



Verruim je mogelijkheden
met **Agfa-Labs**

MUSICA, de diagnose
zit in de details



4

Verruim je mogelijkheden met Agfa-Labs



7

Brand!



9

De koers



10

MUSICA, De diagnose zit in de details



14

Azura TU, het gras is groener aan de andere kant



17

Wat is de analistenconsensus?



19

Maak je wensen over met de e-cards van Agfa



20

Het kompas van Agfa
Isabelle Ordonez



22

Buiten dienst
Koen Keyenberg

Collega's die met (vervroegd) pensioen gaan, kunnen een digitale versie van PLUS lezen op www.agfa.com/plus. Wil je op de hoogte blijven wanneer het volgende nummer verschijnt, bezorg ons dan je privé-email-adres via plus@info.com.

PLUS nr. 17 verschijnt in april 2014.

Colofon



nr. 16 – december 2013



REDACTIEADRES

Agfa-Gevaert NV – Redactie PLUS
Septestraat 27 – 2640 Mortsel
Tel. 03 444 89 33
e-mail: plus@agfa.com
www.agfa.com/plus

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Eva De Herdt, Ilse Joosen, Koen Keyenberg,
Anton Marin, Viviane Michels, Isabelle Ordonez,
Frank Rutters, Guy Vandecraen, Marc Van Damme

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

Albe De Coker, Hoboken
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,
FSC mixed sources gecertificeerd

VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus – Franselei 3 – 2950 Kapellen

Beste collega,



Het is december en dan kijken we traditiegetrouw terug op het voorbije jaar. Als ik 2013 voor Agfa moet samenvatten denk ik meteen aan twee zaken.

In de eerste plaats denk ik aan het feit dat we er normalerwijze in zullen slagen om de negatieve trend van twee opeenvolgende verliesjaren te doorbreken. De cijfers van het laatste kwartaal zijn nog niet definitief, maar alles wijst er op dat we het jaar met een – weliswaar bescheiden – positief resultaat zullen kunnen afsluiten. Nochtans voldeed het derde kwartaal niet aan de verwachtingen. De omzet had sterk te lijden onder de sterke euro en de algemene economische toestand. Het kwartaal sloot af met een verlies van 6 miljoen euro. Positief is dat we er in slaagden om de kosten onder controle te houden. In het vierde kwartaal moet het mogelijk zijn om de brutomarge te verbeteren. Ten eerste door onze inspanningen op het vlak van kostenbesparingen onverminderd verder te zetten, ten tweede door de positieve impact van de lagere grondstofprijzen.

Hoopgevend zijn alvast de resultaten van Graphics' inkjetsegment. Deze voor Agfa belangrijke groeiactiviteiten hebben nu voor het tweede kwartaal op rij het break-even-punt overschreden. Het is nu zaak om deze business verder te optimaliseren door een verdere focus op onze activiteiten in Canada. Met een vernieuwd platform en een vernieuwd productportfolio kunnen we vervolgens inzetten op de noodzakelijke rendabele omzetgroei.

Maar ook bij HealthCare deden de groei-initiatieven het redelijk goed. HealthCare slaagt er voorlopig echter niet in om de brutomarges te verbeteren. Dat blijft dus een belangrijk aandachtspunt. Vooral op het vlak van software moeten we er beter in slagen de intrinsieke waarde van producten als ICIS, Impax Data Center en ORBIS, te gelde te maken.

Op de tweede plaats is het jammer dat we in 2013 de gelegenheid gemist hebben om door onderling overleg de positie van Agfa in België en bij uitbreiding wereldwijd te versterken. De realiteit is dat het positieve resultaat over dit boekjaar grotendeels terug te brengen is op de pensioenhervormingen die we hebben doorgevoerd in de VS. Het is dus overduidelijk dat we voor het verdere herstel van Agfa onze plannen voor de beheersing van de loon- en productkosten en voor de efficiëntie- en kwaliteitsverbetering verder zullen moeten doorzetten. Ik acht het dan ook niet meer dan normaal dat deze inspanningen gelijkmatig over de verschillende Agfa regio's en landen worden verdeeld.

Bij deze gelegenheid dank ik u allen voor uw inzet in het voorbije jaar en wens ik u en uw gezin prettige eindejaarsfeesten.

Christian Reinaudo



Verruim je mogelijkheden met **Agfa-Labs**

In 2010 startte het Materials Technology Center, de R&D-afdeling van Agfa Materials, met het aanbieden van haar diensten aan externe bedrijven. Kleine en grote bedrijven uit de hele wereld kunnen sindsdien terecht bij de laboratoria van Agfa's MTC en gebruikmaken van de ruime kennis en ervaring van onze researchdiensten. Tegen betaling uiteraard!
Over het hoe en het waarom van Agfa-Labs sprak PLUS met key account manager Frank Ruttens.

PLUS: Vanwaar de idee om onze R&D-diensten extern te gaan aanbieden?

FRANK RUTTENS: Agfa heeft in de voorbije decennia een brede waaier van kennis en ervaring op het vlak van R&D opgebouwd. Om deze competenties te kunnen behouden in de economisch woelige tijden die we nu meemaken en om onze mensen en onze meettoestellen *state-of-the-art* te kunnen houden, groeide de idee om extern fondsen aan te boren. De eerste opdracht was nagaan of er in Vlaanderen en omstreken wel degelijk een markt is voor dergelijke externe opdrachten. Het antwoord was ja, ontdekten we al snel. Verschillende grote bedrijven hebben in de loop van de voorbije jaren hun R&D-diensten afgebouwd en verplaatst naar overzeese gebieden. Kleinere bedrijven passen ervoor om grote investeringen te doen in de aankoop van testapparatuur of in de opleiding van medewerkers.

PLUS: Er is dus een markt voor R&D-diensten?

FRANK RUTTENS: Zeker. Al mijn contacten gaven aan dat ze analyses en andere taken willen *outsourcen*. De mogelijkheid om dat te doen bij een bedrijf dat bekend staat voor zijn degelijkheid en kwaliteit – zoals Agfa – is een extra troef. Ook de fysieke nabijheid van onze laboratoria wordt als belangrijk ervaren. Het geeft de mogelijkheid om staaltjes persoonlijk af te leveren en om verdere toelichtingen te geven, of om de resultaten rechtstreeks met de technici te bespreken.

PLUS: De vraag is er. Hoe zijn jullie dan verder te werk gegaan?

FRANK RUTTENS: Eigenlijk moet je Agfa-Labs als een heuse kmo bekijken. Dat is ook van bij het begin het concept geweest. We wilden als een soort van spin-off de competenties van Agfa's R&D te gelde maken. Agfa-Labs is zeker niet de enige aanbieder van onderzoeksdiensten. Toch is er ruimte genoeg voor Agfa-Labs om zich te positioneren naast de verschillende onderzoekscentra die metingen voor derden verrichten. Bovendien mikken we met Agfa-Labs eerder op de moeilijkere vragen. We willen klanten helpen bij het oplossen van hun problemen. Daarenboven hebben wij

een aantal unieke kerncompetenties geïdentificeerd die wij maximaal willen uitspelen. Deze unieke verkoopargumenten (*unique selling proposals*) geven ons de kans om marktaandeel te winnen en om een stevige marge uit te bouwen.

PLUS: Elk startend bedrijf moet zijn plaats in de markt veroveren. Hoe heb je dat gedaan?

FRANK RUTTENS: We hebben dat met het nodige entrepreneurschap gedaan. Eerst hebben we een eigen *brand*, een merk voor Agfa-Labs gecreëerd. Dit merk sluit aan bij de Open-Innovatie-gedachte die in deze tijden van economische verandering sterk in de

industrie leeft: in plaats van alles zelf te willen doen, kunnen we beter bij elkaar complementaire competenties gaan zoeken. Vandaar onze slogan: *Extend your reach!*

In mooi Nederlands: Vergroot je bereik, je actieradius! Vanuit die gedachte hebben we aan onze naam bekendheid gewerkt. We hebben een website opgezet, we adverteerden in vakbladen, we namen deel aan vakbeurzen, symposia en congressen. Kortom, alle gebruikelijke communicatiekanalen hebben we gebruikt om met ons aanbod tot bij de potentiële klanten door te dringen. Kleine en grote bedrijven werden bezocht of werden uitgenodigd om zich te komen vergewissen van de mogelijkheden die Agfa's portaal voor onderzoek op coatings en materialen te bieden heeft.

PLUS: Met succes?

FRANK RUTTENS: Ons aanbod kon al snel op veel bijval rekenen en al gauw kwamen de meest uiteenlopende aanvragen voor chemische en fysische analyses binnen. Zo kregen we aanvragen om de kleurvastheid van plastic bankbiljetten te testen en te voorspellen hoe lang het zou duren vooraleer een zichtbare verkleuring zou optreden.

Bij een diefstal van goudstaven die vervangen waren door haltergewichten, werd een onbekende verfsoort aangetroffen waarvan de samenstelling de speurders misschien naar de daders kon leiden. In een andere zaak was er was een probleem van stofbeheersing bij

Agfa-labs houdt onze geesten alert!



Agfa-Labs key account manager Frank Ruttens: "Als het MTC dankzij Agfa-Labs voor een stukje zelfbedruipend wordt, kan men die opbrengsten ook weer investeren in kennis en in infrastructuur."

shredders die autowrakken en puin vermalen. Als oplossing stelden we een bepaald additief voor om het stof te op te vangen. In Nederland was er ooit een huis met een oorspronkelijk blauw balkon dat roze verkleurde. De bepaling van de oorzaak moest dienen in een rechtszaak. En in een industriële bakkerij was een bakvorm zijn antikleef-eigenschappen kwijtgeraakt. Ook hier was de vraag om de oorzaak te achterhalen. Dat er zo veel uiteenlopende sectoren geïnteresseerd zijn in onze diensten is zeker bemoedigend. Niet enkel de chemie, maar ook de petrochemie, de farmaceutische nijverheid, de cosmetica en de life sciences, ja zelfs de bouwsector en de verzekeringswereld doen een beroep op Agfa-Labs, vaak met de meest onverwachte vragen. Het pleit voor het ruime aanbod van onze onderzoeksdiensten en voor het multidisciplinaire karakter van onze collega's dat haast elke vraag een passend antwoord krijgt.

PLUS: Dat maakt het waarschijnlijk ook zo boeiend?

FRANK RUTTENS: Inderdaad. Het psychologisch effect daarvan is niet te onderschatten: de opdrachten die we binnenhalen, boeien en motiveren onze collega's

uitermate. Agfa-Labs geeft onze medewerkers een ruime kijk op de wereld. Zo blijven ze op de hoogte van wat er leeft buiten de muren van ons bedrijf. Dit zorgt ook voor een zekere kruisbestuiving: met ons diensten-centrum helpen wij de klant zijn problemen op te lossen en wij leren steeds weer nieuwe materialen en technologieën kennen. Zoals Luc Delagaye, President van Agfa Materials zegt: "Agfa-Labs houdt onze geesten alert!"

PLUS: Hoe evolueren de zaken?

FRANK RUTTENS: Voorlopig is de omzet nog beperkt, maar de voorbije drie jaren hebben we ons klantenbestand toch telkens kunnen verdubbelen. Tellen we alle opdrachten samen dan komt dat toch overeen met enkele manjaren aan werk. We hopen om dit cijfer de komende jaren nog flink op te drijven. Het heeft ook een belangrijke symbolische betekenis. Als het MTC dankzij Agfa-Labs voor een stukje zelfbedruipend wordt, kan men die opbrengsten ook weer investeren in kennis en in infrastructuur. Het doel is om zo veel mogelijk te evolueren van een cost center naar een profit center. Zo kunnen we ons kwaliteitslabel op het hoogste niveau houden.





Brand!

Het was kort na middernacht op 25 september dat onze bedrijfsbrandweer moest uitrukken voor een brandmelding.

De branddetectie in de nieuwe waterzuiveringsinstallatie naast gebouw 550 op Gevaert 5 had om 1.15 uur een alarm gegeven. Nauwelijks een minuut later vertrokken de collega's van de Bedrijfsbrandweer met het zwaar materieel richting de plaats van het incident.



Ter plekke aangekomen stelde men in en rond het gebouw van de waterzuiveringsinstallatie een hevige rookontwikkeling vast, waardoor de brandhaard niet onmiddellijk kon worden gelokaliseerd. Terwijl de nodige hoge- en lagedrukleidingen werden uitgerold, startte een eerste ploeg met een verkenning van het gebouw. Na een drietal minuten werd, ondanks de dichte rook en de hoge temperaturen, de brandhaard gevonden: een compressor in de machinekamer had vuur gevat. De bluswerken konden van start gaan. Na een goede zes minuten was de brand onder controle en kon er afgeblust worden. Na afloop evalueerden de brandweerchefs van het Agfa-korps en van het brandweerkorps van de stad Antwerpen, dat voor alle zekerheid ook was opgeroepen, de situatie. Even na tweeën kon al het materieel worden ingepakt.

Al met al dus een bewogen nacht voor de collega's van de bedrijfsbrandweer. Dankzij hun doortastend optreden kon echter veel erger worden voorkomen. Mochten ook de andere compressoren vuur hebben gevat, dan zou de waterzuiveringsinstallatie zijn stilgevallen.



2014: Connect / Create / Care

Na het succes van vorig jaar heeft Agfa Graphics ook voor 2014 een VIP-kalender uitgebracht met beelden die door de Agfa Graphics-medewerkers van over de hele wereld werden ingestuurd. Uit de meer dan 300 ingezonden beelden werden er dertien gekozen en opnieuw tot een sterke getuigenis van *The Power of Print* gemaakt. Het thema is ditmaal *Connect / Create / Care*, drie begrippen die Agfa Graphics' engagement tegenover zijn klanten illustreren en die verduidelijken hoe de businessgroep zijn tagline *Stay Ahead. With Agfa Graphics.* waarmaakt.

Uiteraard werd de hele kalender gedrukt met de technologie van Agfa Graphics, van drukplaten en plaatbelichters tot workflow-, kleurenbeheer- en rastersoftware. De maand december verdient een bijzondere vermelding omdat ze op textiel gedrukt werd met Agfa Graphics' nieuwe Ardeco *soft signage*-inkjetprinter.



Agfa-inkt voor Belgische paspoorten

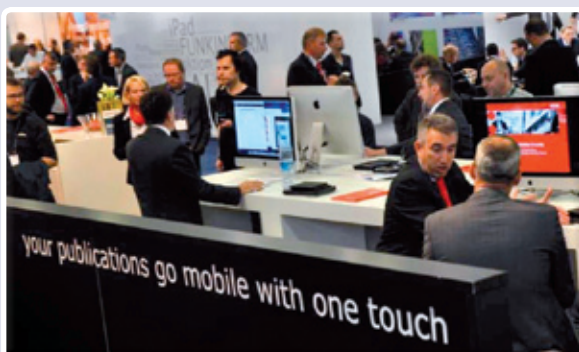
Begin 2014 zal Zetes Industries, een pan-Europees bedrijf gespecialiseerd in systemen voor de automatische identificatie van goederen en mensen, twee zogenoemde Bookmaster One-systemen installeren in zijn Brusselse productiesite. De systemen zullen ingezet worden om de variabele data van de Belgische paspoorten te drukken. Ze zullen hiervoor Agfa Graphics' Altamira Pack SUV-inkten gebruiken. Deze inkten werden speciaal ontwikkeld om beelden en teksten met de hoogste kwaliteit op papier of karton te drukken.

Met zijn inkten wil Agfa Graphics de voorkeurpartner zijn voor systeemintegratoren die digitale drukoplossingen ontwikkelen voor allerlei applicaties, zoals verpakkingen, labels, productdecoratie en beveiligd drukwerk.

Meer op www.agfagraphics.com/inks.

Terugblik op WPE

In oktober hadden krantenuitgevers en -drukkerijen hun jaarlijkse rendez-vous op de World Publishing Expo, deze keer in Berlijn. Agfa Graphics zette zowel zijn oplossingen voor *mobile publishing* als die voor printproductie in de schijnwerpers. De splinternieuwe Arkitex Production-software, de meest intelligente workflowsoftware voor kranten, werd er voorgesteld. In het *mobile publishing*-segment werden de mogelijkheden van de Arkitex Eversify-software gedemonstreerd op een waaier van tablets en telefoons.



De Agfa-stand viel op door een frisse *look&feel* waar print en *mobile publishing* broederlijk naast elkaar stonden. Er waren veel bezoekers en er kwamen veel *leads* binnen, niet het minst door de actieve manier waarop alle bezoekers van de stand aangesproken werden en uitleg kregen over Agfa Graphics' aanbod. Op twee extra locaties was Agfa vertegenwoordigd met sprekers, een over Arkitex in de cloud en een andere over Arkitex Eversify.

De koers

Enmaal per kwartaal geeft PLUS je een kort overzicht hoe ons aandeel het in de voorbije periode gedaan heeft. We doen dat onder meer aan de hand van wat de analisten van de Agfa-resultaten vinden.



Voldoen aan de verwachtingen

Het Agfa-aandeel won het laatste kwartaal 1,23% aan waarde en sloot op 13 november 2013 op 1,63 euro af. Vergeleken met vorig jaar won het aandeel net geen 27% aan waarde. Al bij al niet slecht. Nochtans kreeg het aandeel op de datum van de publicatie van de derdekwaartaalresultaten een dreun van iets meer dan 5%. Het verlies bedroeg die dag op een gegeven moment zelfs 10%.

Zo'n koersbeweging komt voor als je niet aan de verwachtingen van de financiële markten voldoet en dat is wat er – volgens de investeerders – op 13 november schortte aan de Agfa-resultaten. In vergelijking met een verwachte omzet van 706 miljoen euro lag de behaalde omzet van 689 miljoen euro bijna 2,5% onder de verwachtingen. De recurrente EBIT bedroeg 26 miljoen euro in plaats van 29 miljoen euro. Het nettoverlies tot slot bedroeg 6 miljoen euro in plaats van 3 miljoen euro. Tussen haakjes, dit is een van de redenen waarom we als onderneming een analistenconsensus publiceren (zie ook p.17). Dit draagt duidelijk bij tot het scheppen van een realistisch verwachtingspatroon.

Waren er dan geen pluspunten? Analist Guy Sips van KBC Securities meent van wel. Ondanks de groter dan verwachte achteruitgang van de omzet was hij positief over het feit dat de inkjetactiviteiten van Agfa Graphics opnieuw in het zwart eindigden. Ook de succesvolle inspanningen op het vlak van het werkkapitaal onthaalde hij positief. Die hebben immers een gunstige invloed op de operationele kasstroom en op de afbouw van de nettoschulden. In het vierde kwartaal verwacht hij bovendien een grotere impact van de lagere zilverprijzen van de voorbije maanden. Een zelfde verhaal horen we bij Stefaan Genoe van Petercam, alleen vond hij de zwakker dan verwachte brutomarges van Agfa HealthCare een tegenvaller. Emmanuel Carlier van ING was nog het strengst in zijn beoordeling. Hij zag alleen een positief element in de inkjetresultaten. Hij acht het Agfa-aandeel momenteel dan ook niet koopwaardig. Hij geeft hiervoor drie redenen: Agfa's waardering is niet attractief; veel van Agfa's activiteiten worstelen met structurele uitdagingen; en Agfa's inkomsten blijven in (te) grote mate afhankelijk van externe factoren.



De diagnose zit in de details

Toen Agfa HealthCare in 1994 de beeldbewerkingssoftware MUSICA introduceerde, konden we echt spreken van een grote technologische doorbraak. De MUSICA-software biedt een volledig geautomatiseerde digitale beeldbewerking, onafhankelijk van het onderzoek, en zorgt voor een verhoogd detailcontrast. Sindsdien staat Agfa HealthCare alom bekend voor zijn unieke beeldkwaliteit. Duizenden radiologen wereldwijd beschouwen MUSICA inmiddels als de gouden standaard.

Nu is er een volgende generatie van MUSICA met technologische vernieuwingen zoals de *Fractional Multiscale Processing*. Het is opnieuw een stap vooruit voor ons en onze klanten. Binnenkort wordt deze nieuwe versie aangeboden op al onze CR- en DR-systemen. Hoog tijd dus voor een gesprek met het team dat binnen Agfa HealthCare verantwoordelijk is voor MUSICA: Piet Vuylsteke, John Gibbs en Jan Leeuws.

Consistent hoge beeldkwaliteit over alle onderzoeken heen

“We streven steeds naar een verbetering van de beeldkwaliteit en in nauwe samenwerking met onze klanten ontwikkelden we de nieuwe generatie van MUSICA. De lancering van deze versie houdt ons in de voorhoede van de beeldverwerkingstechnologie. Tegelijk geeft dit

ons de mogelijkheid om in te spelen op nieuwe evoluties in de medische beeldvorming, bijvoorbeeld de behoefte om de rijke beeldinhoud eigen aan digitale röntgen-systemen steeds duidelijker weer te geven,” zegt collega Piet Vuylsteke, Onderzoeker Beeldverwerking.

“Deze nieuwe generatie van MUSICA biedt uiteraard nog steeds alle voordelen van de vorige generaties. MUSICA is volledig automatisch, zeer eenvoudig te gebruiken en te installeren, en haalt maximale informatie uit een klinisch beeld, onafhankelijk van het type onderzoek en van de lichaamsbouw van de patiënt – volwassene, kind of baby, slanke of obese patiënten,” verduidelijkt Jan Leeuws, Business Unit Manager CR/DR. “Er is geen noodzaak om de beeldverwerking-parameters voor elk onderzoek opnieuw te configureren en de röntgenlaborant hoeft geen specifieke instellingen toe te passen voor elk onderzoek. Daar is niets aan veranderd.”

Zo is MUSICA nog steeds gebaseerd op het *MULTIScale Image Contrast Amplification*-principe. Agfa ontwikkelde dit concept in de jaren '90 en het heeft zich sindsdien bewezen als de meest succesvolle beeldverwerking-

technologie voor digitale röntgenfoto's. “Onze uitdaging is nu om het beste nog beter te maken! Bij deze generatie was een van onze belangrijkste doelstellingen om de gekende hoge beeldkwaliteit te blijven garanderen voor alle onderzoeken en tegelijkertijd te zorgen voor een zo laag mogelijke stralingsdosis,” zegt John Gibbs, Product Manager MUSICA. Over dat streven van Agfa HealthCare naar lage stralingsdosis en dosisopvolging kon je al meer lezen in het juni-nummer van PLUS dit jaar.

De nieuwe generatie MUSICA helpt de radioloog om sneller een juiste diagnose te stellen.

In de voorhoede van de technologie

Om deze uitdaging aan te gaan, hebben we een aantal fundamentele verbeteringen in de onderbouw van het systeem aangebracht. “Om de meest moeilijke zones van een beeld, zoals

bijvoorbeeld de abrupte overgangen van gebieden van lage naar hoge dichtheid, goed weer te geven, hebben we een nieuw wiskundig algoritme toegepast. Dat heet *Fractional Multiscale Processing* (FMP). Piet Vuylsteke legt uit: “Met dit algoritme worden de filters in de beeldverwerking verder uitgesplitst in elementaire fracties, die afzonderlijk verwerkt worden. Dat klinkt ingewikkeld, en dat is het ook, maar het zorgt er wel



“Met deze nieuwe generatie van onze beeldbewerkingssoftware MUSICA hebben we de gouden standaard nog verbeterd!” zeggen de leden van het MUSICA-team. V.l.n.r. Jan Leeuws, Piet Vuylsteke en John Gibbs.



voor dat we alle grijsintovergangen op een natuurlijke, foutloze manier kunnen weergeven. Dankzij de FMP-verwerking is er ook geen manuele contrast- en helderheidsaanpassing meer nodig om details weer te geven.

Verschillende verbeteringen zijn ook aangebracht in de mechanismen die het contrast, de scherpte en de grijsintinten in de beelden bepalen. Zo worden de beelden zeer homogeen weergegeven, wat het visueel onderzoek voor de radioloog vergemakkelijkt. Een bijkomend voordeel van de nieuwe MUSICA-generatie is de vereenvoudigde installatie, omdat bij de configuratie geen onderscheid meer gemaakt wordt tussen de verschillende leeftijdsgroepen van patiënten.

De diagnose zit in de details

Ook bij beelden met een groot contrastbereik eigen aan digitale röntgensystemen, slaagt de nieuwe versie van MUSICA erin om structuren consistent te visualiseren. Een voorbeeld hiervan zijn implantaten. “In een röntgenbeeld hebben de subtiele details in de botten vaak de neiging te vervagen in de nabijheid van de randen van een implantaat. Maar met de volgende generatie MUSICA blijven deze details wel duidelijk zichtbaar. Ik maak graag een ‘muzikale’ vergelijking: het is alsof je een pianissimo stukje kan horen, vlak na een explosie,” zegt Piet Vuylsteke.

Nog enkele voorbeelden (maar kijk vooral naar de beelden, die spreken voor zich): bij beeldweergave van het skelet verschijnen er geen kunstmatige schaduwen meer naast lange botten of metalen implantaten, waardoor de subtiele botlijntjes langsheen de interfaces beter zichtbaar zijn. De sponsachtige botstructuur wordt voorgesteld met verbeterde scherpte. Overlappende

delen zoals handwortelbeentjes worden met verhoogde transparantie weergegeven. Bij thorax-opnamen worden de details van de wervelkolom, het mediastinum (de ruimte tussen de beide longen) en het onderste gedeelte van de long achter het diafragma duidelijker naar voor gebracht zonder een ongunstige invloed op de weergave van de longen zelf.

Jan Leeuws geeft commentaar: “Met MUSICA halen we meer informatie uit een beeld en zorgen we voor een comfortabele weergave. Dit helpt de radioloog om een juiste diagnose te stellen in een kortere tijd. Zo verbeteren we de gehele workflow binnen de radiologie-afdeling.”

Aangepast aan de reële behoeften van de gebruikers

Om ervoor te zorgen dat onze MUSICA-beeldverwerkingssoftware optimaal afgestemd is op de behoeften van de gebruikers, heeft het ontwikkelingsteam nauw samengewerkt met regionale en toonaangevende universitaire ziekenhuizen wereldwijd en met specialisten in de verschillende vakgebieden van de radiologie (thoracale, abdominale, muskulo-skeletale en pediatrische radiologie).

“De radiologen raakten over het algemeen vrij snel aan de nieuwe MUSICA-beelden gewend”, zegt John Gibbs. “Heel vlug konden zij het detailniveau naar waarde schatten en dan, zeiden ze, is er geen weg terug. Dat is het beste bewijs dat we met deze nieuwe MUSICA-generatie weer een grote stap vooruit hebben gezet en de gouden standaard nog verbeterd hebben.”



Klein maar handig

In samenwerking met de collega's van het Synaps-team ontwikkelde Agfa HealthCare een handige bureaul kalender in het inmiddels bekende synthetische papier van Agfa Specialty Products. Geleverd als een A4-vel kan je dit gemakkelijk plooiën tot een handige kalender. Ideaal dus als klein presentje voor klanten die dan hopelijk een heel jaar aan Agfa HealthCare denken. Aan de kalender is ook een kleine wedstrijd verbonden: al wie de tweet van Agfa HealthCare van 1 januari retweet, maakt kans op een mooie wereldkaart, uiteraard ook op Synaps gedrukt! Agfa HealthCare heeft nog enkele tientallen exemplaren van de bureaul kalender over. Neem gerust contact op met Veronika Pot via 8010 als je graag een of meer exemplaren ontvangt.



There

Eind november verscheen het 15de nummer van THERE, Agfa HealthCare's klantenmagazine. Net zoals onze deelname aan RSNA staat ook in dit nummer het thema Images without Boundaries – Beelden zonder grenzen – centraal. Getuigenissen van klanten en concrete verhalen over hoe onze oplossingen worden ingezet in ziekenhuizen over heel de wereld zijn van grote waarde voor de verkoop. Voeg daarbij een aantal interviews met opinieleiders uit vooraanstaande zorginstellingen en je krijgt opnieuw bijzonder interessante leesstof. Interesse? Surf naar www.agfahealthcare.com en download het magazine in pdf-formaat.

Geslaagde wide-format VIP-trip

Eind oktober organiseerde Agfa Graphics een VIP-evenement voor dertien Britse potentiële klanten voor zijn grootformaatprinters. Deelnemers konden demo's van de printers, de Apogee StoreFront web-to-print-software en presentaties over markttrends en producten bijwonen. De dag werd afgesloten met een vraag- en antwoordsessie met het Agfa Graphics-inkjetmanagement.

Een eveneens aanwezige Britse journalist van Large-Format Review publiceerde een erg lovend verslag over het evenement: "Wanneer het gaat om een connectie te maken met je klanten, heb je een positieve ervaring aan te bieden, samen met de meest relevante productinformatie – en dat alles op een relaxte maar efficiënte manier – was dit evenement een compleet succes. Ik vond de verstrekte info erg eerlijk en onpartijdig en was van enige verkoopdruk." Ook drukte hij zijn geloof in Agfa Graphics' inkjetactiviteiten uit: "Agfa is er klaar voor om zijn positie als een van de belangrijkste leveranciers in de industrie te bevestigen. We moeten zeker onze ogen open houden voor Agfa op het vlak van grootformaatdruk." We kunnen het zelf niet beter verwoorden.



Agfa Graphics lanceert nieuwe chemievrije drukplaat **Azura TU**



Het gras ís **groener** aan de andere kant

Het gras ís groener aan de andere kant. Met deze slogan en het bijhorende beeld lanceerde Agfa Graphics in november het nieuwste lid van de Azura-familie van chemievrije drukplaten.

Sinds de lancering van de eerste succesvolle Azura-drukplaat tien jaar geleden, is Agfa Graphics' ThermoFuse de toonaangevende technologie op het vlak van duurzame drukplaatproductie. Met Azura TU breidt Agfa Graphics zijn bereik nu uit naar alle gebruikers van offsetdrukpersen en dus per definitie naar alle meest courante applicaties. Overschakelen van een traditionele drukplaat naar Azura TU betekent voor de drukker minder afval, minder afvalverwerkingskosten, minder onderhoud en een veiligere werkomgeving. Het levert ook een waterbesparing van meer dan 95% op. Agfa Graphics gaat er prat op dat de Azura TU-technologie betrouwbaarder, consistentere en milieuvriendelijker is dan elk ander plaatproductiesysteem op de markt.

Het gras is groener aan de andere kant

Met Azura TU gaat Agfa Graphics de rechtstreekse concurrentie aan met de traditionele positief-thermische CtP-systemen van Kodak en de zogenoemde *lage-chemie*-systemen van Fuji. Om de nieuwe drukplaat te promoten bij bestaande gebruikers van concurrerende technologie, werd een speciale direct mailing ontwikkeld in de vorm van een gedrukte kaart met daarin een videofilmje over de voordelen van de nieuwe drukplaat, ondersteund door een complete minisite. Thema van zowel kaart als website zijn "Het gras is groener aan de andere kant". Wie nu nog Kodak of Fuji gebruikt, moet die keuze met andere woorden dringend herzien. De ontvangers van de kaart werden zorgvuldig geselecteerd en ze kunnen een opvolgbezoekje van een verkoper verwachten. De lanceringscampagne loopt door tot in het voorjaar en ze wordt ook ondersteund door een *technology paper* over de nieuwe drukplaat, een nieuwe productbrochure en -webpagina, geschreven en gefilmde getuigenissen, traditionele advertenties en een Google Ads-campagne.

Hogere oplages, productiviteit en duurzaamheid voor alle offsetdrukkerijen

Persconferentie voor de vakpers

De belangrijkste prepress-productintroductie van Agfa Graphics dit jaar verdiende wel wat extra aandacht. Op 12 november werd daarom de verzamelde vakpers uitgenodigd in Mortsel voor een extra toelichting. In een inleiding maakt Dirk Debusscher, Vice President Prepress, duidelijk dat de traditionele offsetdruk-technologie nog lang niet afgeschreven is, maar

integendeel – dankzij voortdurende technologische verbeteringen – nog lange tijd een dominante positie zal innemen. Digitale drukplaat-volumes zullen in de komende jaren zelfs nog toenemen, vooral in de nieuwe groeimarkten.

Guy Desmet, Marketing Manager Consumables van Agfa Graphics, gaf een uitgebreide toelichting over de technologische aspecten en de voordelen van de nieuwe drukplaat.

Tijdens de persconferentie was er ook aandacht voor de recent door Agfa Graphics aan zijn klanten uitgereikte *Sustainability and Innovation Awards* (zie PLUS 15). Industrie-experte Laurel Brunner sprak over duurzaamheid in de drukindustrie. Aansluitend werd ze



gelauwerd voor de inspanningen die ze als lid van verschillende ISO-comités doet voor de ontwikkeling van milieugerelateerde industriestandaarden. Na de presentaties kregen de 23 aanwezige journalisten de kans om met het management van Agfa Graphics te spreken en demonstraties van de nieuwe drukplaat en van Agfa Graphics' workflowsoftware bij te wonen. In de namiddag stond er ook nog een bezoek aan het inkjetdemocenter op het programma.

Tevreden bètaklanten

Het voorbije anderhalve jaar werd Azura TU uitvoerig getest in een aantal bètasites. De gebruikers van het eerste uur zijn enthousiast. "Het belangrijkste kenmerk van Azura TU is de duurzaamheid", zeggen Steven Yntema en Peter de Weerd van Mediacenter in Rotterdam. De voormalige gebruikers van traditionele thermische drukplaten voegen er aan toe: "We hebben geen chemie meer nodig. Gewoon gom. Dit heeft een positief effect op het waterverbruik en we moeten uiteraard geen chemie meer wegruimen."



Steven Yntema, Mediacenter, Rotterdam

Dax Britton, Prepress Manager DG3, in het Verenigd Koninkrijk, deelt het enthousiasme: "Met Azura TU beschikken we over een chemievrije drukplaat met alle voordelen voor het milieu, maar we moeten geen compromissen sluiten op het vlak van snelheid. Met de hoeveelheid drukplaten die wij produceren was dat essentieel."



Dax Britton, Prepress Manager DG3, VK

Specificaties van de Azura TU-drukplaten

Met Azura TU worden oplages tot 150.000 afdrucken mogelijk. De hogere gevoeligheid verhoogt de productiviteit van de plaatbelichter, terwijl de hoge kwaliteit, de robuustheid en het uitstekende beeldcontrast waarvoor Azura bekend is, behouden blijven. De Azura CX clean-out unit en de pH-neutrale gom zijn de enige elementen om de drukplaat te reinigen en te beschermen. Alle variabele factoren van het plaatproductieproces worden uitgeschakeld. Het gombad moet slechts na 7.000 m² aan belichte drukplaten vervangen worden. Het gomverbruik is zeer laag en het waterverbruik is, zoals reeds aangegeven, verwaarloosbaar.

Met een ongeëvenaard beeldcontrast en een uitstekende stabiliteit in daglicht, zijn de standaard werkprocedures van toepassing. Het met gom beschermde aluminium vertoont een uitstekend lithografisch gedrag, is zeer stabiel op de pers en vermindert het risico op het moeten hermaken van drukplaten.

Meer informatie over de Azura TU-drukplaten en de bijhorende campagne vind je op het internet: www.agfagraphics.com/azura.





Sinds kort publiceert Agfa een analistenconsensus op de Investor Relations-pagina's van zijn website. Zij die met de beurswereld vertrouwd zijn, kennen deze term ongetwijfeld. Voor de niet-financiële knobbels onder ons geven we graag wat meer uitleg.

De analistenconsensus

In de pers lees je vaak dat de resultaten van een onderneming de verwachtingen overtroffen of – net andersom – dat ze niet aan de verwachtingen voldeden. Wat men dan doet is de resultaten vergelijken met de analistenconsensus over die bepaalde onderneming.

Analisten die een onderneming volgen stellen voor hun klanten-investeerders een rapport op met hun bevindingen en hun adviezen. Dat rapport bevat een aantal kerncijfers zoals de te verwachten omzet, EBIT, bedrijfsresultaat, nettoresultaat en winst of verlies per aandeel. Die verwachtingen slaan dan meestal op het eerstvolgende kwartaal, maar ook op het lopende jaar in zijn geheel en op de volgende twee jaren. Op basis van projecties, modellen, onderzoek en ervaring proberen analisten dus een inschatting te maken van hoe een onderneming in de nabije toekomst zal presteren. De analistenconsensus is dan het gemiddelde van die verschillende verwachtingen voor een onderneming die de analisten hebben berekend.

Hoewel er achter al die rapporten en modellen heel wat rekenwerk zit, is het geen exacte wetenschap. Hoe meer analisten een onderneming volgen, hoe meer verschil-

lende beoordelingen je krijgt. Door een consensus te maken van al die verschillende meningen neutraliseer je alvast de meest extreme beoordelingen. Maar ook die gemiddelde consensus zal niet perfect zijn. Dat heeft natuurlijk te maken met de vele parameters binnen en buiten de onderneming die een invloed kunnen hebben op de resultaten.

Steeds meer bedrijven stellen zelf hun consensus samen aan de hand van de verzamelde rapporten en publiceren die vervolgens op hun website. Er worden ook consensussen opgemaakt door onafhankelijke partijen, een Bloomberg bijvoorbeeld. Vaak zijn deze echter minder kwalitatief, omdat zij niet altijd exact kunnen inschatten waarvoor de gepubliceerde cijfers staan.

Toch doen veel investeerders een beroep op de consensus bij het nemen van hun beslissing om al dan niet in een bedrijf te investeren. Het is voor investeerders een van de weinige hulpmiddelen die ze hebben om de toekomstige prestaties van een onderneming in te schatten.





IMPAX Agility... veel meer dan PACS

Twee klanteninterviews in het laatste nummer van *THERE* gaan over Agfa HealthCare's nieuwe IMPAX Agility platform. De klanten zijn het IGESP ziekenhuis in São Paulo in Brazilië en het AZ Sint-Rembert in Torhout. Als piloot- en testsite van dit compleet nieuwe platform voor een geïntegreerd end-to-end beeldbeheer ervaren zij nu reeds de unieke voordelen van IMPAX Agility: een workflow die gebaseerd is op de eigenlijke werking van een radiologie-afdeling, een intuïtieve *user interface* en een hele reeks mogelijkheden verhogen de productiviteit merkbaar. In São Paulo en in Torhout zijn ze het eens, met IMPAX Agility kunnen ze de uitdagingen van het steeds complexer wordend beheer van de medische beelden perfect aan. In een volgend nummer van *PLUS* komen we nog uitgebreid terug op dit nieuwe en unieke platform.



4

Agfa investeert jaarlijks vijf tot zes procent van zijn omzet in Onderzoek & Ontwikkeling. Vorig jaar betekende dit een bedrag van 163 miljoen euro. Agfa bekleedt hiermee plaats 483 in de internationale Top-2000 van ondernemingen. Kijken we naar de Belgische bedrijven dan wordt Agfa alleen voorafgegaan door UCB (plaats 145 - 782 miljoen euro), Solvay (plaats 319 - 285 miljoen euro) en Umicore (plaats 411 - 201 miljoen euro). Een mooie vierde plaats dus voor Agfa.



Images without Boundaries...

... is het thema waarmee Agfa HealthCare op RSNA zijn volledige gamma oplossingen voorstelde aan de honderden klanten en potentiële klanten die op de beursstand passeerden. RSNA is het jaarlijks congres van de Radiological Society of North America, het grootste en dus ook het belangrijkste in zijn soort. De spotlights stonden dit jaar vooral gericht op MUSICA, het complete DR-portfolio, IMPAX Agility en ICIS. Om zo'n congresdeelname tot een succes te maken wordt er hard gewerkt tijdens de maandenlange voorbereiding en tijdens de vijf dagen van het congres zelf. Even belangrijk is echter de nazorg tijdens de volgende weken en maanden waarin de gemaakte contacten moeten resulteren in nieuwe contracten.





Maak je wensen over met de e-cards van Agfa

Prettige feestdagen!

Het einde van het jaar is nabij. Tijd dus om met de nieuwjaarswensen op de proppen te komen. Via de intranetsite van corporate en intranetsites van de businessgroepen is het ook dit jaar weer mogelijk om een elektronische wenskaart met een nieuwjaarsboodschap te versturen aan je klanten en contacten. Je kiest uit een van de ontwerpen en voegt een korte gepersonaliseerde boodschap toe. Het is een makkelijke, goedkope, ecologisch verantwoorde en snelle manier om je welgemeende wensen over te maken.



Agfa is met eigen medewerkers of vertegenwoordigingen nagenoeg overal ter wereld actief. Maar wist u dat we alleen in België al 24 verschillende nationaliteiten tellen onder onze medewerkers? In Het Kompas van Agfa maakt u kennis met een van die 'vreemde' collega's die hun kijk geven op werken in Vlaanderen en bij Agfa.

“Wat ik het meeste mis zijn het weer, de ruimte en... de Franse baguettes!”



De roots van Isabelle Ordonez situeren zich in de buurt van Bordeaux. In 2009 ruilde ze het zonnige zuidwesten van Frankrijk voor het wisselvallige weer in België. Isabelle werkt nu in de R&D-afdeling van Agfa Graphics. Ze is nauw betrokken bij de ontwikkeling van de nieuwste chemievrije drukplaat Azura TU.

PLUS: Hoe ben je bij Agfa terechtgekomen?

ISABELLE: Ik studeerde aan de Ecole nationale supérieure de Chimie, Polymères et Matériaux in Straatsburg, toen ik de kans kreeg om stage te lopen bij Materials, hier in Mortsel. De stage duurde acht maanden. Nadat ik afgestudeerd was, solliciteerde ik voor mijn huidige job op de R&D-afdeling van Agfa Graphics.

PLUS: Kan je je huidige job even beschrijven?

ISABELLE: Als R&D-assistente ben ik van bij het begin van het project betrokken bij de ontwikkeling van de nieuwe Azura TU-drukplaat. Een onderdeel van mijn job is het uitvoeren van experimenten in het lab, het ontwikkelen van de coating van de drukplaat en het testen van verschillende mogelijke ingrediënten van de coating. Ik organiseer ook het gietproces op een kleine pilootlijn in Wiesbaden. Ik stuur de mensen ginder de recepten voor de deklaag. Zij sturen me daarna de drukplaten, die ik dan evalueer. Ik vind het heel interessant om bij het volledige ontwikkelingsproces van de nieuwe generatie duurzame drukplaten betrokken te zijn, van het samenstellen van de coating tot de kwaliteitscontrole. Vergeleken met de huidige Azura TS-drukplaat, heeft de nieuwe plaat het enorme voordeel dat ze ook gebruikt kan worden door commerciële drukkerijen die grote oplages produceren. De plaat verhoogt hun productiviteit en bovendien kunnen met één plaat tot 150.000 exemplaren gedrukt worden.

PLUS: De Azura TU-plaat werd pas op de markt gebracht. Werk je al aan een ander project?

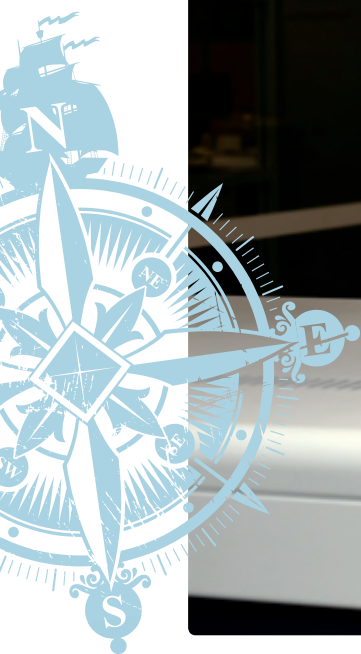
ISABELLE: Nog niet. We proberen de nieuwe plaat en de bijhorende gomoplossing nog verder te verbeteren. In het kader van de besparingsprogramma's onderzoeken we ook mogelijke manieren om de productiekost van de Azura TU-plaat en van andere drukplaten te verlagen.

PLUS: Veel Belgen dromen van een stek in Frankrijk. Waarom beslist iemand die er daadwerkelijk woont om naar België te verhuizen?

ISABELLE: Eerlijk gezegd was ik oorspronkelijk niet van plan zo lang te blijven. Toen ik met mijn stage begon dacht ik: "OK, ik doe hier ervaring op en keer dan terug naar Frankrijk." Maar om verschillende redenen besliste ik om voor mijn huidige job te solliciteren. Eerst en vooral past de job perfect bij mijn competenties. Daarnaast is het steeds moeilijker geworden om in Frankrijk een passende job te vinden. En van het een kwam het ander. Mijn vriend besliste om ook over te komen en hij vond hier ook een job. We hebben ondertussen ook Belgische vrienden gemaakt. Momenteel denken we dan ook niet aan een terugkeer naar Frankrijk. Ondanks het weer, moet ik er wel aan toevoegen.

PLUS: Zijn er buiten het weer nog andere dingen die je mist?

ISABELLE: Ik mis de ruimte. België is dichter bevolkt. En ik mis heel zeker ook de typisch Franse baguette. Jullie Belgen hebben ook baguettes, maar die zijn niet te vergelijken. De Franse bakkerijketen 'Paul' verkoopt wel baguettes 'Franse stijl' in hun winkel in Brussel, maar die zijn veel te duur. Het is eigenlijk wel grappig, want de meeste Belgen denken net hetzelfde over hun eigen



brood. Een Belgische collega die graag in Frankrijk op vakantie gaat vertelde me eens dat hij de baguettes na een week of twee altijd grondig beu is. Ik was geschokt! (lacht)

PLUS: Is er iets dat je bijzonder opvalt aan België of de Belgen?

ISABELLE: Over het algemeen is het leven hier heel gelijkaardig aan het leven in Frankrijk. Wat me wel verrast heeft, is dat de winkels hier zo vroeg sluiten. Maar daarbuiten had ik geen enkel probleem om me aan de Belgische manier van leven aan te passen. Ik vind zelfs dat de Belgen vriendelijker zijn. Omdat mijn vriend voor een Amerikaanse firma net buiten Brussel werkt, verhuisde ik van Antwerpen naar de hoofdstad. Ik pendel nu per trein naar Agfa. Hier vinden mensen het normaal om een conversatie met medereizigers te beginnen. In Frankrijk doe je dat niet. De meeste Fransen zijn wat meer op zichzelf. Jullie steden zijn ook redelijk veilig. We wonen in de buurt van het metrostation Anneessens. Hoewel die buurt een slechte reputatie heeft, voel ik me er niet onveilig. Wanneer een voorstad van Parijs of Bordeaux een slechte reputatie heeft, dan betekent dat echt dat het er gevaarlijk kan zijn.

PLUS: Vind je de dagelijkse pendeltocht niet vervelend?

ISABELLE: Zoals iedereen klaag ik uiteraard over de vertragingen. (lacht) Maar omdat mijn rit maar zo'n 35 minuten duurt, valt het wel. De Franse treinen zijn niet beter dan de Belgische.

PLUS: Denk je dat je in België zal blijven?

ISABELLE: Mijn vriend en ik voelen ons al enige tijd aangetrokken tot Quebec, maar totnogtoe is naar ginder verhuizen niet meer dan een vaag idee. We voelen ons momenteel goed hier en we maken dan ook geen plannen om weg te trekken. Ik denk echter niet dat we heel ons leven in België zullen blijven. Maar zeg nooit nooit...



Het verhaal van Isabelle bewijst dat stageprogramma's een meerwaarde betekenen voor zowel de studenten als de bedrijven. Dat is meteen de reden waarom Agfa altijd al graag heeft samengewerkt met Belgische en buitenlandse scholen en universiteiten. Bij het ter perse gaan van dit nummer liepen 31 studenten stage bij Agfa in Mortsel, vooral binnen Graphics en Materials. Ze komen van overal: van Canada en Brazilië tot Servië en Zwitserland. Maar niet minder dan tien van hen komen uit Frankrijk. De reden is tweeledig. Ten eerste bieden een aantal Franse topscholen opleidingen aan die perfect aansluiten bij enkele kerncompetenties van Agfa, zoals polymeerwetenschappen en chemie. Ten tweede zien deze scholen stages als een integraal onderdeel van het curriculum en als de ideale manier om studenten voor te bereiden op hun professionele loopbaan.

In deze rubriek gaan we op zoek naar collega's die zich ook in hun vrije tijd op een bijzondere manier laten opmerken. Dat kan bijvoorbeeld met een opmerkelijke hobby of door een uitzonderlijk sportief exploit. Deze keer kwamen we terecht bij **Koen Keyenberg**



Motorc

Collega Koen Keyenberg werkt al 23 jaar bij Agfa. Eerst was hij jarenlang directiechauffeur, nu voert hij colli's en palletgoederen met de vrachtwagen tussen de verschillende vestigingen van Agfa voor de afdeling Interne Logistiek. In zijn vrije tijd is Koen een niet onaardig motorcrosser. Wat heet? In 2012 werd hij na 25 jaar voor de tweede keer Belgisch kampioen! Motorcrossen verloor je duidelijk niet.

PLUS: *Eerst was je directiechauffeur, nu bestuur je een vrachtwagen en in je vrije tijd doe je aan motorcross. Je hebt iets met motorvoertuigen?*

KOEN: Dat kan je wel zeggen. Van jongs af ben ik bezeten van de motorcross. Als kind woonde ik in Hove en daar was elk jaar een grote motorcross. Ik spreek dan over de tijd van Roger De Coster en Joël Robert, echte monumenten uit de internationale crossgeschiedenis. Achter ons huis lag een stuk bos waar ik als tiener met mijn brommertje ging crossen.

PLUS: *Je had aanleg en dus ging je aan competitiewedstrijden meedoen?*

KOEN: Inderdaad. Op mijn twintigste ging ik wedstrijden rijden bij de liefhebbers. Ik heb dat zo'n negen jaar gedaan. In 1987 werd ik kampioen van België in de 500 cc-klasse. Na het behalen van die titel moest ik overgaan van de nationale naar de internationale liefhebberscompetitie. Een nog hoger niveau dus. In die categorie heb ik nog drie jaar meegedraaid met onder andere een overwinning in Luxemburg op mijn palmares.

PLUS: *In 1990 ben je er dan mee gestopt.*

KOEN: Klopt. Het is ook het jaar waarin ik bij Agfa begon te werken. Motorcross is niet ongevaarlijk en na de zoveelste knieblesure besloot ik dat het goed was geweest. Bovendien is het ook een dure sport. Ondanks mijn titel in 1987 werd het toch steeds moeilijker om de nodige sponsors aan te trekken.

PLUS: *Maar nu ben je toch opnieuw bezig?*

KOEN: Veel van mijn vrienden verklaarden me gek toen ik in 2011 op mijn vijftigste opnieuw wilde starten. De directe aanleiding was dat een neef van mij was





crossen verleer je niet!

beginnen te crossen. En je kent dat hé: “Allee, nonkel Koen ga eens mee crossen, je hebt dat vroeger toch ook gedaan?” of “Je durft niet meer!”

PLUS: *En dat ging goed, die comeback?*

KOEN: Eigenlijk wel. Motorcrossen is zoals fietsen, dat verleer je niet. Het fysieke aspect is natuurlijk wel wat anders. Daarom heb ik me in 2011 toegelegd op het opnieuw in orde brengen van de conditie. Zo kon ik in 2012 in optimale vorm aan het seizoen starten. En met succes: dertien overwinningen, zeven tweede plaatsen en drie derde plaatsen. Ik werd achtereenvolgens provinciaal kampioen, Vlaams kampioen en na 25 jaar opnieuw Belgisch kampioen in de categorie +35 van de MX1, wat overeenkomt met een viertaktmotor van 450 cc.

PLUS: *Hoe verliep het seizoen in 2013?*

KOEN: Dat was toch ook weer wat anders. Door mijn titel moest ik overstappen naar de recreanten. Het woord ‘recreanten’ roept bij veel mensen een fout beeld op. In die categorie wordt echter heel wat sneller gereden. Bovendien kom je er bijna alleen oud-internationals tegen. In 2013 had ik ook wat te kampen met blessures. Op mijn leeftijd moet je dan toch wel wat langer recupereren om je niveau opnieuw op peil te brengen. Toch behaalde ik opnieuw enkele podiumplaatsen.

PLUS: *En ga je nog door?*

KOEN: Ik bekijk dat nu van jaar tot jaar. Recuperer ik nog snel genoeg van de geleverde inspanningen? Kan ik het nog allemaal opbrengen? Maar om op de vraag te antwoorden: ja we hebben beslist om er nog een jaartje bij te doen.

PLUS: *Je zegt “we hebben beslist”?*

KOEN: Ja, inderdaad. We hebben een team met nog een junior en een belofte en dan nog de mecaniciens en de supporters uiteraard. Het is een hechte groep die telkens van maart tot oktober doorheen het land kruist voor de motorcross. Ik stap nu ook over van de MX1 naar de MX2. Dat zijn viertaktmotoren van 250 cc. Dat betekent minder power, maar het vraagt wel meer stuurbehendigheid.

PLUS: *Je bent duidelijk bezeten van de cross en je hebt er duidelijk aanleg voor. Had je nooit professioneel willen crossen?*

KOEN: Eigenlijk ben ik daarvoor te laat begonnen met crossen. Ik kon pas op mijn 18de echt beginnen met crossen. Als je nu ziet dat de jongste motorcrossertjes amper vier jaar zijn als ze beginnen, dan weet je wat je moet doen als je de absolute top wil halen.

PLUS: We wensen je nog veel succes!



Heb je zelf een verhaal dat de moeite waard is of heb je een collega met een bijzondere hobby of die van plan is een wereldrecord (het mag ook iets minder zijn) te breken? Laat het ons weten: plus@agfa.com.



Puzzel

Je vult eerst het rooster in met de antwoorden op de vragen en de vet gedrukte cryptische omschrijvingen. Daarna kan je aan de hand van de cijfertjes de letters op de juiste plaats in het grote rooster invullen. Heb je alles goed ingevuld dan lees je een vraag. Het antwoord op die vraag kan je inzenden voor 28 februari 2014 per e-mail: plus@agfa.com of naar **8933** met de binnenpost. Uit de juiste inzendingen trekken we een gelukkige winnaar die twee filmtickets ontvangt. Succes! Let op: de 'ij' telt steeds voor één letter.

- A 19e-eeuwse Deense theoloog en filosoof die beschouwd wordt als de eerste existentialistische filosoof.
- B Vlaamse krant die in 1914 in Antwerpen werd opgericht door Van Cauwelaert, Van de Perre en Hendrix, maar die door de oorlog pas op 4 december 1918 voor het eerst kon verschijnen.
- C Nederlands wielrenner die in 1968 de Tour won voor Herman Van Springel.
- D **Je moet er wel steeds suiker bijdoen.**
- E **Het heeft dan toch niet het langste geduurd.**
- F De artiestennaam van Carlo Broschi, een van de beroemdste Italiaanse soprano castrato zangers van de 18e eeuw.
- G **Betreffende het vertrek.**
- H Nederlands voetballer bij Ajax en AC Milan en maker van een legendarisch doelpunt tegen de Sovjet-Unie in de finale van het EK in 1988.
- I Spaanse eilandengroep in de Middellandse Zee die een van de 17 autonome regio's van Spanje vormt.
- J Tot op heden de laatste bondscoach van de Rode Duivels op een WK.
- K **Laatste rustplaats?**
- L Tin.

39	6	78	45	60	10	25	71	24	51	93	A	
54	42	36	8	19	69	81	49	87	20	7	B	
43	50	38	43	15	72	31	32	22	89		C	
57	2	37	94	48	13	5	62	46	20		D	
7	52	58	35	92	80	56	28	83	60		E	
26	70	82	91	16	55	12	41	63			F	
15	29	53	14	73	27	86	9	40			G	
84	70	74	90	27	66	67	3	65			H	
30	18	4	64	88	77	85	34				I	
17	44	11	23	33	14	3					J	
1	76	21	68	4	79	59	75				K	
												L
										61	47	

1	2	3		4	5	6	7	8		9	10		11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23		24	25	26	27		28	29	30	31		32	33
34	35	36		37	38	39	40	41	42		43	44	45	46	47		48	49	50
51		52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69
	70	71	72		73	74	75	76	77	78		79	80	81	82	83	84	85	86
	87	88	89	90	91	92	93	94	?										

Sudoku

Om de sudoku op te lossen moet je op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heb je beide sudoku's opgelost, dan maak je kans op twee filmtickets als je de twee cijfers in de lichtgekleurde vakjes inzendt. Je oplossing stuur je voor 28 februari 2014 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Een opwarmertje

			4	8	1			7	3
								8	
3		9				2			
2	7				6				
4			2			5		9	
		6		5				4	
6	5								8
7	3			9	1		5		
			3			6			

Vies moeilijk

1									
8				1			9	5	
						3			
							8		
4				2				9	
	6		1	5			2		
		5	8			4			
			6						
9	4				3				