



PLUS sprak met Marc Van Damme
Verkoop is geen exacte wetenschap

Jubilarissen 2014



4

Interview met
Marc Van Damme



8

Nieuwe showroom voor
Agfa Graphics



13

Jobfit werkt!



14

Talent voor IT?



23

Safety first: information
security



24

Lees PLUS op je tablet



28

Zit je goed?



32

Het kompas van Agfa:
Asma Ouji



34

Buiten dienst:
Nicole Gielman

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@agfa.com.

Colofon



nr. 19 – oktober 2014



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

Karl Anthonissen, Eva De Herdt, Maria Dom, Nicole Gielman, Joachim Goffin, Tom Hendrickx, Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Herwig Neefs, Asma Ouji, Robin Truyen, Guy Vandecraen, Quentin van den Hove, Werner Vandeveldde

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

PLUS nr. 20 verschijnt eind december 2014



Edito

Beste collega,

De resultaten over het tweede kwartaal tonen dat we goed op weg zijn op het vlak van kostenbeheersing en vooral wat betreft de verbetering van de brutowinstmarge. Dankzij de efficiëntieprogramma's en het positieve effect van de grondstofprijzen konden we goede vooruitgang boeken in het verbeteren van de brutowinstmarge. Deze bedraagt nu 31,8 procent van de omzet. De recurrente EBITDA verbeterde tot 9,7 procent van de omzet. Dat is bijna het vooropgestelde doel van 10%. Door gerichte acties konden we ook de herstructureringskosten en niet-recurrente resultaten beperken tot een kost van 2 miljoen euro.

Dankzij deze inspanningen konden wij een nettowinst van 28 miljoen euro boeken. Bovendien waren we in staat om onze cash op een efficiënte manier te beheren, wat resulteerde in een aanzienlijke vermindering van de netto financiële schuld tot 176 miljoen euro, tegenover 299 miljoen euro op het einde van het tweede kwartaal van vorig jaar en 217 miljoen euro aan het einde van 2013.

In feite is onze belangrijkste zorg vandaag de structurele achteruitgang van onze omzet, de top line zoals we zeggen. Onze top line weerspiegelt de negatieve wisselkoerseffecten en de blijvend slechte economische omstandigheden in sommige delen van de wereld, waaronder de meeste groeimarkten. Om oplossingen voor dit probleem te vinden, moeten we al onze krachten in het bedrijf mobiliseren.

Uiteraard moeten we naar de markt trekken met de juiste kwaliteitsproducten. Zoals ik eerder al zei hebben we in de afgelopen jaren gewerkt aan de ontwikkeling van een aantal nieuwe producten voor onze groeisegmenten. Ik denk dat we nu over een gestroomlijnd, kwaliteitsvol portfolio van klantgerichte oplossingen beschikken. Dus is het tijd dat we deze oplossingen met succes op de markt brengen.

Daarom richt ik me in de eerste plaats tot onze verkopers. Zij moeten de (potentiële) klant van de kwaliteit van onze oplossingen overtuigen. Maar ik reken ook op onze servicemensen. Zij hebben, als geen ander, inzicht in de behoeften van onze klanten wanneer ze onze oplossingen bij de klant installeren of onderhouden. Deze informatie is van vitaal belang voor ons als we de juiste oplossingen voor onze klanten willen ontwikkelen.

Tot slot kunnen we allemaal een bijdrage leveren als we gefocust blijven op de kostenstructuur van onze activiteiten. Want als onze kosten laag blijven, kunnen wij onze oplossingen tegen concurrerende prijzen aan de klant aanbieden. Dit geldt in het bijzonder voor de groeimarkten, waar onze traditionele producten het grootste deel van onze activiteiten vormen.

Doordat onze financiële schuld zich op een zeer gezond niveau bevindt, kunnen we opnieuw actief op zoek gaan naar een aantal intelligente en gerichte overnames. Daarmee bedoel ik overnames die passen in onze groeistrategie, die redelijk geprijsd zijn en die op korte termijn rendabel zijn. Mogelijke investeringen moeten ons in staat stellen om ofwel onze marktpositie in specifieke markten waar we sterk staan te verhogen, ofwel om een bepaalde technologische kloof die we eventueel hebben in te vullen. Met andere woorden, mogelijke overnamedoelwitten moeten ons helpen onze positie te consolideren in de traditionele markten of om onze positie in gezondheidszorg-IT of in inkjet verder uit te bouwen.

Zo, dit zijn in een notendop de uitdagingen voor de komende maanden. Ik reken op eenieder van u om zijn of haar steentje bij te dragen aan de voortzetting van onze inspanningen tot kostenbeheersing en om de opgaande lijn van de resultaten van de afgelopen kwartalen te bevestigen.

Christian Reinaldo



**Marc Van Damme, VP Marketing
& Sales Specialty Products**

“Verkoop is geen exacte wetenschap”

Marc Van Damme vervoegde Agfa in 1991. Hij werkte sindsdien in de R&D-afdelingen van Agfa Graphics en Agfa Materials. Tot midden vorig jaar was Marc hoofd van het Materials Technology Center. Toen stapte hij over naar Specialty Products, waar hij de functie van VP Marketing & Sales overnam van Louis Kuitenbrouwer. Van het lab naar de markt, van de formules naar de procenten. Hoog tijd voor een nadere kennismaking.

PLUS: *Wat dacht u toen men u een jaar geleden vroeg om VP Marketing & Sales van Specialty Products te worden?*

MARC: Deze vraag kwam voor mij op het ideale moment. Na een carrière van meer dan 20 jaar in onderzoek en ontwikkeling was ik toe aan een nieuwe uitdaging. Het zakelijke aspect – of het ‘business doen’ zoals ik het wel eens noem – van een onderneming heeft me altijd sterk geboeid. Ik wou bovendien wel eens ondervinden wat het was om zelf de markt op te gaan met de nieuwe producten die we voor SP hebben ontwikkeld. De stap van O&O naar marketing en sales was voor mij dus een logische stap in mijn carrière.

PLUS: *Hoe verliep die overgang?*

MARC: Het was een grote verandering. Ik werd geconfronteerd met een nieuwe organisatie, met voor mij nieuwe markten en klanten. Gelukkig had ik het voordeel dat ik vanuit mijn technische achtergrond in O&O het product-assortiment van SP goed ken. De eerste vier maanden heb ik me vooral geconcentreerd op het leren kennen van de SP-organisatie en van de medewerkers in Mortsel en in onze Aziatische verkooporganisaties. Daarnaast heb ik er een punt van gemaakt om onze belangrijkste klanten te bezoeken. Door met de klanten te praten, leerde ik hun noden kennen en kreeg ik een beter inzicht in hoe we onze productaanbod kunnen verbeteren.

PLUS: *Wat is er veranderd sinds een jaar geleden?*

Hebt u eigen accenten gelegd?

MARC: Ik heb een aantal organisatorische herschikkingen doorgevoerd die de strategie van SP beter moeten ondersteunen. Eén ervan is de heroriëntatie van de organisatie rond de drie business units: Classic Film, Functional Foils en Advanced Coatings & Chemicals. De drie units hebben duidelijke eindverantwoordelijkheden. Daarnaast wil ik via een multidisciplinaire projectaanpak meer focussen op groei- en rentabiliteitsinitiatieven. Als derde punt is het versterken van de marktontwikkelingcompetenties in het hoofdkantoor-team belangrijk om te kunnen groeien met onze nieuwe producten. En last but not least wil ik er een prioriteit van maken om nieuwe businessopportunities voor SP te identificeren. Zo zoeken we onder andere naar nieuwe toepassingen voor onze membranen voor de productie van waterstof.

PLUS: *Hoe ziet de strategie van Specialty Products er nu uit?*

MARC: Een belangrijk onderdeel van onze strategie is gericht op het gepast omgaan met de inkrimping van de bestaande fotografische filmmarkten. Enerzijds willen we de posities die we hebben met de traditionele fotografische film zo goed mogelijk consolideren. Dit doen we via eigen verkoopkanalen – zoals met de film voor het vervaardigen van gedrukte schakelingen – of door het produceren van film voor derden.

Onze overeenkomsten met General Electric voor NDT-film en met Eastman Park Micrographics voor microfilm zijn hier goede voorbeelden van.

Daarnaast willen we nieuwe en duurzaam groeiende activiteiten opbouwen op basis van onze kerncompetenties op het gebied van PET, coatings en chemie. Bij voorkeur kiezen we voor B2B-markten die voldoende groot zijn en die toegankelijk zijn voor onze eigen verkoopkanalen. Het volledige Synaps-assortiment van synthetisch papier, bijvoorbeeld, produceren we op onze PET-machines. We brengen ze op de markt via grote dealers. Het feit dat de omzet voor deze producten de laatste drie jaren met gemiddeld ongeveer 30 procent stijgt, bewijst het succes van deze aanpak.

PLUS: *Wat zijn de sterke troeven van Specialty Products?*

MARC: We hebben een sterke verkooporganisatie in Azië, met directe vertegenwoordiging in China, Japan, Taiwan en Zuid-Korea. Juist in deze regio is de markt voor de productie van gedrukte elektronica en zonnepanelen geconcentreerd. Met de nieuwe producten zoals onze geleidende nanozilverinkten (*) en onze backsheets voor zonnepanelen richten we ons voluit op deze groeiemarkten. De aanwezigheid van ons verkoop-team in deze landen is dus een grote troef. Daarnaast ben ik ervan overtuigd dat we binnen Agfa zeer sterk zijn in het ontwikkelen van nieuwe materialen. We moeten onze kennis optimaal inzetten om voor de klant producten te maken met de juiste prijs en kwaliteit. Kennis van markt, klanten en producten is essentieel voor het slagen van onze strategie.

PLUS: *Wat is volgens u het grootste werkpunt voor uw afdeling?*

MARC: De markten voor de traditionele producten kennen we als onze broekzak. Maar nu komen we met onze nieuwe producten in markten die we niet zo goed kennen. Denk maar aan de zonnepanelensector. Ook de sector van de gedrukte elektronica die we met onze nanozilverinkten betreden, ligt buiten onze comfort-zone. We moeten onze kennis van die markten nog vergroten om er succes te kunnen oogsten.

“Kennis van markt, klanten en producten is essentieel voor het slagen van onze strategie”

(*) Zie PLUS nr. 17 voor meer info over de nanozilverinkten en hun toepassingen.



PLUS: *Is er een verschil tussen werken in een onderzoeksafdeling en werken in een verkoopafdeling?*

MARC: Het zijn verschillende werelden. In een O&O-afdeling volg je een bepaald traject om een nieuw product te ontwikkelen. Het werk is heel sterk op feiten en resultaten gebaseerd. Je zet op basis van logisch redeneren volgende stappen die uiteindelijk naar het eindproduct leiden. In Marketing & Sales spelen emoties een veel grotere rol. De klant baseert zijn keuze niet alleen op feiten. Hoe het product aan hem gepresenteerd wordt speelt een rol. Ook het imago van het bedrijf en de persoonlijke contacten spelen mee. Verkoop is geen exacte wetenschap. Ik had op dat vlak weinig praktische ervaring. Dankzij klantenbezoeken kon ik ervaren hoe klantenrelaties opgebouwd worden en hoe het verkoopproces in elkaar zit. Ik begin deze wereld nu beter te begrijpen. Anderzijds probeer ik vanuit mijn ervaring in O&O toch een zekere mate van procesmatig werken in mijn nieuwe afdeling te introduceren. Dat kan verkopers helpen om hun kansen bij een potentiële klant te bepalen en om de beste verkoopopportunities te identificeren.

PLUS: *Van welke van de toekomstgerichte producten verwacht u het meest?*

MARC: Producten als Synaps en Orgacon hebben succes. Hun omzet groeit. Ik verwacht ook heel wat van de backsheets voor zonnepanelen. Deze producten

sluiten mooi aan bij onze competenties en ons productieapparaat. Ondanks de recente moeilijkheden in deze sector, denk ik dat de markt voor zonnepanelen nog een groot groeipotentieel heeft. Onze nanozilverinkten zijn ook nieuw, ook zij zijn gebaseerd op onze kerncompetenties. We werken al meer dan honderd jaar met zilver. Voor deze inkten zijn er heel wat mogelijke toepassingen denkbaar. Op het vlak van Security komen we met een aantal nieuwe PETix-materialen die laserbeschrijfbaar zijn. Met deze materialen willen we proberen om op termijn een aantal grote contracten in de sector van de identiteitskaarten binnen te halen. Kaarten op basis van PET-materialen zijn trouwens veel duurzamer dan de meeste kaarten die tegenwoordig gebruikt worden.

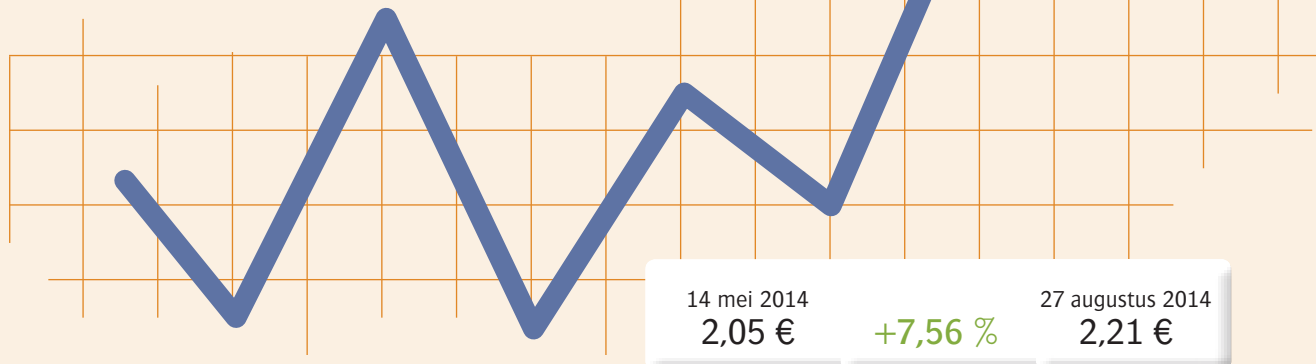
PLUS: *U hebt ongetwijfeld een zeer druk jaar achter de rug. Rest er nog voldoende tijd voor andere activiteiten buiten Agfa?*

MARC: Het inwerken in mijn nieuwe functie heeft inderdaad veel tijd en energie gevraagd. Toch vind ik het belangrijk om voldoende tijd vrij te maken voor ontspanning met mijn familie en vrienden. Samen met vrienden een goed glas wijn drinken en wat bijpraten doet altijd deugd. Ook van joggen met mijn zoon en van de wekelijkse zondagrit met wielerved 'De Stieweg' kan ik echt genieten. Die dingen geven me steeds weer ongelooflijk veel energie om er weer tegen aan te kunnen gaan.



De koers

Enmaal per kwartaal geeft PLUS u 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.



Resultaten met een zilveren randje

Agfa's tweedekwartaalresultaten verrasten de analisten die onze onderneming volgen in positieve zin. De brutowinstmarge verbeterde onder stimulans van de efficiëntieprogramma's en de gunstige zilver- en aluminiumprijzen verder tot 31,8% van de omzet. De recurrente EBITDA bereikte net niet de doelstelling van 10% van de omzet. De nettowinst ging met 28 miljoen euro eveneens flink boven de verwachtingen. De vermindering van de netto financiële schuld tot 176 miljoen euro werd uiteraard ook als positief ervaren.

Niets dan positieve geluiden dus? Niet helemaal. Analyst Emmanuel Carlier (ING) vraagt zich af of Agfa blijvend een recurrente EBITDA van 10% kan realiseren. Het feit dat een belangrijk deel van onze activiteiten structureel dalend is, doet hem twijfelen. Bovendien ziet hij ook heel wat externe zaken die een negatieve invloed kunnen hebben: grondstofprijzen, (overheids-) besparingen en wisselkoersen.

Guy Sips (KBC Securities) is gecharmeerd door het positieve resultaat van inkjet dat met zijn nieuwe grootformaatprinters een rendabele omzetgroei kon realiseren in een toch zwak investeringsklimaat. Ook het aandeel in de omzet van de inkten voor industriële toepassingen stijgt. In HealthCare

compenseren de gerichte efficiëntieprogramma's en de gunstige grondstofprijzen in ruime mate de negatieve wisselkoers- en mixeffecten.

Stefaan Genoe (Percam) is tevreden dat de resultaten van het tweede kwartaal beter zijn dan die van wat hij noemt 'het vreselijke' eerste kwartaal. Ook hij wijt de verbetering grotendeels aan de gunstige invloed van de grondstofprijzen, een invloed die hij geleidelijk aan ziet krimpen in de volgende kwartalen. Voor hem zijn de positieve uitschieters de bijdrage van de efficiëntieprogramma's aan de brutowinstmarge en de gunstige evolutie van de inkjetactiviteiten. De verdere afname van de traditionele filmvolumes blijft een risicofactor.

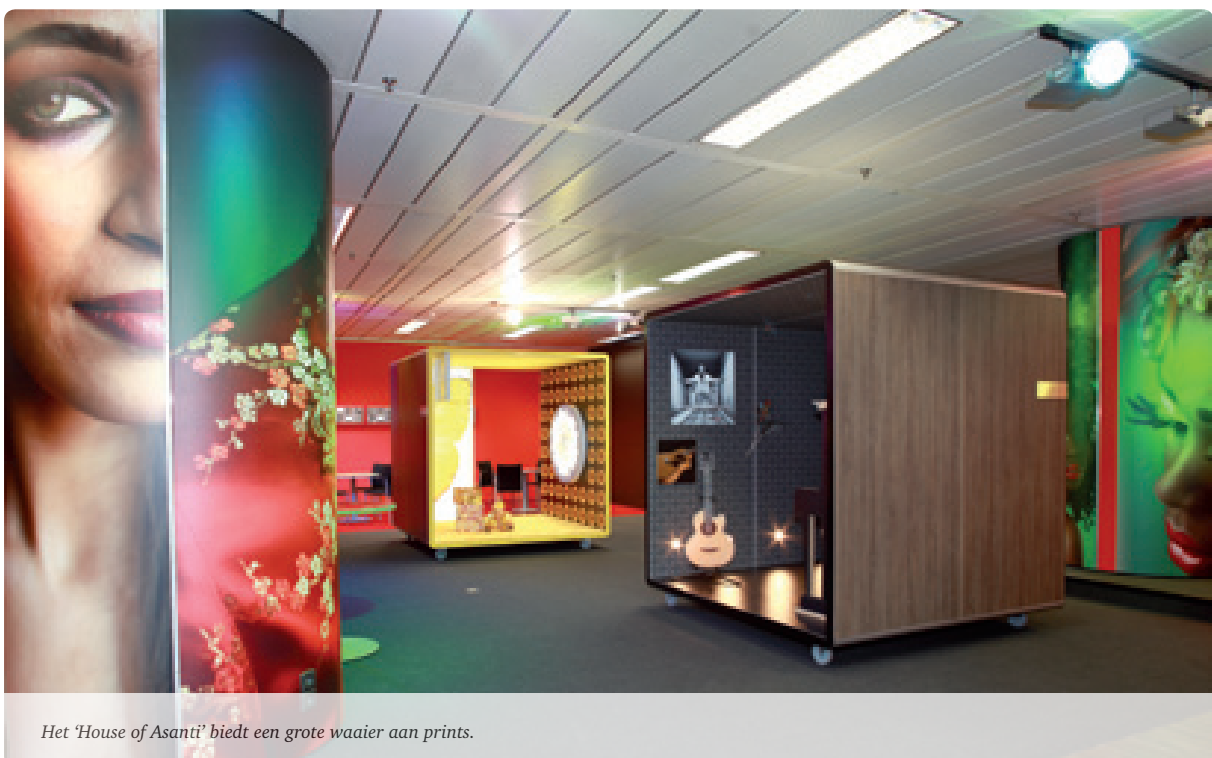
Al deze elementen zetten de analisten ertoe aan om hun klanten-investeerdere een 'Hold'-advies voor Agfa mee te geven. Vorig kwartaal adviseerden zij nog het Agfa-aandeel eerder af te bouwen. Dit toont nog maar eens aan hoe snel de perceptie in de markt kan omslaan. Agfa heeft daarom nood aan een reeks positieve kwartalen. Het recept hiervoor is duidelijk: enerzijds voortgaan op de ingeslagen weg wat betreft de kostenbeheersing en de verbetering van de marges en anderzijds werk maken van de broodnodige stijging van de omzet.

Nieuwe showroom

Op 3 juli opende Agfa Graphics – na een aantal maanden van hard werk achter de schermen – haar vernieuwde showroom op het gelijkvloers van gebouw 58. Hier worden klanten en relaties van Agfa Graphics ontvangen en ondergedompeld in de wereld van de grafische vormgeving en druktechnologie.

De nieuwe showroom werd met de nodige luister voorgesteld. 150 geïnteresseerde collega's woonden de officiële opening bij. Agfa Graphics' President Stefaan Vanhooren schetste de historische achtergrond van de ruimte die, sinds de opening van gebouw 58, altijd een vormingsfunctie heeft gehad. Hier huisde vroeger immers het grafische trainingscentrum en later het democentrum voor de drukplaten en de prepress-producten. De nieuwe focus op de inkjetmarkten en op software liggen aan de basis van de vernieuwing.

De nieuwe showroom is meer dan ooit een ontmoetingsruimte met uitgebreide voorzieningen voor bedrijfs- en productvoorstellingen. De vernieuwde VIP-ruimtes nodigen uit tot gefundeerde gesprekken. Demonstraties van machines gebeuren niet meer in de showroom maar in de respectieve democentra voor prepress en inkjet. Alleen voor software zullen er nog productdemonstraties georganiseerd worden; op twee schermen in het theater voor grotere groepen of in de VIP-ruimtes voor een kleiner publiek. Bijzonder indrukwekkend in de nieuwe showroom is het 84 inch-aanraakscherm, dat gebruikt wordt voor het geven van interactieve presentaties over de toestellen en de business van Agfa Graphics.



Het 'House of Asanti' biedt een grote waaier aan prints.

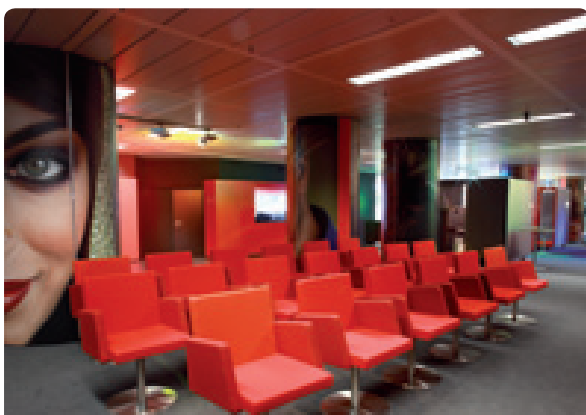
voor Agfa Graphics



Agfa Graphics' President Stefaan Vanhooren schetst de geschiedenis van gebouw 58 en het belang van de nieuwe showroom.

De collega's die de opening bijwoonden waren onder de indruk van het applicatiegedeelte, dat de mooiste toepassingen van inkjettechnologie bij elkaar brengt in een esthetisch geheel. Deze 'touch & feel'-ruimte spreekt ook tot de verbeelding van veel van onze klanten. Elke kubus bevat samples van inkjetdrukwerk op een uitgebreide waaier van substraten: glas, dibond, hout, leer, spiegels, karton, papier, pvc, vloerbedekking, tapijten, stof, ... Ook de prepress-toepassingen zijn vertegenwoordigd met boeken, kranten, magazines, ...

Heel wat aanwezigen wonnen een grootformaatafdruk van hun eigen foto na het invullen van enkele quizvragen of een ticket om met hun gezin de '200 Greatest Paintings'-tentoonstelling in Rotterdam te bezoeken (www.200greatestpaintings.nl). Deze tentoonstelling is een prestigeproject waar Agfa Graphics' technologie gekozen werd voor de realisatie van de tentoongestelde kunstwerken.



Hier worden de softwaredemo's gegeven.



Collega Gerrit Gijzens legt het grafische proces uit op het nieuwe 84-inch reuze-touchscreen.



Nieuwe DX-D 400 versterkt Agfa-positie

Net voor de zomer, tijdens het Duitse radiologiecongres (DRK) in Hamburg, stonden de schijnwerpers gericht op het nieuwe DX-D 400-systeem voor digitale radiografie. Deze nieuwe modaliteit is een volledig eigen Agfa HealthCare-ontwerp. Het wordt in Peissenberg, Duitsland, geassembleerd.

Grote troeven van de DX-D 400 zijn de flexibele configuratie en het feit dat de modaliteit zowel met CR als DR uitgerust kan worden. Op die manier biedt Agfa HealthCare haar klanten de mogelijkheid de opstelling te kiezen die het best past bij hun specifieke noden. De installatie van het systeem – dat geen dure plafondstructuur nodig heeft – is eenvoudig en bijgevolg kostenefficiënt.

De reactie van de klanten is alvast veelbelovend. Vooral de gemakkelijke positionering van de patiënt en de veiligheidselementen van de zwevende tafel worden erg geapprecieerd. Dit apparaat komt uiteraard met de gekende MUSICA-beeldverwerkingssoftware van Agfa.

AZ Groeninge kiest opnieuw voor Agfa

Het AZ Groeninge – het resultaat van een fusie van vier ziekenhuizen in Kortrijk – is een groot regionaal ziekenhuis met internationale uitstraling. Het slaagde er immers in om in 2013 als eerste niet-universitaire ziekenhuis in de Benelux het kwaliteitslabel te behalen van de Joint Commission International. Dat is een Amerikaans kwaliteitslabel voor patiëntveiligheid en zorgkwaliteit. De accreditatie onderstreept hun toewijding aan kwaliteit en innovatieve technologie.

De nieuwe overeenkomst met Agfa HealthCare omvat IMPAX, ICIS View, ICIS VNA en IMPAX Business Intelligence. Het is de bevestiging van een langlopende samenwerking.

Agfa zal zowel de hardware als de software beheren, met onder andere monitoring van de beschikbaarheid en performantie van het lokale netwerk en servers, maar ook het beheer van de databases en back-ups. Een sterk partnership en de beschikbaarheid van de service en support waren van doorslaggevend belang bij de keuze voor Agfa. Dr. Olivier Vanovermeire, hoofd van de medische beeldvorming, vat het als volgt samen: “Agfa is een bedrijf met een solide structuur en een bewezen expertise in medische beeldvorming. Het bedrijf is een betrouwbare partner en dat is belangrijk voor onze toekomst.”

Agfa HealthCare Belux @ Hercules Trophy

Met veel ‘goesting’ en een goede team spirit stonden 14 collega’s van Agfa HealthCare Belux half juni in Mechelen aan de startlijn van de Hercules Trophy, een inter-bedrijvencompetitie gericht op sport, entertainment en teambuilding. Hun dagprogramma: 12 beproevingen – met veelbelovende namen als Highland Games, Bumper Balls en F1 Challenge – en hopen pret.

Patrick Marstboom, Sandra Froidmont, Bart Lens, Joachim Goffin, Alex Deconynck, Inge Verniers, Hafid Ghannouti, Patrice Blanchard, Daisy Servaes, Frie Van den Brande, Pieter Bettens, Francis Michels, Gaëlle Le Clef en Laurent Brouhon gaven het beste van zichzelf. Tim Van de Vliet en Ingrid Merckx moedigden niet alleen de teams aan maar waagden ook hun kans op de petanquebaan.

Onze twee teams eindigden in de helft van het klassement. Een prestatie om trots op zijn!



Jobfit werkt!

In onze huidige, steeds veranderende maatschappij krijgen lichamelijke en geestelijke fitheid heel wat aandacht. Wellness- en fitnesscentra floreren als nooit te voren. Een gezonde geest in een gezond lichaam, je kent de uitdrukking wel. Mensen trachten zich ook op persoonlijk vlak verder te ontplooiën: creativiteit, handvaardigheid, spiritualisme, ... Het aanbod aan boeken, opleidingen en workshops is oneindig. Maar ook op het vlak van onze professionele loopbaan – die uiteindelijk toch een goede veertig jaar van ons leven omvat – moeten we fit blijven. Het is de beste manier om met de voortdurende veranderingen in de maatschappij om te gaan en een goed evenwicht tussen je werk en jezelf als persoon te realiseren.



Een van de initiatieven die daarbij kunnen helpen is loopbaancoaching. Het is een initiatief dat inmiddels al zo'n twee jaar op Agfa loopt. Het is echter geen uniek Agfa-gegeven. Loopbaancoaching vind je bij tal van bedrijven terug. En ook de overheid en de sociale partners zijn met het onderwerp begaan. Denk maar aan de loopbaancheques van de overheid waarmee je een nieuwe wending of een verdere uitbouw van je loopbaan kan onderzoeken.

Jobfit

Jobfit. Onder die noemer promoot het *Loopbaan Coaching Center* van HR haar diensten op dit vlak. Het uitgangspunt is dat het tegenwoordig meer dan ooit belangrijk is dat je als medewerker permanent aan je professionele ontwikkeling en inzetbaarheid blijft werken. Door een optimale inzetbaarheid ben je beter in staat om je werk te behouden, nieuw werk te vinden of je loopbaan verder te ontwikkelen. Een optimale inzetbaarheid betekent dus heel concreet dat je maximaal meegroeit met de veranderingen in je vakgebied en in je bedrijf.

De idee dat je ergens begint te werken in een bepaalde functie met de zekerheid dat je dertig jaar later nog steeds in diezelfde functie bij diezelfde werkgever kan werken, is achterhaald. De wereld verandert zeer snel. De arbeidsmarkt, de algemene economie, technologie en onderzoek, mobiliteit, ... Alle domeinen van onze samenleving zijn onderhevig aan die evolutie. Het is dus logisch dat je loopbaan die evolutie volgt. Dat betekent ook dat je je loopbaan – meer dan vroeger – zelf moet sturen om ze met succes te kunnen uitbouwen. Dat is niet voor iedereen even evident. Vandaar dus het coaching concept.

Een coach is altijd aanspreekbaar om je bij te staan in het proces van je loopbaanontwikkeling. Hij of zij bespreekt met jou je situatie, houdt je indien nodig een spiegel voor, reikt je tools aan en helpt je met het maken van bepaalde keuzes of het nemen van beslissingen. Hij of zij is echter niet de persoon die voor jou gaat bepalen wat of hoe je iets moet doen. Als werknemer gaat het initiatief van jou uit. Het is ook een vrije keuze om een beroep op loopbaancoaching te doen.

Voor wie?

Binnen het concept loopbaancoaching onderscheiden we drie groepen kandidaten. De eerste groep zijn diegenen voor wie het van essentieel belang is om een nieuwe baan te vinden. Hun huidige functie staat op de helling. Hun contract werd beëindigd of zij kregen het nieuws dat het bedrijf afscheid van hen neemt. Zij moeten dus op zoek gaan naar nieuwe mogelijkheden. HR nodigt hen daarom proactief uit en zal hier ook nadrukkelijker aan begeleiding doen.

De tweede groep is uit zichzelf al hard met zijn loopbaanontwikkeling bezig. Hen hoeven we het concept loopbaancoaching niet uit te leggen. Zij hebben zelf het initiatief genomen om hun loopbaan al dan niet binnen Agfa verder uit te bouwen of een nieuwe wending te geven. Loopbaancoaching kan hen hier bij helpen.

De laatste groep zijn werknemers die einde loopbaan zijn. Door de maatschappelijke noodzaak om langer te

werken, moeten we ook voor deze categorie werknemers de nodige ondersteuning bieden tijdens de laatste jaren van hun loopbaan. Deze collega's worden daarom zeer gericht aangeschreven en uitgenodigd voor een eindloopbaangesprek. Met succes, want nagenoeg iedereen gaat op deze uitnodiging in. Samen bekijkt men de mogelijkheden om de resterende periode tot aan het pensioen nuttig te overbruggen.

De nadruk van dit artikel ligt vooral bij de loopbaancoaching die HR kan aanbieden. Men kan echter om verschillende redenen verkiezen om extern de nodige begeleiding te zoeken. Dat kan tegen betaling, en met behulp van de loopbaancheques van de overheid. Voor een goed overzicht van externe bedrijven of organisaties kan je terecht op de website van de VDAB.

Heb je nog vragen over loopbaancoaching, dan vind je op de Jobfit-pagina's (onder Learning & Development van HR Benelux) op het intranet nog heel wat nuttige info en links.



Het Loopbaan Coaching Center-team

Alle HR-managers en ook de loopbaancoaches hebben twee jaar geleden de opleiding van loopbaancoach gevolgd. Bovendien is het niet louter een Mortsel-aangelegenheid. Momenteel lopen er ook verschillende acties om het Jobfit-concept internationaal uit te rollen.

Voor interne loopbaanbegeleiding met een Agfa-coach neem je best contact op met je HR-Manager. Deze dienst is gratis. Je hebt dus geen loopbaancheques nodig.

Hier een overzicht van de loopbaancoaches binnen Agfa.
Caroline Vanwanseele, Els Van den Bossche, Robin Truyen,
Ronny Duwyn

HR-managers:

- Agfa HealthCare: Isabel Criel, Leen Wauters, Christine Bertels;
- Agfa Graphics: Anneke Van den Bulck, An De May;
- Agfa-Gevaert NV: Dirk Van Peer, Conny Wenselaer, Sandy Vandewalle, Carine Van Weert en Robin Truyen.

Externe loopbaancoaches

Wil je liever werken met een extern loopbaancentrum? Dat kan ook. Op de website van de VDAB vind je de nodige informatie: <http://www.vdab.be/loopbaancheques>.

Jobfit werkt!

Dat Jobfit niet louter een mooie theorie is, maar dat het ook daadwerkelijk werkt, bewijzen onderstaande getuigenis van collega's Tom Hendrickx en Joachim Goffin. Zij gaven hun loopbaan een nieuwe wending met de hulp van loopbaancoaching.



Tom Hendrickx

Business Process Office Manager Agfa Graphics

Van begin 2008 tot midden 2013 was ik actief als projectmanager voor de Belux service-organisatie van Agfa HealthCare. In deze functie coördineerde ik de implementatie van onze Radiologie-IT oplossingen. Mijn ervaring in de kritische en veeleisende ziekenhuisomgeving maakte dat ik me verder wilde verdiepen in de bedrijfsprocessen achter IT.

Wanneer midden 2013 de functie Business Process Office Manager binnen Agfa Graphics beschikbaar kwam, zag ik hierin een kans. Het was wel geen eenvoudige keuze. Ik zou immers de vertrouwde IT-wereld achter me laten en ruilen voor een nieuwe zakelijke omgeving. Niet evident. Maar deze nieuwe functie zou me toelaten een goed inzicht te krijgen in alle facetten van de bedrijfsvoering.

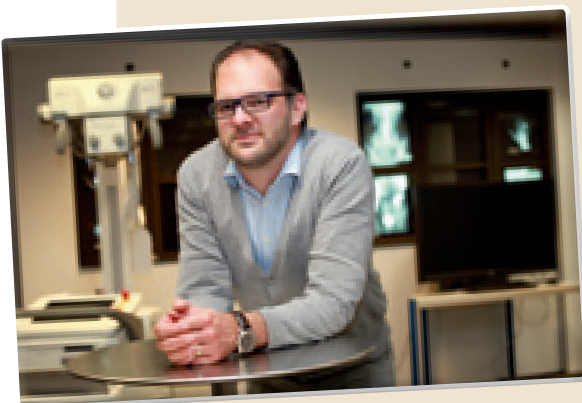
Met de hulp van mijn HR-manager als coach heb ik de stap uit mijn comfortzone gezet. Een jaar later ben ik des te meer overtuigd dat ik de juiste keuze gemaakt heb. Ik beschouw deze verandering trouwens ook niet als een carrièreswitch. Ik zie het veeleer als een middel om mijn professionele ambities na te streven.

Hiertoe heb ik inmiddels bijkomende studies aangevat om me nog verder in de materie te verdiepen.

Een multinationale en multidisciplinaire organisatie zoals Agfa biedt verschillende loopbaanperspectieven.

Door je professionele doelstellingen duidelijk te benoemen, kan je deze mogelijkheden ten volle benutten.

Ik ben ervan overtuigd dat je hierdoor zowel je eigen toekomst als die van het bedrijf aanzienlijk kan versterken.



Joachim Goffin

Team Lead Global ORBIS Application

Na acht jaar in de non-profitsector te hebben gewerkt, heb ik vier jaar geleden de keuze kunnen maken om de overstap naar de profitsector te maken.

Ik had en heb een gezonde ambitie, maar het was moeilijk om juist aan te duiden waar ik zelf naartoe wou groeien. Daarom stapte ik in overleg met mijn manager naar HR om de mogelijkheden te bespreken. Hier kreeg ik een coach die me, met behulp van verschillende oefeningen en vragen, liet nadenken over mijn loopbaan.

Je krijgt dus binnen het bedrijf de kansen om te groeien, maar je krijgt ze niet zomaar aangeboden. Er wordt een inspanning van jou verwacht. Je dient zelf verantwoordelijkheid te nemen en aan te geven dat je verder wil groeien. Wat me bijblijft was dat er ernstig geluisterd wordt en er effectief ook een gevolg aan wordt gegeven.

Dankzij de nodige opleidingsmogelijkheden, intern en extern, heb ik de kans gekregen om door te groeien in een functie die me echt bevalt.

Je hebt ze misschien al gezien op onze parkeerterreinen of misschien ben je ze onderweg al eens tegengekomen: de auto's van de twee Young Graduates van de Belgische Sales & Service-organisatie van Agfa HealthCare. De twee dienstwagens hebben immers een opvallende, toffe bestickering die andere pas afgestudeerde IT-ers moet aansporen om ook te solliciteren bij Agfa HealthCare.

Talent voor IT?

Young Graduates Programme zet Agfa HealthCare op de IT-kaart

Op de arbeidsmarkt is het tegenwoordig niet evident om getalenteerde en gemotiveerde IT-ers aan te trekken. De 'war for talent' is iets waar de aanwerbers bij Agfa HealthCare dagelijks mee geconfronteerd worden. Pas afgestudeerde softwareontwikkelaars, IT-projectmanagers of support engineers worden verleid door de grote consultancy-bedrijven met een jong en dynamisch imago, terwijl Agfa HealthCare bij deze jonge talenten vaak onbekend blijft als werkgever. En dit terwijl er toch honderden IT-specialisten dagelijks aan de slag zijn in de meest uitdagende IT-omgevingen en meewerken aan de ontwikkeling, implementatie en ondersteuning van Agfa HealthCare's IT-oplossingen.

Een klassiek geval van onbekend maakt onbemind. Dus werd het tijd voor de collega's van HR om het imago op te poetsen. Samen met de collega's van Sales en Service werd een niet te weerstaan job-aanbod gecreëerd: het *Young Graduates Programme*. Els Van den Bossche, HR Staffing and Recruiting Specialist, Leen Wauters, HR Business Partner, en Tim Van de Vliet, Service

Manager IT Belux - Ent IT UK, zijn de sturende krachten van het project.

Tim Van de Vliet: "Het *Young Graduates Programme* biedt pas afgestudeerde IT-ers de kans om in een jaar tijd drie verschillende functies uit te oefenen. Vier maanden lopen ze mee in het Operations-team en werken ze bij de klanten. Daarna werken ze vier maanden in *remote support*. Het programma sluit af met vier maanden in pre-sales. Het uitgangspunt van het programma is dat je als pas afgestudeerde nog niet onmiddellijk weet welke functie binnen IT je het liefst wil uitvoeren. Door de drie verschillende functies te doorlopen, krijg je een veel duidelijker beeld van de hele workflow en ervaar je welk aspect je het meest bevalt. Voor Agfa is het de ideale manier om de sterktes van de deelnemers beter te leren kennen."

Els Van den Bossche vult aan: "De Belgische Sales & Service-organisatie maakt uiteraard deel uit van het grotere Agfa HealthCare-geheel, maar heeft de dynamiek van een KMO. Het leek ons de perfecte plaats om dit jonge talent een eerste ervaring te laten opdoen. Nieuw bloed in de business, gecoacht door een ervaren team dat hen enthousiast begeleid, een mooie combinatie."

Voor het zover was, moesten er natuurlijk geïnteresseerde kandidaten gevonden worden. Via jobbeurzen voor IT-ers, websites van universiteiten en enkele nieuwe kanalen werd het programma bekend gemaakt bij de doelgroep. Els gaat voort: "Wat zeker ook bijgedragen heeft tot het succes, was de 'Meet & Greet' die Agfa HealthCare organiseerde. We vroegen geïnteresseerde kandidaten om ons hun kandidatuur en CV op te sturen. Vervolgens werden de meest geschikte kandidaten uitgenodigd om in Mortsel kennis te maken





Young Graduates Francis Michels en Dorien Vervoort hebben bij Agfa HealthCare een boeiende IT-omgeving ontdekt, niet in het minst dankzij de begeleiding van collega's Koen Saerens en Tim Van Vliet.

met de collega's van HR, van de afdeling en met het management. Op enkele uren tijd hebben we hen niet enkel Agfa HealthCare en onze IT-oplossingen in detail voorgesteld, maar meteen ook sollicitatiegesprekken georganiseerd en de kandidaten laten spreken met collega's. Bovendien konden ze zelf meteen aan de slag met enkele van de IT-toepassingen."

Dorien Vervoort en Francis Michels zijn intussen al enige tijd aan boord van de Belux Sales & Service organisatie als Young Graduates. We gingen uiteraard ook eens bij hen luisteren naar hun ervaringen.

Dorien: "Eerlijk gezegd, voor ik solliciteerde, kende ik Agfa helemaal niet. Als pas afgestudeerde IT-er kwamen allerhande IT-functies op me af, maar ik zag door de bomen het bos niet meer. Zonder werkervaring is het heel moeilijk om te weten welke functie je nu het beste ligt. Maar ik was erg geïnteresseerd in biomedische technologieën en een klasgenoot raadde me aan bij Agfa HealthCare te solliciteren. Ik nam deel aan de 'Meet & Greet' en de demonstraties die ik daar kreeg, hebben me overtuigd. Gelukkig was de interesse wederzijds. Ik heb het me dan ook nog geen minuut beklagd. De verschillende functies en de begeleiding door ervaren collega's vind ik echt een grote troef."

Francis: "Het *Young Graduates Programme* is een ideale manier om stap voor stap kennis te maken met de HealthCare IT-wereld. Door meteen bij de klanten te gaan, kreeg ik al heel snel inzicht in de echte workflow van een ziekenhuis. Die kennis kon ik meteen inzetten tijdens de maanden in *remote support*. En in de laatste fase, in pre-sales dus, heb ik de opgedane technische

kennis en ervaring gebruikt bij het uitdenken van technische opstellingen voor projecten. En waar ik aanvankelijk eerder meeliep met de experts, kon ik steeds meer en meer de opgedane kennis praktisch toepassen. Het is voor mij echt de ideale manier om op een goed begeleide manier kennis te maken met de HealthCare IT-markt en te ontdekken welke richting ik verder wil uitgaan."

De leasingwagen met de sprekende Agfa HealthCare-bestickering is een mooie extra voor de twee Young Graduates. Agfa HealthCare duidelijker positioneren als werkgever voor getalenteerde IT-ers, daar gaat het hem om. Niet enkel tijdens de werkuren, maar ook in hun vrije tijd komen onze Young Graduates in contact met veel gelijkgestemden. De auto is dus een ideale drager om de boodschap te verspreiden en bijkomende kandidaten aan te trekken".

Tim besluit: "Na het succes van de eerste editie hebben we dit voorjaar een tweede editie gestart, ook weer met een 'Meet & Greet'. En ook nu weer kregen we erg enthousiaste reacties en hebben we een goede kandidaat gevonden." Els besluit: "Inderdaad, de feedback na het eerste programma van zowel de Young Graduates als van de business was erg positief, zowel voor het jonge talent als voor de ervaren business managers. En vermits er nog steeds een vraag was naar jong IT-talent, hebben we een tweede editie opgestart. Cruciaal bij het uitrollen van een Young Graduates Programme is een goede match tussen het gezochte profiel, de mogelijkheid tot rotatie en de support en coaching door het management. Een win-win-situatie voor iedereen!"





Jubilarissen feest

2014

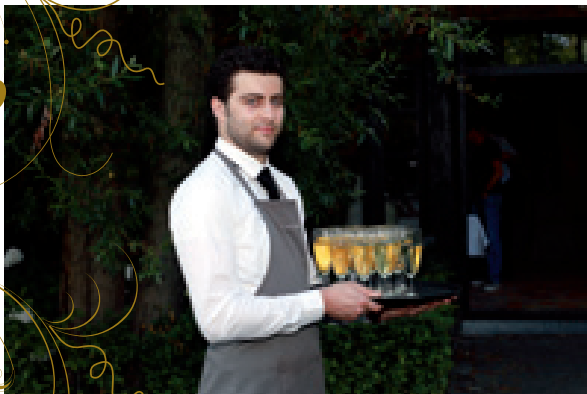
Vrijdag de dertiende heeft voor velen een negatieve bijklank. Echter niet zo voor onze jubilarissen die zich op die dag in juni aanmelden op het jaarlijkse feest in zaal De Jachthoorn in Kontich.

Ook dit jubilarissenfeest verliep volgens de nieuwe, meer informele formule waarmee vorig jaar werd gestart. De overgang van lente naar zomer stond ook nu weer garant voor een mooie avond waar onze gasten werden onthaald op een sfeervolle tuinreceptie, gevolgd door een *walking dinner*. De ideale gelegenheid om met de collega's van het eerste uur terug te kijken op de vele dienstjaren.

Dit jaar telden we 286 jubilarissen, waarvan 17 collega's met liefst 40 dienstjaren. 269 jubilarissen werden gehuldigd voor hun 25 dienstjaren bij Agfa.

Ook nu weer tekende Materials voor het leeuwendeel: 183 collega's om precies te zijn. Graphics en HealthCare telden respectievelijk 46 en 25 gehuldigten. De Corporate Centers en de Global Shared Services telden samen 22 jubilarissen.

Op de volgende pagina's vind je een foto-impressie van het feest en een samenvatting van de feestrede van CEO Christian Reinaudo.



CEO Christian Reinaudo wees in zijn toespraak op het belang van het jaar 2014 voor de toekomst van Agfa: “2014 is het laatste jaar van een cyclus van drie jaar. In 2011 verlengden we met succes de voorwaarden waaronder de banken geld lenen aan onze onderneming. In juni 2015 moeten we de huidige obligaties echter terugbetalen en in juni 2016 loopt het automatisch doorlopend krediet af. Het is van cruciaal belang dat we in de tussenliggende jaren degelijke prestaties leveren. De banken zullen deze resultaten immers als maatstaf gebruiken om te bepalen of en onder welke voorwaarden ze onze activiteiten blijven financieren. In dat opzicht is het bemoedigend dat we de laatste kwartalen onze voorraden onder controle konden houden en sterke kasstromen konden genereren. Daardoor konden we onze schulden afbouwen.”





Vervolgens wees Christian Reinaldo op het belang van de rendabiliteit als waardemeter voor onze financiers: “We moeten op de middellange termijn een recurrent EBITDA-percentag e van meer dan 10 procent halen. Wie de infotour over het eerste kwartaal gevolgd heeft, weet dat we daar nog een eind vandaan zijn. We zullen daarom ook dit jaar op de kosten moeten blijven letten. Het is immers vooral dankzij onze efficiëntie-programma’s en dankzij de vermindering van de reorganisatiekosten dat we in het eerste kwartaal een positief nettoresultaat konden boeken. We moeten koste wat het kost vermijden dat we terug in de rode cijfers belanden. Als anciens weten jullie dan ook wat dat betekent: er zullen nog inspanningen nodig zijn. De volgende maanden worden zeker niet gemakkelijk.”



Toch zijn er ook lichtpunten te noteren volgens onze CEO: “Volgens mij is 2014 het jaar waarin wereldwijd de economische omstandigheden zullen beginnen te verbeteren. De grondstofprijzen zijn ondertussen naar een aanvaardbaar niveau gezakt en in bepaalde regio’s





zien we nu ook de eerste prille tekenen van een verbetering van de conjunctuur. Agfa moet klaar zijn om van dit momentum gebruik te maken. De laatste jaren volgden we de neerwaartse spiraal van de globale economie. Nu moeten we zorgen dat we mee zijn wanneer het weer bergopwaarts gaat.”

Tot slot verwees Christian Reinaldo naar de transformatie die onze onderneming doormaakt: “Ik ben mij ervan bewust dat de transformatie voor niemand makkelijk is. Zeker voor jullie niet, want jullie hebben de gouden tijden nog meegemaakt waarin de film het geld deed binnenstromen. Deze transformatie verklaart ook de onrust die er heerst in deze onderneming. Ik heb er begrip voor dat mensen ongerust zijn over de toekomst. Ik begrijp ook dat mensen het beleid in vraag stellen. Dat is normaal wanneer er moeilijke beslissingen genomen moeten worden. Maar het is mijn verantwoordelijkheid om te doen wat moet gedaan worden om deze onderneming op het goede spoor te zetten. Met al jullie ervaring beseffen jullie dat we moeilijke tijden beleven. We zijn op een scharnierpunt in onze geschiedenis gekomen. Het is erop of eronder. Maar ik blijf optimistisch. We hebben de knowhow, de producten en vooral de mensen om van onze transformatie een succes te maken. Ik ben er zeker van dat we zullen slagen wanneer we ons allemaal ten volle engageren. Want één ding mogen we niet vergeten: Agfa is en blijft een sterke onderneming. Een onderneming om trots op te zijn.”

Hierna werd een welverdiende toast uitgebracht op de jubilarissen!





Jubilarissen



2014







In augustus lazen we in de kranten dat het federaal parket na de grote computerhacking bij Belgacom nog andere gevallen van cyberspionage bij Belgische topbedrijven onderzoekt. Volgens de woordvoerder van het parket zijn er zelfs vermoedens van staatsspionage. Naast de Amerikanen en de Britten zijn blijkbaar ook Rusland en China in andere landen al vaker betrappt op economische spionage. Verder lazen we dat hackers de luchthaven van Charleroi besmetten met kwaadaardige software. In september moest Apple met het schaamrood op de wangen toegeven dat er paswoorden van hun cloud-gebruikers gehackt werden en dat er daardoor heel wat pikante beelden van celebrities hun weg naar de sociale media hadden gevonden. Om maar te zeggen dat informatiebeveiliging een hot topic is.

Safety First: Information Security

Ook wij – en dan bedoelen we zowel de onderneming als iedere werknemer – moeten ons terdege bewust zijn van de risico's die het huidige informatieverkeer met zich meebrengen. Agfa biedt tegenwoordig immers heel wat diensten aan waarbij wij als leverancier de data van onze klanten beheren, al dan niet via de *cloud*. We doen dat voor krantendrukkerijen, maar ook voor ziekenhuizen. In beide gevallen gaat het steeds om vertrouwelijke informatie die om bedrijfseconomische en om privacy-redenen niet verloren mag gaan en die zeker ook niet publiek mag worden gemaakt. Die vertrouwelijkheid van de ons toevertrouwde informatie, of deze nu van de klant is of van Agfa zelf, maakt dat we ons grondig moeten beveiligen tegen mogelijke misbruiken. Het betekent ook dat we de grootste omzichtigheid moeten hebben bij het behandelen van deze informatie. Het helpt nu eenmaal niet als we over goed beveiligde hardware en software beschikken en onze paswoorden overal op briefjes naast onze computer rondslingeren. Overigens, al wat we hier beschrijven geldt ook voor onze thuissituatie. Het is even onverstandig om je pincode samen met je bankkaart in je portefeuille te bewaren, niet? Agfa ICS heeft daarom op haar intranetpagina's een heel hoofdstuk aan dit onderwerp gewijd. Op de homepagina van Agfa ICS vind je rechtsboven een link naar deze Information Security-pagina's. Hier leer je hoe je met de verschillende soorten van informatie moet omgaan en hoe je de informatie kan beschermen. We herhalen het even, deze aandachtspunten zijn evengoed thuis als op het werk van toepassing.



Agfa ICS behaalt ISO 27001 : 2013 certificaat voor “Cloud, Managed and Technical Professional Services”.

Dit certificaat is het eerste in zijn soort in België en werd behaald na een grondige audit door Lloyds LRQA. Het certificaat ondersteunt Agfa's visie en strategie over het verstrekken van advies, best practices, consultancy en diensten in Security, Cloud Technology en Managed Services.

Zowel binnen Agfa HealthCare als binnen Agfa Graphics hebben we dergelijke projecten lopen. Zo werd het Agfa HealthCare VNA platform in 2010 voor de eerste maal in België uitgerold bij de Antwerpse ZNA-ziekenhuisgroep. In dit project wordt de PACS van het ZNA als een Software-as-a-Service (SaaS) door Agfa ICS beheerd. Agfa Graphics bracht als eerste ter wereld de prepressactiviteiten van de twee grootste Belgische krantengroepen in de cloud. Alle data gaan van de redacties naar de Agfa servers. In de datacentra worden

deze met Arkitex software drukklaar gemaakt vooraleer ze naar de krantendrukkerijen van Coldset Printing Partners worden verzonden.



Heb je nog vragen over dit onderwerp, dan kan je steeds contact opnemen met Karl Anthonissen, Agfa ICS, tel. 5222.

Eversify: software voor geautomatiseerde mobiele publicaties

Lees PLUS op uw tablet

De digitale evolutie stelt kranten en magazines voor heel wat uitdagingen. Met Eversify bewijst Agfa Graphics dat het inspeelt op de noden van haar doelmarkten. Eversify is Agfa Graphics' software-oplossing om kranten en tijdschriften op een geautomatiseerde manier om te zetten in een digitaal formaat voor smartphones en tablets, 24/7. Hier lees je hoe het werkt en... vanaf deze editie kan je dankzij Eversify PLUS nu ook op je tablet lezen.

Mobile publishing. Delivered in one touch.

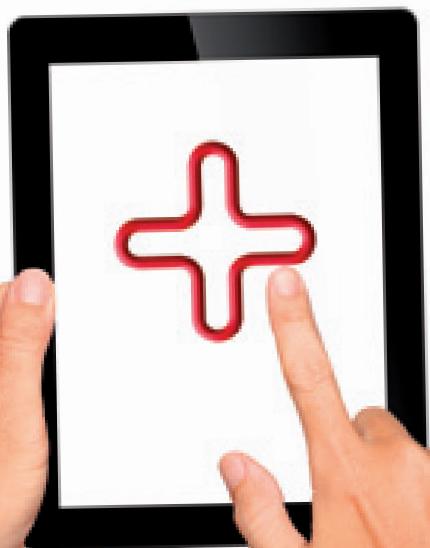
Dat is kort samengevat wat Eversify biedt. 'In one touch' verwijst naar automatisering, de belangrijkste troef van Eversify. Bestaande informatie uit gelijk welk redactie- of contentmanagementsysteem wordt op een geautomatiseerde manier omgezet in een publicatie voor alle mogelijke tablets of smartphones. Op die manier kunnen uitgevers hun publiek op elk ogenblik bereiken en 24 uur per dag, 7 dagen op 7, edities creëren. Bovendien kunnen ze dat doen in hun eigen vormgeving.

Plug & play productiecenter in de cloud

Eversify wordt aangeboden als een *Software-as-a-Service* (SaaS)-oplossing. Dat betekent een snelle start, een voorspelbare operationele kost, en snelle inkomsten. Er is geen investering vereist in serverhardware, noch in uitgebreide trainingen. Eversify kan eenvoudig geïntegreerd worden in de bestaande redactionele workflows.

Unieke lezerervaring

De app van Eversify is gemakkelijk te gebruiken en ziet er leuk uit. Ander troeven zijn interactieve up-to-date content die eenvoudig toegankelijk en deelbaar is via elk mobiel platform, geavanceerde beeld-, audio- en videoverwerking... Naast een volledig interactieve versie bestaat ook de mogelijkheid om edities te maken gebaseerd op een PDF, eventueel verrijkt met video's en links.



Meten is weten

Tot slot wil elke uitgever weten wat zijn lezers lezen, wanneer en hoe lang. Eversify biedt een breed gamma aan analysemogelijkheden. Van standaardopties die vertellen hoeveel keren content werd bekeken en/of gedownload tot geavanceerde metingen met uitgebreide rapporten over edities, secties, artikels en advertenties. Eversify vertelt ook wat lezers bekeken, hoe lang, wanneer juist en op welke drager. Zo kunnen artikels en advertenties bijgestuurd worden op maat van het publiek.



Meer weten? www.eversify.me

Zo werkt het

Vanaf nu kan je PLUS dus ook op je tablet lezen. Voorlopig is PLUS nog te lezen als een enhanced digital copy, m.a.w. een PDF-gebaseerde versie met een paar extraatjes. Stelselmatig zullen de edities verrijkt worden met meer interactiviteit, en zal het gebruikte formaat ook geschikt zijn voor smartphones.

In de app store, Apple App Store of Google Play Market, zoek je naar 'Agfa Plus'. Vervolgens installeer je de app.

Open de Agfa Plus app door op het '+' icoontje te drukken: Het 'Account' scherm zou automatisch moeten openen, is dit niet het geval, druk dan op de 'Account' knop.

Als User ID geef je 'Plus' in, het paswoord luidt 'morsel01'. Vervolgens druk je op de 'Log In' knop.

- 1 De Kiosk zal de reeds gepubliceerde nummers van het Agfa Plus-magazine tonen.
- 2 Om een nummer te lezen moet je eerst op de 'Download' knop drukken. Het vorderen van de download is af te lezen op een schuifbalk.
- 3 Eens de editie gedownload, druk je op de 'View' knop om de editie te lezen.
- 4 De voorpagina van de editie wordt getoond.
- 5 Als je eenmaal op de pagina 'klikt', dan krijg je onderaan de mogelijkheid om onderaan het scherm naar een sectie te springen of door de pagina's te bladeren; bovenaan het scherm kan je terug naar de kiosk via het knopje met het huisje (home) gaan om andere nummers te lezen. Veel leesplezier!

"Eversify stelt ons in staat om content grotendeels automatisch te verwerken en aan tabletgebruikers aan te bieden in een aantrekkelijke lay-out. We waren op zoek naar een app-oplossing die automatisering combineerde met een hoogkwalitatief design. Dat hebben we gevonden in Eversify."

Thomas Kaulfuß, Sächsische Zeitung





Het Oosterweeldossier. Hoe ver staan we?

Oosterweelverbinding, Ringland, Oosterweel-Noord, Lange Wapper, Meccano, Grote Ring, ... Zelden zijn er voor een mobiliteitsproject van een stad zoveel alternatieve plannen voorgesteld, ingediend, aangepast, naar de prullenmand verwezen, voorgelegd in een referendum,... Het sluiten van de Antwerpse ring, met als uiteindelijk doel de mobiliteit, leefbaarheid en verkeersveiligheid in de stad en de ruime Antwerpse regio te verbeteren, is al meer dan 15 jaar het onderwerp van onderzoek en discussie. Door de vele alternatieve plannen en de talrijke discussies tussen voor- en tegenstanders van de verschillende plannen, is dit complexe dossier soms nog moeilijk te volgen.

Gewezen VBO-voorzitter Rudi Thomaes is sinds midden 2013 voorzitter van de Beheersmaatschappij Antwerpen Mobiel (BAM). Begin dit jaar kondigde hij een informatiecampagne aan waarin de Oosterweelplannen, die op 14 februari door de Vlaamse Regering en de stad

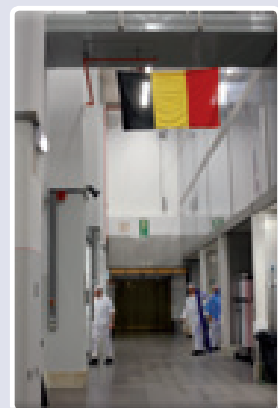
Antwerpen werden goedgekeurd, zouden worden uitgelegd. Er kwam onder meer een website *hoevlothet.nu*, alle Antwerpenaren en inwoners van Zwijndrecht kregen een informatieblad (dat je nu ook aan de poorten vindt) in de bus en er werden infotoonstellingen georganiseerd in negen Antwerpse wijken. Daarnaast startten Rudi Thomaes en Jan Van Rensbergen, algemeen manager van BAM, dit najaar een rondreis langs de grootste Antwerpse bedrijven om het project persoonlijk toe te lichten.

Ook Agfa-Gevaert zal in november een informatiesessie over de Oosterweelverbinding organiseren voor geïnteresseerde collega's. De presentatie door Rudy Thomaes vindt plaats op donderdag 27 november van 12.00 uur tot 13.30 uur in het grote auditorium van gebouw 120. Wil je de presentatie bijwonen, dan volstaat het een mailtje te sturen naar Corporate Communication, Debby Ahlstrom, tel. 8008.



Brazil

Eind juni, begin juli was het eindelijk nog eens zo ver. België mocht nog eens meevoetballen met de grote jongens op het WK in Brazilië. En met een plaats in de kwartfinale deden de duivels het nog niet eens zo slecht. Zoals steeds gaan dergelijke kampioenschappen gepaard met massale versier- en verkleedtaferelen. In de buitenwereld kon je er niet naast kijken, binnen de Agfa-muren viel het nogal mee. Een kleine foto-impresie. Binnen twee jaar opnieuw?



Verdwijnt Gevaert uit het stadsbeeld?

De imposante schoorsteen van het ketelhuis op Gevaert 1 was in de maand augustus het onderwerp van enkele krantenartikels. De reden? Sinds de schoorsteen niet meer in gebruik is, breken er door de temperatuurschommelingen schilfers af van de bakstenen schoorsteen. Om passerende mensen en voertuigen te beschermen, werd rond de schoorsteen een veiligheidsperimeter van enkele meters aangelegd. Omdat de schoorsteen geen functie meer heeft en het onderhoud van de 67 meter hoge constructie (te) veel geld kost, werd een sloopaanvraag ingediend. De stad Mortsels en het Vlaams overheidsagentschap Onroerend Erfgoed overwogen echter om de schoorsteen als waardevol monument te beschermen. In volle komkommertijd haal je daar zelfs de voorpagina van *Gazet van Antwerpen* mee.

Het zou zeker even wennen zijn. De 67 meter hoge schoorsteen met de naam Gevaert is immers al sinds mensenheugenis een vertrouwd baken in de Mortselse skyline. De voorbije jaren werd echter duidelijk dat een aantal veiligheidsmaatregelen zich opdrongen. Zo werd nog niet zo heel lang geleden grote delen van de bekleding van de grote waterbak hersteld. De najaarsstorm op het eind van oktober 2013 waarbij heel wat baksteenschilfers loskwamen, maakte dat er heel wat ingrijpendere maatregelen nodig zijn. Het slopen van het gedeelte van de schoorsteen boven de waterbak is de meest logische oplossing. De aanvraag hiervoor werd



eind vorig jaar ingediend. Tijdens de goedkeuringsprocedure is op vraag van de stad Mortsels en het agentschap Onroerend Erfgoed een onderzoek gestart naar de mogelijkheden om de schoorsteen als monument te beschermen. Valérie Evers van het agentschap Onroerend Erfgoed benoemt onze schoorsteen alvast als een belfort uit het industrieel tijdperk. Enkel als de schoorsteen als een te beschermen monument wordt bestempeld kunnen er subsidies vrijgemaakt worden voor de restauratie.

Rest echter nog één probleempje. Boven op de schoorsteen huizen 'onze' slechtvalken. Onze collega's van de milieudienst en de dienst gebouwen zijn echter al volop op zoek naar een voldoende hoog gebouw op de Mortselse site waar – indien nodig – het nesthok van de vogels kan worden geplaatst. Wordt vervolgd.



Een eenvoudige vraag, maar wel een heel belangrijke. In dit nummer van PLUS geven we aandacht aan onze werkplek en aan onze werkhouding. Een goede zithouding in een aangepaste omgeving zijn essentieel om goed te kunnen werken en om het risico op pijnlijke of andere ongemakken te verkleinen.

Zit je goed?

De ideale werkplek zou er voor moeten zorgen dat we een goede houding kunnen aannemen. Daartoe moeten we de werkplek zelf – werktafel, pc en bureaustoel – zorgvuldig afstemmen op onze lichaamsbouw.

De werktafel

Laten we beginnen met de tafel of het bureau waaraan we werken. Die heeft een belangrijke ondersteunende functie. De tafel moet voldoende breed en diep zijn, zodat we het beeldscherm op voldoende afstand kunnen plaatsen en we niet benepen zitten tijdens het werken.

De huidige pc-schermen zijn veel groter dan vroeger. Daarom plaatsen we ze best ook wat verder. Tegenwoordig wordt een scherm minstens 70 cm van de ogen opgesteld. Een voldoende diepe werktafel in combinatie met de extra platte schermen laat bovendien toe dat het klavier verder van ons lichaam af kan geplaatst worden, waardoor we minstens met tweederde van de voorarmen kunnen steunen op de werktafel (zie figuur). Elleboogsteunen zijn op die manier geen essentieel onderdeel meer van een goede bureaustoel. Door deze houding wordt heel wat belasting van de nek en rug afgeleid. Mensen die deze houding consequent aannemen hebben – zo blijkt uit onderzoek – heel wat minder klachten.

De muis houden we best tussen ons klavier en onze romp om te vermijden dat we met uitgestrekte arm ver van het lichaam af beginnen te ‘muizen’. Deze geforceerde werkwijze zorgt immers voor heel wat schouderklachten!

Zoals gezegd plaatsen we het scherm minstens op 70 cm van onze ogen. We plaatsen het tevens zo laag mogelijk. De oude regel dat de bovenkant van je pc-scherm best op ooghoogte wordt geplaatst, mogen we stilaan vergeten.

Ogen die voorwerpen van dichtbij scherp moeten waarnemen, doen dit gemakkelijker door naar beneden te kijken in plaats van naar boven. Een laag geplaatst scherm heel de dag bekijken zal minder snel voor vermoeidheid zorgen dan een hoog geplaatst scherm. Heb je een bril met progressieve of degressieve (multifocale) glazen, dan is een dergelijke houding zeker aangewezen. Bovendien staan naar beneden gerichte ogen minder bloot aan uitdroging.

Ogen verslijten niet van veel op schermen of in slecht verlichte omstandigheden te lezen. Na vele jaren studie werd nog nooit een link aangetoond tussen veel op schermen kijken en een verminderd zicht. Wel is het zo



dat de oogfunctie achteruit kan gaan vanaf de leeftijd van ongeveer 40 jaar. Weet dan dat er naast de klassieke brillen ook speciale brillen bestaan voor verschillende soorten professionele bezigheden of hobby's. Spreek er met je oogarts of opticien over.

De bureaustoel

Een tweede belangrijk element voor een goede houding is de bureaustoel. De meesten onder ons hebben een stoel die in de hoogte verstelbaar is. De verdere fijnafstelling van de stoel kan eveneens heel belangrijk zijn, maar wordt zelden of nooit (goed) uitgevoerd.

Zo kan een degelijke ergonomische bureaustoel ook gebruikt worden om een dynamische zithouding aan te nemen. Dit is een houding waarbij de onderrug bewegen kan, net als op een zitbal die erg populair was in de jaren '80. Sommige collega's hebben ongetwijfeld de stoel al eens per vergissing 'losgezet' en daarna snel weer geblokkeerd omdat men het gevoel had uit de stoel geworpen te worden of naar achter te vallen. Bij het loszetten van een ergonomische stoel – in de dynamische stand – moet men de stoel zodanig instellen dat hij gepast reageert op de afmetingen en lichaamsgewicht van zijn gebruiker. Wanneer het gewicht goed wordt ingesteld, weet men het comfort

van zo een dynamische zithouding meestal wel te appreciëren.

Voorts kan je ook de rugleuninghoogte op het gevoel afstellen zodat de rugholte maximaal wordt ondersteund door de kromming van de rugleuning.

Soms kan je ook de zitting verschuiven zodat deze kan worden aangepast aan de lengte van de bovenbenen. Bij deze laatste afstelling let je vooral op de ruimte die je aan de knieholte overhoudt. De ruimte tussen de voorkant van de zitting en de binnenkant van de knieholte is best vier vingers breed.

Zo. Aan de hand van dit *Zit je goed?*-artikel hebben we voldoende informatie om onze werplek zo goed als mogelijk op onze lichaamsbouw af te stemmen. Heb je echter nog vragen, dan kan je steeds terecht bij Lieve Vandevelde, tel. 8038, van de Bedrijfsgezondheidsdienst. Na het maken van een afspraak geeft ze je bovendien graag persoonlijk advies aan je werkpost.

Op het intranet kan je ook het VGM-voorschrift over *beeldschermen* raadplegen. Je vindt het document door beeldschermen in te geven in de search tool van het intranet Algemene Diensten of HR Benelux.





Dacar koopt Anapurna

Dacar Digital Printing uit Hoogstraten levert geprinte substraten in opdracht van sign-bedrijven en andere grafische professionals. Door grote expansie ontstond de behoefte aan een solide snelle printer met een hoge afdrukkwaliteit.

Dat werd de zeskleurenprinter Anapurna M3200 RTR (roll-to-roll), die eerst als bèta-machine getest werd en vervolgens gekocht werd ter vervanging van drie andere printers. Afdrukken met een maximale materiaalbreedte van 3,2 meter is mogelijk op flexibele materialen voor binnen- en buitentoepassingen. Bij Dacar waarderen ze vooral de hoge afdrukkwaliteit. Directeur Fons van der Lingen: "Dit is niet alleen belangrijk voor opdrachten van collega-sign-bedrijven, maar ook voor andere opdrachtgevers zoals evenementen- en reclamebureaus. Door de betrouwbare kleurenweergave kunnen we een correcte reproductie garanderen op alle flexibele materialen variërend van doekmaterialen tot zelfklevende materialen."

Agfa Graphics installeerde bij Dacar ook de Asanti-workflow voor automatisch preflighten, kleurenbeheer en web-to-print. Ook daar was Dacar een bèta-tester. Van der Lingen: "Door deze samenwerking ontstond een grondig getest en gedegen product dat aan alle noden in de sign- en displaymarkt tegemoet kan komen."

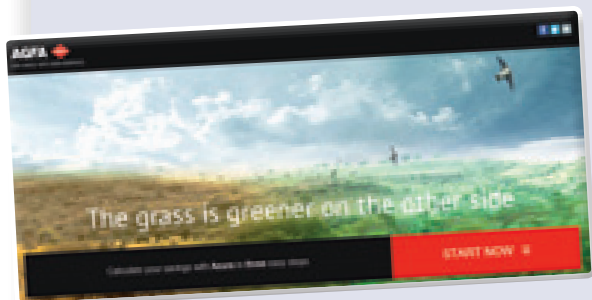
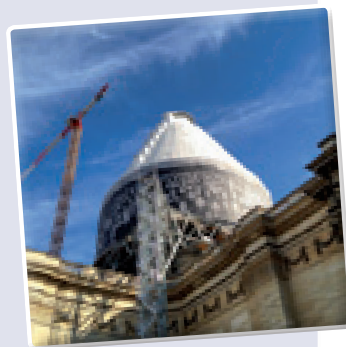
Agfa pakt het Panthéon in

Toen het Parijse Panthéon gerestoreerd werd in juni van dit jaar, bekleedden het stadsbestuur en het reclamebedrijf JCDecaux het beroemde gebouw met meer dan 3000 m² canvas, bedrukt op een Anapurna van Agfa Graphics.

Het project werd gesponsord door het Centre des Monuments Nationaux, dat het ontwerp voor de canvasdoeken uitbesteedde aan JR, een hedendaagse internationaal vermaarde kunstenaar. Hij creëerde, met de medewerking van de man in de straat, een werk dat de humanistische en universele waarden van het Panthéon belichaamt. Het werk bestaat uit meer dan 5.000 portretten die eerder dit jaar gemaakt werden van bezoekers van negen nationale monumenten. Het project verwezenlijken vergde meer dan acht maanden studie en voorbereidend werk.

De canvasdoeken werden geprint bij Agfa Graphics' klant BS2i. JR's installatie bedekt het gewelf, de koepel en de vloer van het Panthéon. De afbeelding op de vloer is samengesteld uit meer dan 70 panelen, die op de hoogste kwaliteit op een Anapurna M2500-grootformaatprinter gedrukt werden.

Het kunstwerk aan de buitenzijde zal tijdens de hele restauratie van het Panthéon blijven hangen. De installatie binnenin is nog tot 5 oktober te bezichtigen.



Azura4.me

Als deel van de campagne rond de nieuwe Azura TU-drukplaten lanceerde Agfa Graphics onlangs de 'Azura Calculator'. Op Azura4.me kan elke potentiële klant berekenen hoeveel hij kan besparen op het vlak van waterverbruik, onderhoudstijd en afval. Wie dat wenst, kan vervolgens een diepgaande berekening op maat van zijn bedrijf aanvragen.

Bedoeling is uiteraard om op die manier extra klanten aan te trekken.

Van elke geïnteresseerde worden de contactgegevens bijgehouden in de Customer Relationship Management-tool van Agfa Graphics voor verdere opvolging.

Promotie van de Azura Calculator gebeurt via de Agfa Graphics-website, banner ads, e-mail signatures, Google Adwords, social media en (lokale) newsletters.

Azura TU is een chemievrije drukplaat die oplages tot 150.000 aankan. De communicatie- en verkoopinspanningen mikken in eerste instantie op klanten die nu gebruik maken van drukplaten van Kodak en Fuji.

Onze nieuwe rubriek Zogezegd verzamelt markante uitspraken van en over Agfa, zijn medewerkers, zijn activiteiten. Ze verschijnen in de pers, of we hoorden ze op straat. Soms zijn ze zeer ernstig, soms zijn ze grappig. Maar steeds het lezen waard. Heb je ook iets gehoord of gelezen dat het delen waard is, laat het ons weten: plus@agfa.com.



'Ik voorspel: de papieren krant wordt een luxeproduct, waarvoor je meer zal betalen.'

Peter Vandermeersch, hoofdredacteur NRC Handelsblad, in een dubbelinterview met Philippe Remarque, hoofdredacteur De Volkskrant, in De Tijd van 5 juli 2014: 'Wij zijn nog steeds Kuifje in Congo'.

'Op zondag 8 juni heb ik in de omgeving-Werchter mijn horloge verloren. Het was mijn jubileumhorloge van Agfa-Gevaert (staat op achterzijde), en daardoor van grote emotionele waarde.'

Merk M. Lacroix. Beloning aan de vinder. Contact: Mark De Groot Dennenlaan 4, 3200 Aarschot, 0477-78.05.39.'

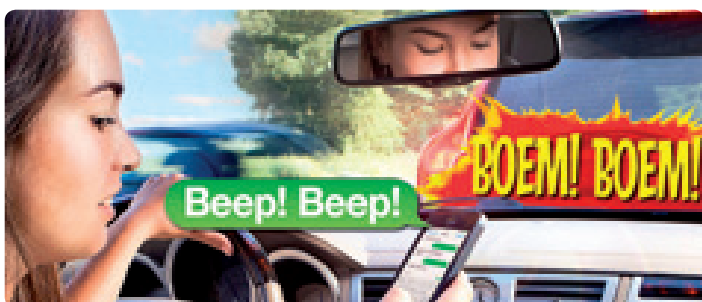
Gelezen in de rubriek Lezers helpen in Het Nieuwsblad van 14 juli 2014.

'1 op 4 auto-ongelukken wordt veroorzaakt door gsm-gebruik in de wagen.'

Gelezen op de website van Slimme Mobiele Scholen.

'Beep! Beep! Boem! Boem!'

De slogan van de BIVV-campagne die bestuurders moet ontraden te gsm'en en sms'en achter het stuur. Heel wat bestuurders beschouwen gsm'en en sms'en achter het stuur als normaal, ondanks het verhoogde risico op een ongeval. Wie belt achter het stuur loopt 3 tot 4 keer meer kans op een ongeval. Bij sms'en is dat risico 23 keer groter.



'Ik werk vandaag exact 25 jaar op Agfa-Gevaert. En ik heb het me nog geen dag berouwd!'

Collega Hilde Moelans (Agfa Materials, Supply Chain Management) op het Agfa-parkeerterrein met twee dozen taarten/koffiekoeken voor de collega's in haar handen. 1 september 2014.



'In de toekomst kunnen regionale ziekenhuizen niet meer elk type van zorg aanbieden en dus moeten ze zich wapenen om zich in bepaalde disciplines fors te profileren. De transfermarkt draait echt op volle toeren.'

Lieven Annemans, spreekt van een economische wetmatigheid waarbij topartsen als voetballers van het ene ziekenhuis naar het andere verkassen. De Morgen, 27 augustus 2014: 'Toptransfers in de operatiezaal'.

'Het is de Antwerpse kathedraal niet.'

Myriam Decock van het Mortselse café Den Biertap over het al dan niet afbreken of restaureren van onze fabrieksschoorsteen. Gazet van Antwerpen, 20 augustus 2014: 'Schilfers vallen van schoorsteen'.

Agfa is met eigen medewerkers of vertegenwoordigingen nagenoeg overal ter wereld actief. Maar wist u dat we alleen in België al 37 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.

“In België werken collega's als een team. Ze zien elkaar niet als concurrenten.”



In 2008 verliet Asma Ouji Tunesië om in Frankrijk haar doctoraatsdiploma te halen. Exact twee jaar geleden vervoegde ze Agfa HealthCare in Mortsel. Omdat ze een experte in computerwetenschappen is, past haar job als image processing researcher haar perfect.

PLUS: Waar in Tunesië kom je precies vandaan?

ASMA: Ik kom van de stad Nabeul. Ze ligt aan de kust, niet zo ver van de hoofdstad Tunis. Wanneer je weet dat Hammamet vlakbij ligt, begrijp je dat Nabeul pal in het midden van het belangrijkste toeristische gebied van Tunesië ligt.

PLUS: Mis je hier in België de zon en de zee niet?

ASMA: Niet echt. Ik ben ermee opgegroeid, dus ik vind het niet erg om nu een andere omgeving mee te maken. Ik woon even graag in Brussel als vroeger in Nabeul. Ik heb ondertussen ook een appartement in Brussel gekocht, dus ik ben zeker van plan om hier te blijven.

PLUS: Kan je ons wat meer vertellen over je carrière tot nu toe?

ASMA: Ik heb computerwetenschappen gestudeerd in Tunesië en daarna ben ik naar Frankrijk getrokken om daar in hetzelfde vakgebied mijn doctoraatsdiploma te halen aan het Institut national des Sciences appliquées in Lyon. Het instituut is wellicht beter bekend onder zijn afkorting: INSA. Na mijn doctoraatstudies ging ik bij het INSA aan de slag als onderzoeker en professor. In augustus 2012 – exact twee jaar geleden dus – vervoegde ik Agfa. Ik solliciteerde naar de functie van image processing researcher omdat die job mooi aansloot bij het onderwerp van mijn doctoraatsthesis. Ik ben altijd al in medische beeldvorming geïnteresseerd geweest.

PLUS: Vallen het werk en de onderneming een beetje mee?

ASMA: Zeker! Mijn collega's zijn heel vriendelijk en ik vind het tof om voor een multinational te werken. Mijn Belgische collega's en ik werken bijvoorbeeld nauw samen met mensen in Wenen en Waterloo. Dankzij



videoconferenties is de afstand helemaal geen probleem meer. Ons team werkt aan de klinische applicaties die geïntegreerd zijn in onze Picture Archiving and Communication Systems. Deze applicaties geven radiologen en dokters de mogelijkheid om medische beelden op de meest efficiënte manier te bekijken en interpreteren. We ontwikkelen bijvoorbeeld nieuwe softwaresystemen voor 3D-visualisatie.

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

ASMA: Ik zal bij het positieve beginnen. Het valt me op dat de collega's hier heel collegiaal en vriendelijk zijn. Meer dan in Frankrijk en Tunesië zijn collega's bereid om elkaar te helpen en om als een groep samen te werken om de doelstellingen te bereiken. Ze zien elkaar niet als concurrenten. Negatief vind ik de bureaucratie, die in België erger is dan in Frankrijk. Het papierwerk voor buitenlanders die hier komen werken en wonen is veel te complex en de administratie werkt te traag. Dat is soms heel frustrerend. Om je een voorbeeld te geven:

hoewel de hernieuwing van mijn verblijfsvergunning een formaliteit zou moeten zijn, lijken ze eeuwen nodig te hebben om het papierwerk klaar te krijgen. Ondertussen kan ik het land niet verlaten om mijn familie in Tunesië te bezoeken. Het probleem is dat ze iedereen over dezelfde kam scheren. Dat zouden ze niet mogen doen.

PLUS: Je woont nu al een tijdje in Europa. Wat mis je het meeste aan Tunesië?

ASMA: Dat moet mijn familie zijn. In tegenstelling tot wat veel mensen denken, mis ik het weer helemaal niet. Het is veel te heet in Tunesië. In de zomer kan het er tot 45° worden. Dat gezegd zijnde, moet ik ook wel toegeven dat de Belgische zomer dit jaar toch wel wat te koud is voor mij. Voorts begin ik ook typisch Belgische gerechten op prijs te stellen. Mosselen vind ik bijvoorbeeld heel lekker. Omdat mosselen koken zo makkelijk en snel gaat, maken we ze zelfs vaak thuis klaar.



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 **Nicole Gielman**

“Wij spelen geen toneel”



Nicole Gielman verdeelt haar tijd tussen wiskunde en woordkunst. Bij Agfa is ze controleur kostenbudgetten, in haar vrije tijd is ze een meer dan verdienstelijk actrice. Met 40 dienstjaren op de teller verlaat Nicole eind dit jaar het Agfa-toneel, maar van de theaterplanken krijgt niemand haar af. Theater zit in haar bloed, zo blijkt uit de sterretjes in haar ogen wanneer ze erover spreekt.

PLUS: *Hoe voelt het om te weten dat je carrière bij Agfa bijna voorbij is?*

NICOLE: Dat is een heikel punt. Eerlijk gezegd heb ik nog geen zin om met vervroegd pensioen te gaan. Ik werk halftijds en dat is perfect. Hoewel mijn agenda altijd goed gevuld zal zijn, vind ik niet dat het al tijd is om van mijn hobby mijn leven te maken. Nu het afscheid onvermijdelijk is, ben ik wel stilaan de knop aan het omdraaien.

PLUS: *Hoe lang ben je al actrice?*

NICOLE: Ik stond de eerste keer op de planken toen ik vijftien was. Ik speelde bij de schoolvereniging TOV in Boom. Het was allemaal heel kleinschalig. We brachten elk jaar één blijspel en we kwamen niet onder de kerktoren uit. In mijn eerste rol speelde ik een Chinees in het stuk 'Een theehuis voor Tobiki'. Ik had eigenlijk geen tekst. Ik mocht gewoon doen of ik Chinees sprak. Een ideale eerste rol, inderdaad.

PLUS: *Waar komt de passie voor het theater vandaan?*

NICOLE: Mijn moeder speelde in haar jeugd in operettes, maar ik heb haar nooit zien optreden. Mijn ouders namen me als kind wel vaak mee naar het theater. De eerste voorstelling die ik ooit zag was 'De Notenkraker'. Ik moet toen zeven geweest zijn. Ik vermoed dat zo de interesse ontstaan is. Mijn ouders hebben me ook altijd laten doen. Ik heb maar één keer tegenstand onderhouden. Dat was toen ik na mijn humaniora naar Studio Herman Teirlinck wou. Verder dan een telefoontje ben ik nooit geraakt. De opleiding was te duur. Achteraf bekeken ben ik ook niet ontgoocheld dat ik nooit de kans gekregen heb om van mijn hobby mijn beroep te maken. Belgische beroepsacteurs hebben het heel moeilijk, terwijl ik kan doen wat ik graag doe. Ik moet geen reclamespots inspreken om rond te komen.

PLUS: *Speel je bij een bepaalde vereniging?*

NICOLE: Ik speel bij verscheidene verenigingen, maar toch het meest bij Compagnie Com-Bine uit Reet. Dat gezelschap heb ik samen met enkele gelijkgezinden

...el, wij maken theater!”

opgericht om ons eigen ding te kunnen doen. Wij spelen geen toneel, wij maken theater. We doen veel meer dan gewoon een rol spelen en we gebruiken geen teksten die geleverd worden door theaterbureaus. We bewerken zelf novelles of andere teksten tot een theatervoorstelling of we laten iemand een tekst voor ons schrijven of bewerken. Ik maak ook zelf vertellingen op basis van bestaand materiaal. Daarmee treed ik dan op, samen met een volkskunstgroep. Compagnie Com-Bine is een reizend gezelschap. We treden op in heel Vlaanderen. Je kan ons zelfs boeken voor een voorstelling in je woonkamer. Daarnaast speel ik nog bij enkele andere verenigingen, zoals Harlekijn uit Boom en Theater Playerwater uit Kapelle-op-den-Bos. Theater Playerwater maakt altijd heel speciale stukken. Met ‘Onschuld’ zijn we geselecteerd om in oktober te spelen op het Landjuweel festival in Gent*. Het liefst treed ik op in kleine zalen. Daar kan ik het publiek in de ogen kijken, kan ik tussen de mensen wandelen en contact met hen leggen.

PLUS: Is er een rol die je altijd zal bijblijven?

NICOLE: Ik hou van karakterrollen en ik vertel heel graag. Mijn rollen en de teksten waarmee ik werk moeten inhoud hebben. Mijn voorbereiding is altijd heel intensief. Wanneer ik een rol instudeer, zoek ik de hele tijd dingen op om de tekst te begrijpen en om elk woord voor mezelf een betekenis te kunnen geven. Monologen en theatervertellingen liggen me wellicht het best. Mijn allereerste monoloog – Rosalie Niemand – zal ik nooit vergeten. Dat was een bewerking van een boek van Elisabeth Marain over het waargebeurde verhaal van een vrouw die als kind onterecht in de psychiatrie terecht kwam. Met die monoloog heb ik twee prijzen gewonnen. Het is een heel zwaar stuk. Het prachtige was dat ik me helemaal in het personage kon inleven. Maar net dat maakte het ook heel moeilijk en emotioneel. Ik heb toen op de planken staan huilen, echte tranen. Ik geraakte te betrokken. Deze ervaring heeft me wel geleerd hoe ik met dit soort stukken moet omgaan.

PLUS: Ligt er nog een productie op de plank waarnaar je bijzonder uitkijkt?

NICOLE: Meer dan een. Op 9 oktober gaat in Boom ‘Ik weet er te weinig van’ van Rebekka De Wit in première. Rebekka is een jonge theatermaakster. Het zal de eerste keer zijn dat anderen een tekst van haar brengen. Wellicht kunnen de Agfa-collega’s er ook via de ABN-club naartoe. Daarnaast wordt ‘Houten Tranen’ heel bijzonder. Dat is een vertelling waarbij ik met een pop zal werken. Enkele jaren geleden heb ik al eens mogen meedraaien met een figurentheatergroep. Ik heb toen ook cursussen figurentheater gevolgd. Nu heb ik met ‘Houten Tranen’ een ideale vertelling gevonden om nog eens iets in die richting te doen. Het is een soort sprookje voor volwassenen over een poppenspeelster. Ik heb al iemand gevonden die voor mij een pop wil maken, maar ik moet zelf wel het hoofd en de kleding maken. Binnenkort ga ik als vrijwilliger ook boeken inlezen voor mensen met een leesbeperking. Daar kijk ik ook erg naar uit.

PLUS: Veel succes met je boeiende nieuwe projecten!



Meer info over Compagnie Com-Bine en hun huiskamervoorstellingen vind je op compagniecombine.wordpress.com. Contact opnemen kan via compagniecombine@gmail.com.

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.

*Het Landjuweel is een organisatie van OPENDOEK, in samenwerking met het NTGent. Gedurende vijf dagen brengen streng geselecteerde amateurverenigingen kwaliteitsvolle producties op verschillende locaties in Gent. Geselecteerd worden voor het Landjuweel is voor amateurverenigingen een grote erkenning. Nicole is tijdens de editie van 2014 niet de enige Agfa-collega die in Gent op de planken zal staan. Collega Bart Huygens van Agfa Graphics speelt er mee in de zwarte komedie ‘Het Kouwe Kind’ van het theatergezelschap Bert Leysenkring uit Balen.



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 vóór 15 november 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 voor één letter.

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|----|----|---|---|
| 42 | 68 | 41 | 27 | 31 | 49 | 36 | 91 | 19 | 59 | 61 | 52 | 8 | 89 | 81 | 7 | 3 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|----|----|---|---|

A

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 50 | 43 | 23 | 25 | 78 | 62 | 39 | 84 | 48 | 71 | 34 | 37 | 96 | 29 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|

B

| | | | | | | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 56 | 5 | 10 | 28 | 16 | 38 | 45 | 80 | 65 | 22 | 85 |
|----|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|

C

| | | | | | | | | | |
|---|----|----|---|----|----|----|----|---|----|
| 4 | 40 | 17 | 2 | 97 | 43 | 51 | 21 | 9 | 14 |
|---|----|----|---|----|----|----|----|---|----|

D

| | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|---|----|----|----|----|----|
| 47 | 43 | 90 | 15 | 6 | 56 | 11 | 18 | 95 | 73 |
|----|----|----|----|---|----|----|----|----|----|

E

| | | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 93 | 69 | 24 | 35 | 60 | 58 | 32 | 33 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|

F

| | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 12 | 86 | 74 | 98 | 67 | 56 | 26 | 44 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|

G

| | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 77 | 13 | 92 | 87 | 94 | 13 | 30 |
|----|----|----|----|----|----|----|

H

| | | | | |
|----|----|----|----|----|
| 63 | 72 | 55 | 75 | 76 |
|----|----|----|----|----|

I

| | | | | |
|----|----|----|----|----|
| 88 | 57 | 70 | 66 | 98 |
|----|----|----|----|----|

J

| | | | | |
|----|----|----|----|----|
| 53 | 40 | 79 | 54 | 64 |
|----|----|----|----|----|

K

| | | | |
|----|----|----|----|
| 82 | 20 | 46 | 83 |
|----|----|----|----|

L

- A De Vijver-baas.
- B **Verblijfplaats voor jonge dieren?**
- c **Het woord nemen?**
- D Deze woorden klinken hetzelfde, maar hebben een verschillende betekenis.
- E **Hierdoor ontsporen treinen.**
- F **Hoop op goede kaarten.**
- G Domme hond in de Lucky Luke-reeks.
- H Loopruimte in een trein of vliegtuig.
- I **Geeft geestelijke warmte.**
- J Griekse witte schapen- of geitenkaas.
- K Synoniem voor grondvlak.
- L **Houdt van de zee.**

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 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 | 95 | 96 | 97 | 98 | ? | | | | | |

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 vóór 15 november 2014 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Oefening...

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

... baart kunst

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