren bij het grote publiek. Wim Bouwen en Kristine Vandebosch, ambassadeurs van Atlas Copco, stonden de studenten te woord tijdens het event.



Ronnie Leten

Ronnie Leten: "Atlas Copco is Zweeds en wereldwijd een van de belangrijkste leveranciers op het gebied van industriële productiviteit. Wij produceren en ontwikkelen compressoren en zijn daarbij goed voor 50% van de omzet. Daarnaast zitten ook generatoren, uitrusting voor constructie en mijnbouw (37% van de totale omzet), industriële gereedschappen en assemblagesystemen (13%) in ons gamma."

Atlas Copco in Antwerpen is het internationale hoofdkwartier van Compressor Technique, de compressoren- en generatoren-tak van de groep en de nummer één in zijn sector. De Business Area Compressor Technique ontwikkelt, produceert, verkoopt en verzorgt het onderhoud van olie-vrije en oliegeïnjecteerde stationaire en mobiele luchtcompressoren, gas- en procescompressoren, turbo-expanders, stroomgeneratoren, luchtbehandelingsapparatuur en luchtbeheerssystemen.

"Elke divisie heeft een operationele verantwoordelijkheid (marketingverantwoordelijkheid). Men spreekt men al snel van omzetinggevingen van meer dan 500 miljoen euro. Divisies zijn opgedeeld per klantensegment, zodat de behoeften specifiek voor elke klant vertaald kunnen worden in producten en/of oplossingen. De werknemers zijn toegewezen aan een divisie. Zo verkrijgt men een transparante P&L."

Openheid en transparantie zijn heel belangrijk binnen Atlas Copco. Interactie zorgt voor de toegevoegde waarde. Dat vindt men overal binnen het bedrijf terug.

Het bedrijf heeft een nationale en internationale jobmarkt. Mensen kunnen intern solliciteren op een open markt. Je kan zelf aangeven of je een bepaalde functie wil invullen. Doordat de mensen zelf kunnen kiezen, is de motivatie des te groter. Het is een dynamische firma met weinig personeelsverloop. Ingenieurs wor-



Eén op vier is ingenieur

Jaarlijks investeert Atlas Copco een belangrijk budget in onderzoek en ontwikkeling. Zo zag de Z-serie het levenslicht. Die olie-vrije schroefcompressoren garanderen een 100% olie-vrije perslucht, zodat zij ingezet kunnen worden in de voedings- en farmaceutische industrie, waar besmetting van eindproducten door olie-ervuiling in de perslucht taboe is.

Atlas Copco steekt veel energie in het onderzoek naar milieuvriendelijke oplossingen. 70% van een installatiekost is energie. Daarnaast moet ook het geluidsuitstoot binnen de normen vallen. Bovendien is de compactheid van de toestellen van groot belang.

Jaarlijks werft Atlas Copco meer dan 80 burgerlijke, industriële en handelsingenieurs aan. Daarmee is het bedrijf op het vlak van rekrutering van ingenieurs het grootste in Vlaanderen. Ingenieurs worden ingezet in alle afdelingen: productontwikkeling, productie, aankoop, verkoop en naverkoop, finance, IT. Liefst één op vier werknemers heeft een ingenieursdiploma op zak.

10



den overal binnen de firma tewerkgesteld, van marketing over human resources tot finance.

Studentenbezoek

Wim Bouwen: "In het verleden organiseerden we al regelmatig studentenbezoeken, maar het was de eerste keer dat Atlas Copco studenten uitnodigde ter gelegenheid van een productlancering. Het ging om een interactieve avond waarop de studenten, na het informatieve gedeelte, vrij vragen konden stellen aan ambassadeurs."

Kosten noch moeite werden gespaard om van dat evenement een onvergetelijke ervaring te maken. De studenten kregen de kans om backstage getuige te zijn van de voorstelling van een nieuwe generatie compressoren, generatoren en technologieën.

Wim Bouwen: "Om een realistisch beeld te kunnen geven van de werkomgeving bij Atlas Copco getuigden ingenieurs over hun verdienste bij het ontwikkelingsproces van de nieuwe producten, maar ook over hun eigen carrière binnen het bedrijf. Het bedrijf hecht veel belang aan diversiteit binnen de organisatie en dus namen zowel Belgen als niet-Belgen, mannen als vrouwen het woord."

Kristine Vandebosch: "De vragen van de studenten gingen over allerlei dingen. Zo wilden velen weten wat een job als ingenieur bij Atlas Copco inhield, hoe een projectteam in elkaar zit, wat men als projectingenieur van jou verwacht. Een van de dingen die naar voren kwamen, is dat de opleiding van de industrieel ingenieur veranderd is in die zin dat zij nu naast een technische opleiding ook commerciële kennis hebben. Dat kan alleen maar in hun voordeel spelen bij het functioneren binnen een bedrijfsomgeving."

Hart

Ronnie Leten: "Atlas Copco diversifieert binnen zijn werknemers naar marktculturen, tewerkstelling van mannen en vrouwen, e.d. Bedrijfseconomisch is bewezen dat een bedrijf meer winstgevend wordt, als er meer vrouwen in de leiding van het bedrijf zitten. Een tendens die kan opgemerkt worden, is wel dat er wel degelijk meer vrouwelijke studenten zitten in technische richtingen, maar dat zij qua tewerkstelling toch meer kiezen voor administratieve functies en minder voor engineering."

Tendensen tonen aan dat jongeren vooral op zoek zijn naar werkgevers met een sociaal engagement en met een hart voor hun medewerkers. Daarover werden dan ook verschillende vragen gesteld. Atlas Copco komt aan die vragen tegemoet, want het bedrijf investeert elk jaar sterk in zijn medewerkers op het vlak van opleidingen, kennisuitwisseling, coaching en teamactiviteiten. Atlas Copco biedt haar medewerkers voldoende afwisseling door hen projectmatig te laten werken.

Ook streeft het bedrijf ernaar om in alle landen waar het gevestigd is, financieel en actief bij te dragen aan projecten die de lokale gemeenschap bevorderen. Zo levert het een bijdrage aan de duurzame ontwikkeling van de eigen bedrijfsactiviteiten en helpt het toekomstige generaties. Een voorbeeld daarvan is het 'water for all'-project, dat fondsen inzamelt om projecten te ondersteunen die drinkwater voorzien in gebieden waar dat niet voorhanden is.

Tekst: Ilse OLIVIERS
Foto's: ATLAS COPCO



Wat doet de markt?

Bedrijven schrijven almaar vroeger laatstejaarsstudenten aan. Waar men vroeger rond april begon te rekruteren, legt men nu al het eerste contact bij aanvang van het academiëjaar via jobbeurzen, infoavonden en zo meer.

Ook is er een trend te bespeuren in het aanbieden van internships, jongeren die gedurende een bepaalde periode op verschillende afdelingen van het bedrijf worden gezet en zo de nodige kennis en ervaring opdoen om snel op hoge functies te belanden.

Vakdomeinen zoals economie, engineering of gezondheid bieden relatief veel zekerheid op een baan. Het studiedomein economie levert het grootste aantal schoolverlaters af, gevolgd door onderwijs en industriële wetenschappen.

Bedrijven zijn vooral uit op professionele bachelors, de afgestudeerden van een driejarige cyclus aan een hogeschool. Daarna volgt de universitaire master

(Bron: Vacature 17 november 2007).