

PASSION

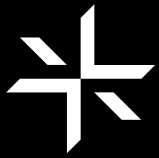
ZOMER 2024

MASTER
YOUR
MAGIC

Employer branding
campagne: een mooie
verpakking mét impact

#FamilySpirit

EIFFAGE
SMULDERS



| | |
|-----------------------|----|
| NIEUWS | 3 |
| THEMA | 4 |
| MIJN JOB, MIJN PASSIE | 8 |
| JONG TALENT | 9 |
| PROJECTEN | 10 |
| QHSE | 14 |

Magazine van Smulders
Smulders
Hoge Mauw 200
2370 Arendonk, België
Tel: +32 14 408 102

Publicatiemanager Raf Iemants
Coördinator Britt Weckx
Redactie Katrien De Vocht, Britt Weckx

Met de medewerking van o.a.:
Bart Lombaerts, Jenna Hanne,
Christel Tijskens, Prashanth Mysore, Andrés Benitez,
Magdalena Wrona, Maciej Hajduc,
Jasper Hendrickx

Foto's
Smulders, Crossing Zebra,
Ithica, Mobilis

Ontwerp
Pixo, digitale raadgevers

Geprint door
Drukkerij Gewa



VOORWOORD

Uitdagende & groeiende bedrijvigheid

We zijn nog steeds zeer aangedaan en bedroefd over het fatale ongeval op de site van Hoboken, waarbij een arbeider het leven liet. Onze gedachten en steun gaan uit naar collega's, vrienden en familieleden. Veiligheid en risicomangement blijven prioritair voor een bedrijf als Smulders. In een productieomgeving schuilt er achter iedere hoek gevaar. We zullen hier dan ook over blijven communiceren. In mei kregen we weer een audit in het kader van de veiligheidscultuurladder over de vloer. Het is met gemengde gevoelens dat ik jullie mag meedelen dat we niveau 4 (van 5) behaalden.

Substations in sneltreinvaart

De markt is enerzijds duidelijk: de aanvragen van de substations gaan als een sneltrein. Anderzijds zien we toch vertraging in 2025-2026 wat de funderingen betreft. Voor 2025 is het orderboek goed gevuld, al zullen we wat minder funderingen bouwen dan we gewoon zijn. We proberen ook de HVDC-markt te bewerken. We zijn in gesprek met de grote distributiebedrijven voor het bouwen van convertorprojecten – 2 grote jackets zijn al in opdracht.

Lopende projecten & updates

- **Vlissingen:** succesvolle eerste load out en bouw van nieuwe kade.
- **Balen:** capaciteit van platformlijn verdubbeld.
- **Hoboken:** vanaf 2025 volledige beschikking over naastgelegen terreinen.
- **Newcastle:** eerste TP-project succesvol afgerond.
- **Polen:** portaalkranen klaar voor US-projecten vanaf 2026-2027.
- **Fos-sur-Mer:** voortgang in floatingproject.
- **Renfrew brug:** tuilbrug gearriveerd in Glasgow.
- **Darmstadt:** voltooid, nieuwe montages starten in Duisburg en Amsterdam.

Je leest het, je voelt het: onze firma groeit sterk. Ons team engageert zich om deze groei behapbaar te houden voor iedereen. We zijn volop bezig met aanwervingen om de uitbouw van elektromechanische systemen mee waar te maken. We engageren ons voor het succes van jullie projecten. Samen zijn wij sterk in meesterwerk.

Namens de voltallige directie,
Raf Iemants
Managing Director Smulders

NIEUWS



Nederlands-Belgisch consortium ontwerpt en bouwt hoogspanningsstations voor 's werelds eerste energie-eiland

De HSI Joint Venture, bestaande uit HSM Offshore Energy, Smulders en Iv heeft de opdracht voor het Modular Offshore Grid 2 (MOG2) voor het Prinses Elisabeth Eiland, 's werelds eerste kunstmatige energie-eiland voor de Belgische kust, gegund gekregen van transmissienetbeheerder Elia.

Het EPCIC-contract (Engineering, Procurement, Construction & Installation and Commissioning) bevat het verdere ontwerp en de bouw van 4 hoogspanningsstations (2 x 1050 megawatt, 2 x 700 megawatt), een facilitaire module en een garage. De bouw van de hoogspanningsstations start in mei 2025 en duurt tot begin 2029.

Smulders behaalt niveau 4 van de Veiligheidscultuurladder

Smulders heeft opnieuw niveau 4 behaald op de veiligheidscultuurladder! Dit is een opmerkelijke prestatie en een duidelijk bewijs van onze voortdurende inzet voor veiligheid en welzijn op de werkvloer. We willen iedereen bedanken voor hun bijdrage aan dit geweldige resultaat. Het is een echt staaltje teamwork waar zowel onze medewerkers als de directie terecht trots op mogen zijn.



Al sportend €10.000 ingezameld voor Mercy Ships

Van april tot en met eind mei hebben onze collega's opnieuw gesport voor het goede doel. Gedurende 7 weken legden de deelnemers al sportend een virtuele route af van 9.794 km langs onze actuele projecten. En dat bracht het mooie bedrag van 10.000 euro op voor Mercy Ships.

De uitdaging was simpel: sporten en geld inzamelen voor het goede doel. Dit jaar kozen we voor Mercy Ships. Het ingezamelde bedrag zal een grote impact hebben op het werk van Mercy Ships. Met deze donatie kunnen ze levensreddende medische zorg blijven bieden aan mensen die dit het hardst nodig hebben.



Employer branding campagne: een mooie verpakking mét impact

Diep vanbinnen weten we het al langer: bij Smulders realiseren we grootse dingen, met geweldige mensen. We schreeuwen het misschien – bescheiden als we zijn – niet altijd van de daken, maar daar is inmiddels verandering in gekomen. Omdat het mag en omdat we het waard zijn. Met dank aan d-artagnan, het employer branding agency dat ons de nodige duw in de rug gaf.

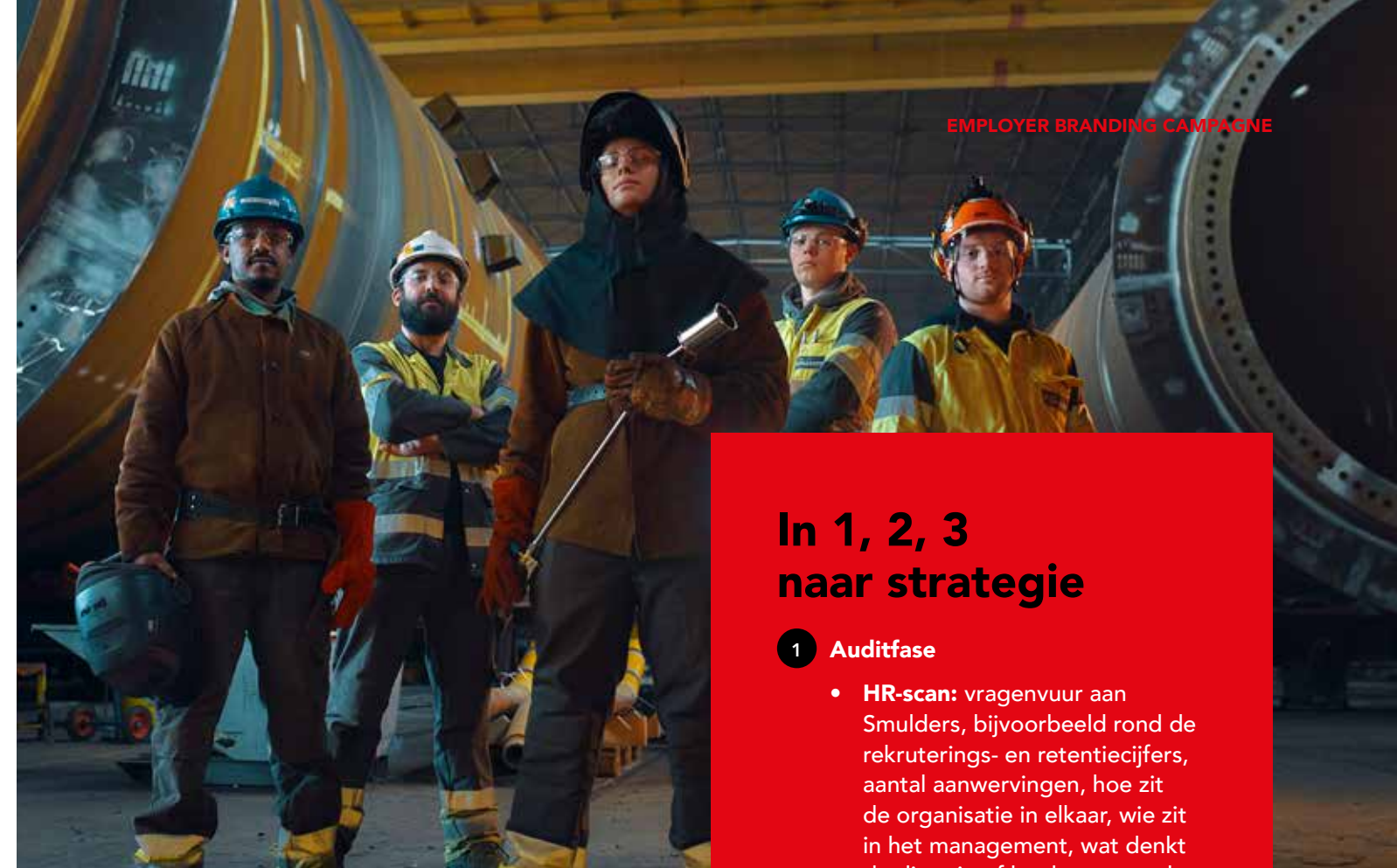


Eerlijk? Ook omdat het moet. In het kader van onze groei zoeken we veel nieuwe collega's, ook met expertises die minder voor de hand liggen. En we zitten met een kritische jobmarkt. Om het rekruteringsluik te ondersteunen, was het nodig om ons werkgeversmerk te versterken en onze naamsbekendheid te vergroten. Het werd een kruisbestuiving tussen HR en Marketing, met onze medewerkers in de hoofdrol.

Bart Lombaerts, HR Director bij Smulders: "Klopt, want employer branding start van binnenuit, met input van onze mensen. Zij

maken Smulders, zij weten wat er leeft en ze zijn onze beste ambassadeurs. Verbinding en retentie stimuleren is eveneens onderdeel van de campagne, om zo tot een authentiek en waardevol verhaal te komen richting potentiële nieuwe medewerkers en andere stakeholders. Allemaal hetzelfde verhaal, want we zijn 1 groep."

Britt Weckx, Marketing Coördinator bij Smulders: "Komt daarbij dat we het voorbije jaar ook aan onze herpositionering gewerkt hebben, van staalbedrijf naar systeemintegrator



EMPLOYER BRANDING CAMPAGNE

In 1, 2, 3 naar strategie

1 Auditfase

- **HR-scan:** vragenvuur aan Smulders, bijvoorbeeld rond de rekruterings- en retentiecijfers, aantal aanwervingen, hoe zit de organisatie in elkaar, wie zit in het management, wat denkt de directie of het kernteam dat er leeft op de werkvloer, enzovoort.
- **Workshops:** 6 workshops, met een mix van arbeiders en bedienden, juniors en seniors, mannen en vrouwen, verspreid over de Belgische vestigingen waarbij de deelnemers hun visie op Smulders mochten geven.
- **Communicatiescan:** doorlichting van alle reeds beschikbare employer branding materialen en kanalen.

2 Tussentijdse evaluatie

Bespreking resultaten en bevindingen, werkpunten en positieve zaken. Van arbeider tot aankoper en ingenieur: 'trots' bleek het magische woord.

3 Start strategie

Jaarplan opmaken, doelstellingen op korte en lange termijn bepalen, kanalen en boodschappen kiezen. Ook enkele quick wins voor snelle aanpassingen in afwachting van nieuwe communicaties en uitingen.

– manufacturing a sustainable world. Daar staan wij vandaag voor, dat willen we zowel intern als extern nog meer promoten. Om maar te zeggen: onze strategische keuzes, HR-initiatieven en marketingacties staan niet los van elkaar. Een employer branding campagne moest allesomvattend zijn, en daar hadden we echt een specialist voor nodig. Na enkele verkennende gesprekken en pitches kozen we ervoor om met d-artagnan in zee te gaan, een agency met een bewezen staat van dienst."

Master your magic

Maar een employer branding campagne, hoe werkt dat dan concreet? De uitverkoren pitch medio 2023 zette alvast de toon met een straf plan van aanpak, inspirerende referenties en een duidelijke klik tussen de partijen. Alvast een eerste teaser voor de uitstraling van Smulders als werkgever raakte het kernteam van HR, Marketing en Management in de ziel.

Jenna Hanne, Accountmanager bij d-artagnan:

"Smulders is een familie van doeners. Jullie toveren de meest complexe uitdagingen om tot een duurzame toekomst. Samen zijn jullie sterk in meesterwerk, en dat lijkt soms wel magie. Dan hebben we het niet over zotte kaarttrucs of hoge hoeden waaruit konijnen springen. Ieder

“Jullie toveren de meest complexe uitdagingen om tot een duurzame toekomst. Samen zijn jullie sterk in meesterwerk, en dat lijkt soms wel magie.”



heeft magische skills in zich, en kan die volop ontwikkelen. En dat in tal van verschillende soorten jobs, op de werf of in de kantoren, in België of in het buitenland – #masteryourmagic. Eens de pitch vastlag, kon de strategische oefening beginnen.”

Samen sterk in meesterwerk

Met de input van de strategische voorbereiding gingen de creatievelingen van d-artagnan aan de slag. Gekruid met de bedrijfswaarden in een nieuw jasje, en de wens van moederbedrijf Eiffage om ook volop #familyspirit mee te integreren. Dit alles leidde naar een krachtig statement: ‘Samen sterk in meesterwerk’. Het is de kern van de employer value proposition van Smulders, binnen de campagnelijn ‘Master your magic’.

De look & feel van de campagne werd verder versterkt met nieuwe beelden en video’s en een opfrissing van onze recruitment site. Van hieruit was het verder creëren, met 3 bouwstenen als resultaat en veel krachtige boodschappen.

Bart Lombaerts: “Wat die creaties betreft, dat verloopt gefaseerd en is dus work in progress. d-artagnan is aan de creatieve kant voor ons gestart met een manifestvideo en verschillende campagnebeelden om het employer branding

concept met de vastgelegde boodschappen tot leven te brengen. Intern lanceerden we de campagne in maart, extern ging ze vanaf 1 april viraal.”

Britt Weckx: “We spreken van een zogenaamde HERO-fase voor meer ‘awareness’, met allerlei afgeleiden voor diverse media. Want eerst en vooral willen we Smulders als WAUW-werkgever op de kaart zetten. Via alle kanalen die je maar kan bedenken: social media, bushokjes, doelgerichte advertenties op TV, alsook het grote scherm in de Kinopolis en UCG zalen in en rond Antwerpen en de Kempen. Deze campagne liep in het voorjaar, en die herhalen we in het najaar van 2024.”

Jenna Hanne: “Daarna volgen, afhankelijk van de noden, HUB-campagnes om bepaalde profielen en locaties beter te kunnen bereiken. Een campagne gericht op ingenieurs in (de buurt van) Arendonk bijvoorbeeld. Dat doen we met hetzelfde verhaal en concept, maar doelgericht gefinetuned en al dan niet met meer focus op bepaalde media. Naast HERO en HUB zorgen we er ook voor dat Smulders ALWAYS ON is. We hebben de jobsite esthetisch en functioneel mee vernieuwd, we zorgen voor advertenties en we voeden jullie met een aantal extra social posts per maand.”

Magische samenwerking

Meer dan 1.830 medewerkers telt Smulders vandaag. Er is hoop en overtuiging dat er dit binnenkort een pak meer zullen zijn. Want een employer branding campagne is meer dan een leuke verpakking. Campagnes worden permanent gemonitord en bijgestuurd. Het is vinger aan de pols houden, intern stimuleren en extern promo voeren. Allemaal met het oog op nieuwe collega’s aantrekken en Smulders als topwerkgever in de markt te zetten bij jobzoekers.

Britt Weckx: “Ook voor onze buitenlandse vestigingen bieden we perspectief. We zijn een internationaal bedrijf met eenzelfde verhaal, dus de employer branding campagne gaat op termijn over de landsgrenzen heen. De lokale teams zijn mee, en kunnen er een cultuurgebonden saus overheen gieten. Het was voor mezelf een heel bijzonder en leerrijk traject. Pittig druk, maar als ik de eerste resultaten nu zie ben ik zeer tevreden. We trekken de employer branding campagne trouwens door in alles wat we naar buiten brengen, niet enkel op social media maar ook op jobbeurzen met onze volledig vernieuwde jobstand.”

Bart Lombaerts: “Hetzelfde gevoel hier. Als iets fantastisch werkt, komt dat door een fantastisch team. Op basis van de input van eigen medewerkers creëerden we samen met d-artagnan een authentieke employer brand om het juiste talent aan te trekken en ons team van fiere meesterwerkers te versterken. Ik onthoud de kracht, vastberadenheid, het vakmanschap en de familiegeest. Warm, met een toefje rood en een vleugje magie.”

Jenna Hanne: “We zijn trots op de magische samenwerking met Smulders. We gingen niet over één nacht ijs en we voelden veel vertrouwen. Heel blij dat we het volledige proces hebben kunnen doorlopen, en ook morgen nog aan jullie zijde mogen staan.”

De volledige campagnevideo nog eens spotten? Op de nieuwe jobsite: masteryourmagic.be.

#familyspirit
#masteryourmagic
#samensterkinmeesterwerk

“Op basis van de input van eigen medewerkers creëerden we samen met d-artagnan een authentieke employer brand om het juiste talent aan te trekken en ons team van fiere meesterwerkers te versterken.”

De ambitie van Christel Tijskens



Op het kruispunt van technologie en innovatie verzet het team van 'Administrative Assistants Technology & QHSE' bergen ondersteunend werk. Christel Tijskens is een van hen, en wij mochten haar uithoren over haar job en ervaringen op en naast de werkvloer.

Jouw functietitel klinkt boeiend en vernieuwend – wat houdt die juist in?

"Samen met mijn collega's verzorg ik diverse administratieve taken voor onze afdeling en dit over de verschillende vestigingen heen. Altijd technologie- en innovatiegerelateerd binnen het domein QHSE, zoals PowerPoints maken, trainingen opzetten, veiligheidsfilmpjes opnemen, instructies en posters ontwikkelen, opleidingsruimtes voorbereiden, uitnodigingen versturen enz. Maar zeker ook vinger aan de pols houden in de mailbox, tenders opvolgen en maandelijkse cijfers verzamelen voor het management. Wij rapporteren aan Carla Wellens en Sophie Kreydt."

Hoe maak jij het verschil, samen met je collega's?

"Het moet in orde zijn, dus wij staan erop om alles kort op de bal op te volgen. We zien onze opdrachtgevers als onze klanten en we willen iedereen tevreden houden. Dit betekent dat we elke taak snel oppakken en volgens prioriteit verdelen. We zijn echte teamplayers en springen voor elkaar in de bres. Opvolgen, reminders sturen en volhouden, daarin zijn we sterk. We weten dat iedereen druk is, maar vriendelijk bellen helpt altijd. We bereiken er resultaat mee."

Wat vind je het leukste aan je job en Smulders?

"De afwisseling, vrijheid, flexibiliteit en waardering. Als een taak soms moeilijker lijkt, is mijn motto: eerst proberen, daarna hulp vragen. Een dashboard maken van dit, een presentatie van dat... ik mag zelf invullen hoe ik iets aanpak. Zit ik vast, dan helpt de samenwerking met de teamleden en opdrachtgevers mij vooruit. Het is geven en nemen en zo streven naar succes en efficiëntie. Ik werk hier heel graag, in mei '24 exact 5 jaar."

Proficiat alvast, en wat brengt de toekomst?

"Liefst tot aan mijn pensioen bij Smulders werken. Dat was al mijn ambitie toen ik startte. Ondertussen heb ik mijn microbe doorgegeven aan mijn man die sinds dit jaar aan de slag is bij Willems in Balen. Tja, waar het hart van vol is, daar loopt de mond ook privé van over. Zowel mijn job als mijn gezin zijn mijn passie. Dat vloeit naadloos in elkaar over, we hebben het goed georganiseerd en er is voldoende quality time om te wandelen, op vakantie te gaan en te roeien op mijn indoor roeioestel. Voor dit laatste sta ik elke ochtend om 4.40 uur op. Het brengt me een grotere weerstand en een positieve mindset. En dat alles breng ik dan weer mee naar Smulders. Voilà, de cirkel is rond."

"Waar het hart van vol is, daar loopt de mond ook privé van over. Zowel mijn job als mijn gezin zijn mijn passie."

Reflecties van Prashanth Mysore

Een vat vol engineeringkennis, toewijding en energie. Enter Prashanth Mysore, Technisch Manager bij Angus Consulting Engineers, ons engineering office in India's technologische hub Bangalore. Het ontwerp en de detaillering van staalconstructies in nauwe samenwerking met de Belgische collega's brengt elke dag iets nieuws en is vandaag een knap staaltje mixed teamwork, gekruid met #familyspirit.

Als Technisch Manager geeft Prashanth leiding aan een engineeringteam van 3D BIM-modellereurs en -tekenaars. Hij zorgt voor de technische begeleiding en implementatie van efficiënte workflows. De samenwerking met België bewaakt hij ook mee. Kwestie van de inspanningen te synchroniseren en de duurzame projectdoelen te bereiken. Een 5-tal weken in Europa voor de job in 2024, ook dat hoort erbij. Prashanth over zijn opmerkelijke reis en warme voeling met Smulders...

De uitdagingen

"Mijn avontuur bij Angus begon 3 jaar nadat ik afstudeerde als mechanisch ingenieur, en ik heb me altijd thuis gevoeld bij de Belgen. We mogen dan nieuwkomers zijn in vergelijking met de rijke geschiedenis van Smulders, maar we zijn elke uitdaging vastberaden aangegaan. Dit om te voldoen aan de groeiende behoefte op het vlak van engineering, en de vraag naar grotere platformen en jackets in de toekomst."

Innovatie door samenwerking

"Onze stempel drukken was niet mogelijk geweest zonder de begeleiding van Freddy Willems, onze mentor en goeroe die ons gedurende 15 jaar in India heeft begeleid. Ik wil ook nog de vele andere constructieve en warme connecties met het management in België benadrukken. We voelen ons enorm gesteund. We zijn 1 team, 1 familie, een unieke mix van lokale en globale expertise. En we zijn gedreven door innovatie en samenwerking om de grenzen van excellente engineering te verleggen. Allemaal meesterwerkers zijn we, met een bovengemiddelde focus op duurzaamheid."

"Kruid je werk met passie en blij out-of-the-box denken & ontdekken."

Work, play, win

"Welnu, het leven is meer dan alleen maar werken. Dus ook buiten de kantoorwanden in Bangalore zijn wij een familie. Of we nu een trektocht door de natuur maken, cricket spelen of zen vinden via yoga... wij geloven dat een team dat samen speelt, samen wint. We hebben ondertussen ook veel van de Belgen geleerd. Ik spreek geen Nederlands, maar mijn favoriete uitdrukking wil ik jullie niet onthouden: 'godverdomme' – echt charmant als een Belg dat uitspreekt, haha."

Prashanth draagt deze bijdrage op aan het hele Angus-team, uit dank voor hun inzet en passie.





He Dreih



Renfrew brug



Hollandse Kust (west Beta)



Noirmoutier

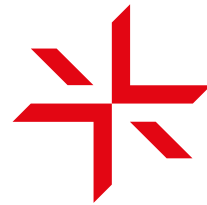


Ijburgbruggen



Inch Cape

Tot de kern met Root Cause Analysis



Je kan kwaliteit en veiligheid blijven optimaliseren, maar als je de grondoorzaak van een falen of probleem niet aanpakt, is het dweilen met de kraan open. Daarom zetten we bij Smulders al geruime tijd in op Root Cause Analysis (RCA) om naar de kern van de zaak te gaan, omdat een methodiek stimuleert om het beter te doen.

Het principe is eenvoudig: je hebt een kwaliteits- of veiligheidsprobleem, dus je vraagt waarom het gebeurd is. Dan vraag je opnieuw waarom 'wat je hebt geantwoord' gebeurd is, en dat doe je 4 keer op een herhalende manier om tot de hoofdoorzaak te komen. Dit noemt men in theorie de '5 Whys-methodologie', en de resultaten leggen we bij Smulders vast in een foutenboomanalyse. Zaak is het om vervolgens corrigerende acties of verbetermaatregelen te bedenken, die met een hoge mate van zekerheid herhaling van de oorzaken kan voorkomen.

Andrés Benítez, QHSE Engineer: "Kwaliteit en veiligheid hebben vaak de bijklank van 'noodzakelijk kwaad'. Bij Smulders weten we wel beter. Kwaliteit, veiligheid en duurzame initiatieven voegen enorm veel waarde toe voor onze mensen, processen, producten en klanten. Dat zit ingebed in ons DNA. Als een RCA correct en met de betrokken teams wordt uitgevoerd – het is absoluut geen show van QHSE alleen – besparen we tijd en geld omdat een defect bekend is en we hiermee in de toekomst rekening kunnen houden. Zo hadden we recent een lasprobleem, wegens onvoldoende lasdikte. Via het vraagproces en de analyse konden we 7 actiepunten definiëren. Wat die besparing betreft, reken maar uit wat de volgende zaken zouden kosten: het documenteren en analyseren van het probleem, extra materiaal, extra inspectie en, als het niet wordt ontdekt voor de levering: claims, transport, terugroepacties, winstverlies. Herstellkosten zijn over het algemeen hoger dan productiekosten, soms meerdere malen hoger."

Leading by example

Smulders Projects Poland heeft ook positieve ervaringen met RCA. Magdalena Wrona, Assistant Project Manager en Maciej Hajduc, Manager of Project Management Department, vertellen over hun progressie op dat vlak:

"Voor het 'South Fork and Revolution project' moesten we een aantal items opnieuw produceren, met extra kosten tot gevolg. Ondersteund door onze QHSE-collega's in België deden we met de productieafdeling in Polen een RCA-oefening om dit soort kosten in de toekomst te vermijden. Er werden ook verkeerde stukken verzonden. Een belangrijk actiepunt dat daaruit kwam, was de optimalisatie van stocklocaties zodat de juiste items voortaan geselecteerd zouden kunnen worden voor transport. We implementeerden de actiepunten meteen in onze verschillende Poolse vestigingen en dit op zeer korte termijn. Perfect teamwork was dat, onder het goedkeuring oog van België. We leren veel van onze collega's in het buitenland, en is het waardevol dat we onze kennis kunnen delen. Zowel met betrekking tot kwaliteit als veiligheid."

De belangrijkste les die Andrés nog meegeeft: wijs nooit een schuldige collega aan, maar wijs in plaats daarvan de fout toe aan een proces of training. Design, slechte of onvoldoende documentatie en opleiding maken meestal de kern uit van de hoofdoorzaak. Ook al blijft het voor velen een abstracte techniek, RCA bewijs z'n nut en standaarden of methodes ter optimalisatie zijn nu eenmaal hard nodig.

**Samen sterk
in veilig
meesterwerk!**

**PLAY
IT
SAFE**

