

20



## **Azura TE**

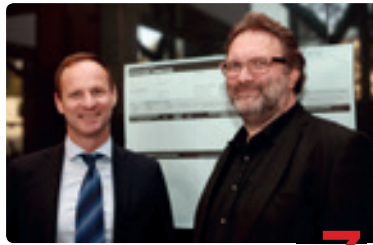
Nieuwe direct-on-press drukplaat

Succesvol verkopen  
met **Miller Heiman**



4

Nieuwe direct-on-press  
drukplaat: Azura TE



7

Succesvol verkopen  
met Miller Heiman



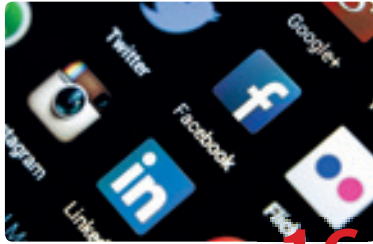
13

De koers



14

SYNAPS XM behaalt  
certificaat



16

Let op wat je tweet...



18

Zet je niet klem!



20

Het kompas van Agfa:  
Oxana Grigorova



22

Buiten dienst:  
Gerd De Boeck



26

Het park in de zon  
van Marc

Collega's die met (vervroegd) pensioen gaan, kunnen een digitale versie van PLUS lezen op [www.agfa.com/plus](http://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](mailto:plus@agfa.com).

PLUS nr. 21 verschijnt in april 2015

## Colofon



nr. 20 – december 2014



### REDACTIEADRES

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

### HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

### REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

### FOTOGRAFIE

Johan Jacobs

### WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Karl Anthonissen, Gerd De Boeck, Eva De Herdt, Maria Dom, Ivo Tack, Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Herwig Neefs, Guy Vandecraen, Marc Van Landeghem, Werner Vandevelde

### VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

[www.magelaan.be](http://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,

Net zoals de voorgaande kwartalen bevestigde ook het derde kwartaal de positieve effecten van onze strategie. De positieve kasstroom leidde opnieuw tot een lagere netto financiële schuld, het nettoresultaat was voor de vierde opeenvolgende keer positief en de brutowinstmarge verbeterde aanzienlijk tot 30,8 procent.

Kwartaal na kwartaal blijven we onze operationele efficiëntie verbeteren en onze brutowinstmarge verhogen. Ondanks de zwakke wereldeconomie brengt het strenge beheer van onze operationele kosten ons dichterbij onze doelstelling om op korte termijn een recurrent EBITDA-percentage van tien procent te bereiken.

De maatregelen die we namen om onze reorganisatiekosten aan te pakken, helpen duidelijk bij het bereiken van een duurzaam positief nettoresultaat. De huidige lage grondstofprijzen – vooral zilver dat zich terug op het niveau van vóór de crisis in 2010 bevindt – helpen ons daarbij, hopelijk voor de lange termijn. Tot slot draagt de manier waarop we ons werkkapitaal beheren bij aan het behalen van een positieve nettokasstroom uit bedrijfsactiviteiten.

We mogen onze ogen echter niet sluiten voor het feit dat onze omzetcijfers de laatste twee jaar een dalende trend vertonen. Willen we als onderneming niet in de problemen komen dan is het absoluut noodzakelijk dat we deze trend een halt toeroepen en ombuigen.

We mogen ook niet vergeten dat we ons engagement voor het realiseren van een recurrente EBITDA van 10% aangingen toen de omzet nog boven de kaap van de drie miljard euro uitkwam. In cijfers uitgedrukt spraken we dus over een EBITDA van 300 miljoen euro. Het is dus duidelijk dat bij een blijvend dalende omzet we zelfs met een EBITDA van tien procent onze doelstelling van 300 miljoen euro niet kunnen halen.

Terugkijkend op 2014 stellen we vast dat de wereldeconomie opnieuw onder de verwachtingen bleef. Velen verwachtten dat het voorbije jaar het eerste van een groeicyclus zou zijn, maar het is opnieuw een jaar van achteruitgang geworden. Dit geldt voor de totale wereldeconomie, maar nog meer voor regio's zoals Oost-Europa, Brazilië en het Midden-Oosten.

Een belangrijk pluspunt – zeker voor Agfa – was de evolutie van de zilverprijs. Schommelde de prijs van deze grondstof in het begin van het jaar nog geruime tijd rond de 20 dollar, dan daalde de prijs in de tweede jaarhelft spectaculair met 25% tot 16 dollar.

Ook belangrijk in 2014 was de succesvolle start van de herfinanciering van onze onderneming. We ontvingen een lening van Export Development Canada ten bedrage van 50 miljoen euro en lanceerden een succesvol omruilbod van onze obligaties wat 42 miljoen euro opbracht. Hiermee is de financiering van onze activiteiten reeds voor een deel tot 2019 verzekerd. Andere mogelijkheden op dit vlak worden onderzocht.

Kijken we vooruit naar 2015 dan is de opdracht duidelijk. De daling van de omzet moet gestopt worden. Wat betreft de EBITDA moeten we verder op de ingeslagen weg naar de tien procent. Doordat we onze netto financiële schuld sterk hebben kunnen afbouwen, kunnen we nu ook weer aan externe groei denken. Die kunnen we realiseren door onze positie in de opkomende markten te consolideren. Anderzijds willen we verder in onze groeiactiviteiten healthcare IT en inkjet investeren.

Om dit alles te realiseren hoop ik opnieuw op de inzet van u allen te kunnen rekenen in het nieuwe jaar. Laat ons echter eerst genieten van de komende feestdagen. Ik wens u en uw gezin alvast een gezond en succesvol 2015!

*Christian Reinaudo*

**Azura TE combineert hoge kwaliteit en gebruiksgemak met milieuvriendelijkheid en rendabiliteit**



# Nieuwe direct-on-press drukplaat

De grafische wereld is volop in beweging. Van buitenaf krijgt de drukwereld in het algemeen heel wat concurrentie van de elektronische media: e-mail, internet, tablets, smart phones,... Binnen de sector zelf kampt men met een stijgend aantal kleinere oplages, kortere levertijden en de nood aan meer bestellingen om in business te blijven. Dit is een wereldwijde vaststelling, zowel in de Westerse wereld als in de opkomende markten.

Drukkers zullen daarom steeds vaker hun processen doorlichten en aanpassen waar mogelijk. Automatisering van de drukvoorbereiding is een logische stap om een grote stroom van kleine opdrachten zo efficiënt mogelijk te verwerken. Ook de stap van de drukpers naar de vouw- en bindmachines kan tegenwoordig worden geautomatiseerd. Web-to-print-oplossingen helpen om extra drukwerk via het internet binnen te halen.

Drukkers die niet achterop willen raken hebben dus hun huiswerk gemaakt en hebben standaardisatie ingevoerd om zoveel mogelijk variabele factoren en processtappen uit te schakelen. Een aantal onder hen zetten nog een stap verder en kiezen voor een druk-



plaat die op de pers ontwikkeld wordt, wat hen extra tijd en kosten bespaart. Deze technologie bestond reeds enige tijd, maar groeide slechts langzaam uit haar kinderschoenen. Ze had met heel wat technische beperkingen te kampen.

Begin december lanceerde Agfa Graphics zijn nieuwe chemievrije *direct-on-press* (DoP) drukplaat: Azura TE. Deze drukplaat biedt heel wat voordelen aan de klanten én aan het milieu. Doordat er geen process- of clean-out-eenheid aan te pas komt, is er ook geen nood aan chemicaliën, beschermgom of water om de drukplaat te ontwikkelen of te behandelen. De klant bespaart zo heel wat kosten op energie, afval en onderhoud.

De Azura TE-plaat onderscheidt zich op een aantal essentiële vlakken van gelijkaardige producten van de concurrenten. Door het uitstekende beeldcontrast kan de kwaliteit van de plaat eenvoudig worden beoordeeld en verdwijnt de kans op een foute plaatmontage op de drukpers. De lange resistentie tegen daglicht van de belichte drukplaat (tot 24 uur) laat toe dat met de drukplaat niet meteen moet worden gedrukt. Ook in drukkwaliteit onderscheidt Azura TE zich: onder gelijkaardige omstandigheden, presteert Azura TE beter dan alle competitieve producten.

## Hoe werkt de Azura TE-drukplaat?

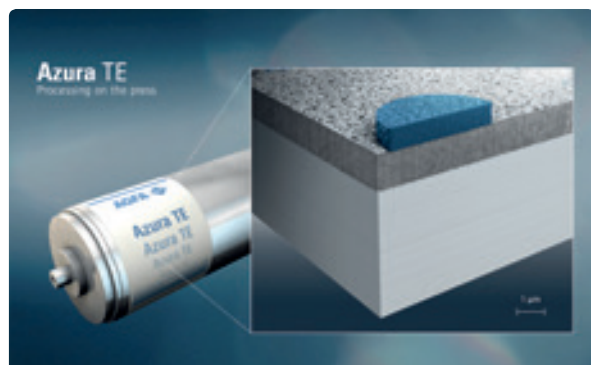
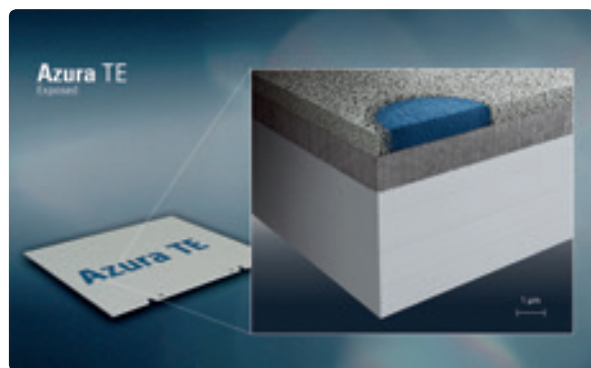
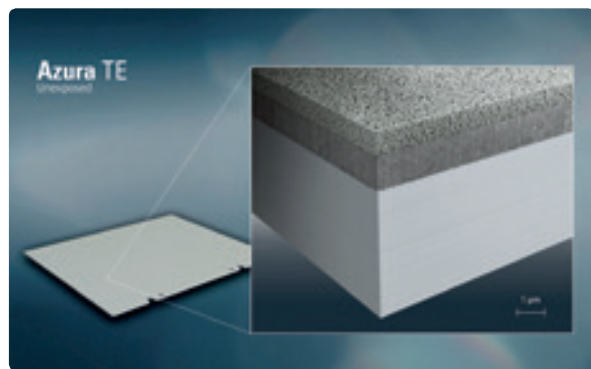
Net zoals zijn Azura-familiegenoten maakt ook deze drukplaat gebruik van Agfa's gepatenteerde ThermoFuse-technologie. Sinds deze in 2004 werd gelanceerd is ThermoFuse uitgegroeid tot dé wereldwijde standaard in duurzame plaatproductie. De technologie maakt gebruik van een wateroplosbare coatinglaag die kleine inktaccepterende latexpareltjes bevat. De pareltjes zijn zo klein (slechts enkele tientallen nanometer in diameter) dat ze een haarscherpe beeldreproductie mogelijk maken.

Tijdens de belichting van de Azura TE-plaat versmelten de latexpareltjes en hechten ze zich vast aan het aluminium substraat. Op dat moment is het drukbaar beeld, met een hoog contrast, gevormd.

De Azura TE-coating is speciaal ontwikkeld zodat de plaat na de belichting op de drukpers kan worden gespannen, zonder dat de plaat een ontwikkelstap nodig heeft. Bij het opstarten van de drukpers worden de niet-belichte delen van de plaat weggewassen door een interactie met de inkt en het vochtwater. Na enkele exemplaren heb je reeds verkoopbaar drukwerk.



*"Azura TE heeft dezelfde kwaliteiten als onze andere klassieke en chemievrije drukplaten," zegt collega Guy Desmet, Hoofd Prepress Marketing. "Een testperiode van een jaar heeft ons geleerd dat Azura TE compatibel is met alle commerciële plaatbelichters (Agfa en niet-Agfa), en een groot gamma van vochtwaters, inkten en drukpersen. Klanten houden van het gebruiksgemak van Azura TE, van de kwaliteit en van de productiviteitswinst."*





## Agfa Graphics op EMMA Media Night

In november vond in de prachtige Solvay-bibliotheek in Brussel de EMMA Media Night plaats.

140 vertegenwoordigers uit de media en politiek kwamen samen om de diversiteit van de Europese magazinesector te vieren. Agfa Graphics-collega Reinilde Alaert (foto), Global Segment Manager Newspapers, was een van de sprekers op het evenement. Zij sprak over Agfa Graphics' mobile publishing software Eversify. Ook het derde EMMA-magazine dat gelijktijdig met het evenement werd uitgebracht, bevatte een artikel over Eversify.

EMMA is een non-profit-organisatie gevestigd in Brussel met als missie het promoten en beschermen van de interesses van de Europese magazine-uitgevers bij de instellingen van de Europese Gemeenschap. EMMA verenigt 27 nationale verenigingen van periodieke persuitgevers en 21 zakelijke uitgeverijen in Europa en vertegenwoordigt zo in totaal meer dan 15.000 uitgeverijen die samen meer dan 50.000 titels uitgeven.

## Low-migration-inkten en membranen gaan voor *essencia Awards*

Agfa's low-migration-inkten en Zirfon Perls-separaatmembranen zijn de twee producten waarmee Agfa meedingt voor de *essencia Innovation Awards*. Met deze award wil *essencia*, de Belgische federatie van de chemische industrie en life sciences, Belgische bedrijven stimuleren om te innoveren en hun intellectuele eigendom te beschermen. De low-migration-inkten worden onder meer gebruikt voor het bedrukken van voedselverpakkingen zoals PET-flessen en botervlootjes. Daarbij is het uiteraard belangrijk dat de inkt volledig uitgehard is en niet door de verpakking kan dringen. Met de separaatmembranen kan water gesplitst worden in waterstof en zuurstof (alkalische elektrolyse van water). Vooral dat waterstof is van belang met voor de waterstof-economie. Het geproduceerde waterstof zal in de toekomst – wanneer olie echt schaars en echt duur begint te worden – kunnen worden ingezet als energiebron en energiedrager.



## 2015 Agfa Graphics *VIP-kalender: People & Contrast*



Ook voor 2015 maakte Agfa Graphics weer een VIP-kalender met beelden van de eigen medewerkers wereldwijd. Thema deze keer is *People & Contrast*, verwijzend naar de beeldtaal die Agfa Graphics tracht aan te houden in haar externe communicatie. Denk aan de kleurrijke beelden van mensen in de nieuwe showroom, op beurzen...

Net zoals de vorige jaren werd de kalender voorbereid en gedrukt met eigen Agfa Graphics-technologie, van drukplaten en plaatbelichters tot workflow-, kleurenbeheer-, raster- en zelfs security-software. De door collega's ingezonden beelden werden als uitdrukbaar postkaartjes verwerkt in grotere

beelden. De met fosforescerende inkt bedrukte cover licht op in het donker en bevat een gevouwen insteekvel met daarop de technische details over de verschillende pagina's. De maand december werd op 1mm dik materiaal (Vikopur Foamalux) gedrukt met een Anapurna-grootformaatinkjetprinter. De achterkant van elke pagina bevat een wetenswaardigheid over Agfa Graphics of haar producten.

De coverfoto van dit PLUS-nummer is van collega Paul Hanley uit Australië en siert de september-pagina van de Agfa Graphics VIP-kalender 2015.



# Succesvol verkopen met Miller Heiman

Het hoeft eigenlijk niet meer gezegd te worden... De wereld van de gezondheidszorg is volop in beweging: er is niet alleen de transformatie naar digitaal, ook onze klanten veranderen. Tegenwoordig zijn bij het afsluiten van een contract verschillende afdelingen of groepen van ziekenhuizen betrokken.

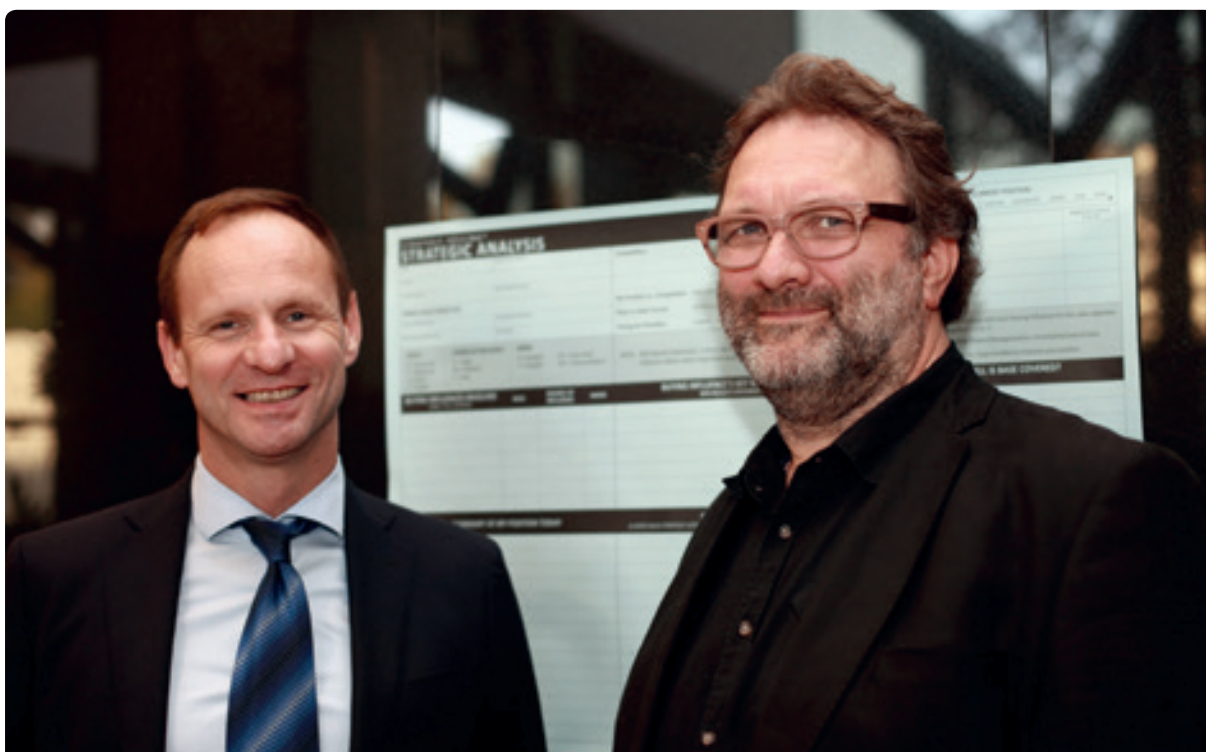
Dat leidt vaak tot veel complexere en langere verkoopcycli. Het vergt uiteraard ook een aangepaste aanpak in verkoop- en account management.

PLUS sprak hierover met Peter Van Nuland, die sinds begin dit jaar in het EMEA-team van Agfa HealthCare aan de kar trekt bij de invoering van de Miller Heiman-methodologie, een verkoopmethode voor de ontwikkeling van succesvolle verkoopstrategieën.

**PLUS:** *Miller Heiman, wat is dat precies?*

**PETER :** “Vroeger concentreerden we ons bij een deal meestal op de mogelijkheden van onze producten en de technische kant van de zaak. Daardoor verloren we wel eens de behoeftes en verwachtingen van verschillende belanghebbenden bij de klant uit het oog. De markt waarin we ons bevinden wordt echter steeds complexer; ziekenhuizen groeperen zich dikwijls tot ingewikkelde groepen en structuren met zeer veel afdelingen en betrokkenen. Daarbij komt dat vele deals betrekking hebben op verschillende producten en oplossingen, wat het geheel nog een stuk moeilijker maakt.

Om bij zulke complexe deals voldoende snel de beslissing te kunnen nemen over het al dan niet indienen van een offerte (*bid/no bid*) en om de onderhandelingen succesvol af te kunnen ronden, was er nood aan een gestructureerd account management en een volledig geïntegreerd verkoopproces, waarbij je de vele



Peter Van Nuland (r.) en Hans Vandewyngaerde (l.) rollen de Miller Heiman-methodologie uit in de EMEA-regio van Agfa HealthCare. De Blue Sheet op de achtergrond geeft hen in één oogopslag een goed overzicht van het speelveld.

belanghebbenden eerst identificeert en ze daarna ook niet meer uit het oog verliest. Dat is waar de Miller Heiman-methodologie ons bij helpt. Het is een methodologie die door honderden bedrijven wereldwijd met succes wordt toegepast, in de meest uiteenlopende sectoren. Eigenlijk overal waar complexe deals worden afgesloten.”

**PLUS: Hoe gaat die methodologie precies in zijn werk?**

**PETER :** “Voor elk project beginnen we met het in kaart brengen van alle belanghebbenden op de verschillende niveaus in de ziekenhuizen: wie neemt of beïnvloedt de beslissingen? We gaan in detail uitzoeken wat de wensen en behoeften zijn van elk van hen en staan stil bij hun zakelijke en zelfs persoonlijke motieven. Per project gaan we ook nauwkeurig onze concurrentiepositie evalueren. Zoals gezegd kunnen we hierdoor sneller een duidelijke beslissing nemen tussen deelnemen of niet, een offerte indienen of niet. Door dit project per project zo nauwkeurig aan te pakken en soms ook te beslissen niet in te gaan op een offertevraag, krijgen we meer tijd voor projecten waar onze kansen om te winnen veel groter zijn.

**PLUS: Hoe ben jij er zelf bij betrokken geraakt?**

**PETER:** In oktober 2013 organiseerde Hans Vandewyngaerde, President EMEA voor Agfa HealthCare, een eerste training over de Miller Heiman-methodologie voor de Europese verkoopverantwoordelijken. De reacties waren zeer positief. Daarom zocht Hans iemand die dit project kon trekken. Rond Kerstmis vorig jaar stopte Hans me dan een boekje toe – het leek wel een bijbel zoals je die in hotels soms in het nachtkastje vindt – over de Miller Heiman-methodologie. Ik ben zelf absoluut geen verkoper, maar ik kon me helemaal vinden in de gestructureerde aanpak van het verkoopproces. Sinds begin dit jaar werk ik aan het uitrollen van de methodologie in heel de EMEA-regio samen met projectcoach Willy Rose, Head of Marketing IT EMEA, en met de ondersteuning van Hans als projectsponsor.

**PLUS: Wat hebben jullie tot nu toe gedaan?**

**PETER:** We zitten nu volop in de trainingsfase. Daarbij houden we zoveel mogelijk rekening met de specifieke situatie en wensen van het land. Intussen zijn er 130 mensen getraind tijdens negen sessies en in vijf verschillende talen.

**PLUS: Wat zijn die grote blauwe vellen die daar hangen? Wat hebben die met Miller Heiman te maken?**

**PETER :** “Dat zijn de fameuze *Blue Sheets*, een van de instrumenten van de Miller Heiman-methodologie.

Het komt er eigenlijk op neer om de hele situatie van de opportuniteit, van het project, op één blad te verzamelen. Zo krijg je in een oogopslag zicht op het hele speelveld. Het is een beetje zoals bij Stratego, de

“Complexe deals  
gestructureerd aanpakken  
en met succes afsluiten  
is teamwork.”

*Blue Sheet* kan je vergelijken met een kaart van het slagveld. Het geeft je een zicht op wie waar staat, waar je rekening mee moet houden en waar je moet voor opletten. Bijkomend geeft de *Blue Sheet* het voordeel dat we steeds meer in dezelfde termen gaan spreken. De key account manager is dan wel de eigenaar van de opportuniteit en van de *Blue Sheet*-oefening, maar ook de collega's van pre-sales en service zijn nauw betrokken bij de *Blue Sheet*-oefening. Door hetzelfde jargon te gebruiken, begrijpen ze elkaar beter en kunnen ze samen makkelijker de situatie beoordelen, verbeteringen aanbrengen en sneller tot de juiste beslissingen komen, bijvoorbeeld over een *bid* of *no bid*. Verkopen wordt zo teamwork.

**PLUS: Zijn er al concrete resultaten behaald? Kan je een voorbeeld geven?**

**PETER :** “Ja zeker. Toen we onlangs in het VK aan een *Blue Sheet*-oefening begonnen voor een opportuniteit in een groot ziekenhuis, dachten we dat we de klant zeer goed kenden. Maar bij het invullen bleek al snel dat we niet de juiste contacten hadden in de betrokken afdeling en dat we niet goed genoeg op de hoogte waren van waar de klant nu precies wilde in investeren.



Een actieplan werd opgesteld en nu zijn we terug in de running. Het bewijst dat zo'n *Blue Sheet*-oefening heel wat aan het licht kan brengen, ook bij klanten die we door en door dachten te kennen.

Een ander voorbeeld van een geslaagde *Blue Sheet*-oefening was dichterbij. Een ziekenhuis kondigde een aantal investeringen aan en we waren al volop bezig met de aanbidding van een totaaloplossing. Bij wijze van training hebben we toch een *Blue Sheet* ingevuld, waarbij we ontdekten dat er in de verschillende betrokken afdelingen een andere dynamiek speelde en een verschillende timing werd gehanteerd. Op basis daarvan is er beslist om van tactiek te veranderen en onze offerte op te splitsen en de verschillende afdelingen

deeloplossingen aan te bieden. Als je dan hoort dat de bestelbonnen binnenlopen, dan is dat een succes!

**PLUS: Wat zijn nu de volgende stappen?**

**PETER:** De enthousiaste reacties en de eerste resultaten zijn enorm motiverend. Voor 2015 is de uitdaging dan ook om de methodologie verder stevig te verankeren in de dagelijkse bezigheden. We kregen ook al vragen naar opvolgtrainingen en naar training voor de mensen die betrokken worden bij de *Blue Sheet*-oefening. Complexe deals gestructureerd aanpakken en met succes afsluiten: het is en blijft teamwork!

**PLUS: Bedankt en succes!**



Begin oktober volgden deze collega's de Miller Heiman-training. Intussen zijn er al 130 mensen getraind tijdens negen sessies en in vijf verschillende talen.

# Infosessie Oosterweelverbinding

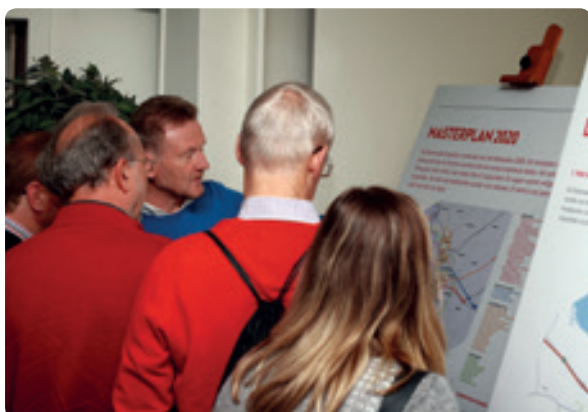
Ruim 70 geïnteresseerde collega's hadden hun middagpauze op donderdag 27 november voorbehouden voor de infosessie over het dossier van de Oosterweelverbinding.

Aanvankelijk zou voorzitter Rudi Thomaes van de Beheersmaatschappij Antwerpen Mobiel (BAM) deze presentatie geven. Het Vlaams Parlement had hem echter opgevorderd omdat die dag een commissievergadering over het Masterplan 2020 op de agenda stond. Zijn vervanger Bojan Cerović bewees echter het dossier op zijn duimpje kennen. In een presentatie van een goed uur kon hij de plannen, zoals ze begin 2014 door de Vlaamse regering werden goedgekeurd, tot in het kleinste detail toelichten. Er was ook ruim gelegenheid om vragen te stellen, zowel tijdens als na de presentatie. Elke vraag werd op een duidelijke manier beantwoord. De BAM-medewerkers hadden hiertoe ook heel wat informatie op panelen of in brochurevorm meegebracht.

De lessen die we onthouden uit deze presentatie? Een plan zoals de Oosterweelverbinding is absoluut noodzakelijk om de verkeerssituatie rond Antwerpen uit de knoop te halen. Het is een reusachtig project en het zal een hele onderneming zijn om het in de voorziene tijdsspanne van vijf jaar te realiseren. Momenteel wachten er nog heel wat uitdagingen op het vlak van GRUP, MER en stedenbouwkundige vergunningen. Maar ook over de financiering van het project is ook het laatste woord nog niet gezegd. Als alles goed loopt met de planning dan gaan, na een aantal voorbereidende werken in 2015 en 2016, de grote werken van start in 2017. Op papier ziet het er alvast mooi en behoorlijk indrukwekkend uit. Voorlopig is het wachten op de eerste spadesteek. Wordt ongetwijfeld vervolgd.



*BAM-vertegenwoordiger Bojan Cerović informeerde een geïnteresseerd Agfa-publiek over het Oosterweeldossier.*





Begin december was het weer tijd voor het grootste radiologiecongres annex beurs van het jaar. In Chicago opende RSNA (Radiological Society of North America) zijn deuren inmiddels al voor de 100ste keer.

Zo'n jubileum zou natuurlijk een prima moment zijn om mijmerend terug te kijken naar het verleden, en met meer dan 140 jaar ervaring heeft Agfa HealthCare zeker een rol gespeeld in de evolutie van de gezondheidszorg en de radiologie in het bijzonder. Voor deze editie koos Agfa HealthCare echter resoluut voor de toekomst. Onder het thema *The Future of Technology* verwelkomden we honderden bezoekers op de stand.



# 100 jaar RSNA

De wereld van de gezondheidszorg is meer dan ooit in volle verandering en de behoeftes van de radiologie-afdelingen, maar ook hun rol in het ziekenhuis en in de hele zorgverstrekking aan de patiënt zijn volop in beweging. De uitdaging voor de radiologen en hun afdeling is om in de zorginstelling een expertise- of competentiecentrum te worden voor alles wat met beeldvorming, beeldverwerking en beeldbeheer te maken heeft.

Een antwoord bieden op die uitdagingen was de rode draad op de Agfa HealthCare stand: het spotlicht stond

o.a. op IT-oplossingen zoals de Enterprise Imaging XERO Viewer die een echte samenwerking toelaat tussen de verschillende zorgverstrekkers dankzij *instant messaging tools* via tekst en video. Patiëntendosisreductie en dosisbeheer is een belangrijk *hot topic* en tegenwoordig een prioriteit bij iedereen in de gezondheidszorg. Agfa HealthCare's Fast Forward Digital Upgrade programma werd gepromoot om klanten versneld de voordelen van digitale radiografie te bieden, inclusief het bijbehorend potentieel tot dosisreductie.



## The Future of Radiology

De RSNA-bezoekers kregen op de Agfa HealthCare-stand een GoogleGlass-demonstratie en een interactieve Kinect set-up. Zo lichtten we een tipje van de sluier van hoe de verdere toekomst eruit kan zien: draagbare technologie en oplossingen gestuurd door bewegingen. Het uiteindelijke doel is de zorgverstrekking efficiënter, effectiever en veiliger te maken. Het was allemaal te zien en uit te proberen. Agfa liepen er aardig mee in de kijker en de bezoekers waren sterk onder de indruk.



## Demoruimte HealthCare krijgt nieuw kleedje!

De voorbije weken kreeg de demoruimte van Agfa HealthCare op de derde verdieping in gebouw 120 een opfrisbeurt of make-over. Een nieuwe indeling en opstelling van onze productportfolio en meer ruimte voor beelden en animaties zullen zorgen voor een modernere *look&feel*. De opfrissing van de wanddecoratie, een nieuw laagje verf en de nodige herstellingen aan verlichting en vloerbekleding zorgen voor de rest.

Vanaf januari 2015 is de demoroom is opnieuw klaar om bezoekers te ontvangen. Kom gerust eens een kijkje nemen!



## Prijs!

Hier vind je de oplossingen van de puzzels uit het vorige nummer en ontdek je misschien ook of jij een van de prijsbeesten bent die twee filmtickets aan de haak slaat.

De antwoorden op de puzzelvragen waren:

A. Wouter Vandenhaute – B. Kinderboerderij – C. Lettergreep – D. Homoniemen – E. Wisselfout –  
F. Hartewens – G. Rataplan – H. Gangpad – I. Deken – J. Fetta – K. Bodem – L. Kust

De vraag die je kreeg als je alle letters op de juiste plaats zette, luidde: Hoe heet het Franse monument dat tijdens de verbouwwingswerken bekleed werd met portretten gedrukt op Agfa's Anapurna? Antwoord: Het Pantheon.

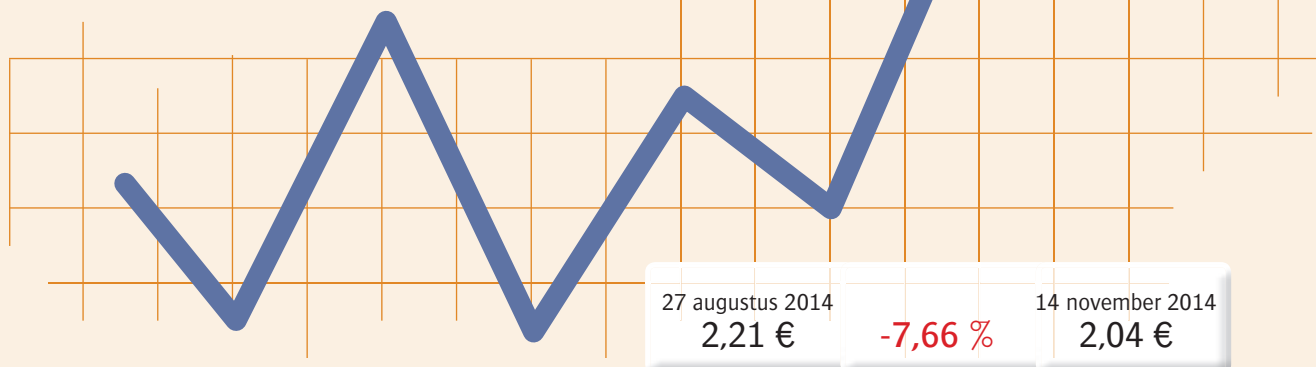
De te zoeken cijfers van de sudokus waren 4 en 3.

Winnen elk twee filmtickets: Erik Buedts (Agfa Materials) en Jan De Clippeleer (Agfa HealthCare).  
Proficiat!



# 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.



## Meer winst uit minder omzet

De goede marges van het tweede kwartaal hadden de analisten er toe aangezet om ook voor het derde kwartaal het beste te verwachten. Als je dan als onderneming opnieuw de verwachtingen overtreft, kan je meestal op lovende commentaren rekenen.

De recurrente bedrijfswinst steeg met bijna een derde tot 34 miljoen euro, ruim drie miljoen euro hoger dan de analistenconsensus. En met een nettowinst van 9 miljoen euro deden we ook 4 miljoen euro beter dan verwacht. Dat Agfa er in slaagt om bij een dalende omzet toch meer winst te maken is niet nieuw. Het is het verhaal van de vier laatste kwartalen. De combinatie van de positieve impact van de efficiëntie-programma's en de sterke daling van de grondstofprijzen resulteerden in een beter dan verwachte brutowinstmarge van 30,8%.

Dit alles brengt Agfa steeds dichterbij de doelstelling van een recurrente EBITDA van 10%. Waar we vroeger zeiden dat dit een doelstelling 'op de lange termijn' was, hebben we dit nu aangepast tot 'op de korte termijn'. In financiële kringen verstaat men daaronder volgend jaar.

Is dit realistisch? De analisten schijnen er wel in te geloven. Ook in het vierde kwartaal zien zij een verdere positieve invloed van de gunstige dollarkoers en zilverprijs. Als de zilverprijs rond de 16 dollar blijft schommelen, denkt analist Emmanuel Carlier van ING er zelfs aan om de EBIT-verwachtingen voor 2015 op te trekken, wat wel eens een gunstig effect op het aandeel zou kunnen hebben. De zilverprijs bedroeg midden november 16 dollar, een daling van 25% tegenover het tweede kwartaal.

Het is duidelijk dat Agfa gestaag werkt aan zijn opgang. Een journalist titelde ietwat dramatisch zelfs dat Agfa uit een diep dal klimt. Maar misschien heeft hij wel gelijk en komen we inderdaad van ver terug. Om onze opgang succesvol verder te kunnen zetten, wijzen de meeste analisten naar de omzet. Die moet absoluut en dringend omhoog. De sterk verminderde netto financiële schuld stelt ons in staat om ook buiten de eigen muren naar groeimogelijkheden te zoeken. Een gerichte en doordachte overname behoort opnieuw tot de mogelijkheden.



# SYNAPS XM



*SYNAPS is uitermate geschikt als weerbestendige en scheurvaste onderlaag voor hoogwaardig drukwerk.*

SYNAPS XM135, Agfa's synthetisch papier voor gebruik op digitale drukpersen en multifunctionele kopieertoestellen, heeft met succes de certificeringstests doorstaan voor gebruik op Kodak's NexPress digitale drukpersen. Eerder behaaldwe SYNAPS OM, geschikt voor offset-drukpersen, na een reeks gelijkaardige tests reeds een certificaat voor gebruik op HP Indigo-drukmachines.

# ontvangt certificaat voor gebruik op Kodak's NexPress

Dergelijke certificaten helpen drukkers bij de selectie van het geschikte bedrukbare materiaal in functie van hun bestaande uitrusting zodat ze probleemloos – lees: rendabel – hun drukopdrachten kunnen realiseren. Samen met de publicatie van het certificaat worden overigens ook de gebruikte instellingen vrijgegeven van de machine tijdens de tests, zodat nieuwe gebruikers daarmee meteen efficiënt aan de slag kunnen.

De verenigbaarheid van synthetische papieren met bepaalde druktechnologieën ligt niet voor de hand. In zowel het digitale als het offset-drukproces gedraagt kunststof zich op een aantal vlakken erg verschillend van 'echt' papier: inkt en toner hechten bijvoorbeeld meestal niet zo snel en plastic kan makkelijk last hebben van electrostatische oplading, die vellen aan elkaar doet kleven. Het nieuwste certificaat verklaart dat SYNAPS XM bij gebruik op een NexPress-machine geen van voornoemde problemen vertoont, prima drukkwaliteit mogelijk maakt en maat- en vormvast blijft ondanks de hoge *fuser*-temperatuur die in de machine heerst.

Een lange uitleg en veel moeilijke woorden om te bevestigen wat onze slagzin al lang zei:  
*SYNAPS. It prints like paper.*

Het volledige persbericht vind je onder de rubriek Press op [www.agfa.com](http://www.agfa.com).

“We zijn erg tevreden met het behalen van dit certificaat. Het toont nog maar eens aan dat SYNAPS een zeer eenvoudig te gebruiken oplossing is voor drukkerijen die probleemloos willen overschakelen van drukopdrachten op papier naar drukopdrachten op synthetische materialen op dezelfde printtechnologie – of het nu digitaal of offset is,” zei Ivo Thys, Global Sales Manager SYNAPS. “Het betekent dat er nog meer klanten onmiddellijk aan de slag kunnen met SYNAPS en bijna geen leerproces moeten doorlopen om dezelfde afdrukkwaliteit en productiviteit te bereiken die ze hebben als ze op papier drukken.”





# Richtlijnen sociale media helpen je sociale mediablunders te voorkomen



## Let op wat je **tweet**, want je weet nooit wie het ziet!

Sociale media zijn niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Bijna dagelijks komen er nog nieuwe netwerksites, microblogsites, sites om beelden te delen en apps allerhande bij. Rekening houdend met de recente ontwikkelingen publiceerden Corporate Communications en de businessgroepen zopas een nieuwe versie van de richtlijnen voor het gebruik van sociale media (Social Media Guidelines) op het intranet.

Elke internetgebruiker – en wie is dat niet – krijgt met sociale media te maken. We maken vrienden op Facebook en we tweeten onze mening over de toestand van de wereldeconomie en over de nieuwste van U2. We zetten onze kwaliteiten in de verf op LinkedIn en we delen foto's op Picasa en filmpjes op YouTube. De Winkler Prins staat stof te vergaren in de bib, want tegenwoordig vertelt Wikipedia ons wie het Verdrag van Jalta ondertekende en wie op het WK van '86 het derde doelpunt scoorde tegen de Sovjet-Unie. Niets dan voordelen, zou je denken, maar dat is niet helemaal waar.

Het gebruik van sociale media houdt ook risico's in. Ondoordachte commentaren of minder flatterende foto's kunnen je reputatie in een mum van tijd naar de vaantjes helpen. Maar ook bedrijven zijn soms het slachtoffer van sociale mediaflaters van hun medewerkers. Op het internet vind je ontelbare lijstjes met voorbeelden van genante of schadelijke tweets en posts. Zo vertellen loslippige verkopers hun 'vrienden' over het nieuwste product van hun firma voordat het product al officieel voorgesteld is. Misnoegde werknemers verwensen hun baas op Facebook, waarbij ze jammer genoeg even uit het oog verliezen dat ze diezelfde baas pas nog als vriend toevoegden... Erger nog: mensen zijn er zich vaak niet van bewust dat er softwaresystemen bestaan die het internet – dus ook de sociale media – constant scannen op bepaalde trefwoorden, zoals firmanamen. Het zou niet de eerste keer zijn dat een privé-tweet met vertrouwelijke informatie over een werkgever onbedoeld wordt opgepikt door journalisten of concurrenten.

De sociale mediarijchlijnen zijn bedoeld om je te helpen dit soort kleine en grote incidenten te vermijden. Hierbij vind je alvast tien tips die je best in acht neemt wanneer je op sociale media berichten plaatst over Agfa, zijn producten, activiteiten en medewerkers. Lees ze zeker eens door, want ook in je vrije tijd blijf je steeds een werknemer van Agfa...



Meer tips en nuttige informatie vind je in de richtlijnen voor het gebruik van sociale media op het intranet onder Communication.

## Tien tips om sociale mediablunders te voorkomen

- 1 Wees ook op sociale media steeds jezelf. Zeg wie je bent en – indien relevant – voor welk bedrijf je werkt. Maak duidelijk dat je spreekt uit eigen naam wanneer het over werkgerelateerde onderwerpen gaat. Spreek in de eerste persoon.
- 2 Denk na voor je een bericht plaatst. Gebruik je gezond verstand en wees beleefd. Corrigeer fouten. Wees respectvol tegenover andere culturen, religies, waarden, politieke opvattingen, ...
- 3 Respecteer het copyright en het intellectueel eigendom van Agfa en van anderen. Vermijd het gebruik van logo's, handelsmerken, muziek, beelden enz. zonder voorafgaand akkoord van Corporate Communication, de communicatieafdeling van je businessgroep of van betrokken derde partijen. Citeer of bespreek geen klanten, concurrenten, leveranciers of collega's zonder hun toestemming of zonder je bron te vermelden.
- 4 Check de reacties op je berichten en zorg ervoor dat ze even correct, respectvol en legaal zijn als je eigen bijdrage.
- 5 Krijg je te maken met journalisten, aandeelhouders of belanghebbenden van buiten je vakgebied, verwijs ze dan door naar de persverantwoordelijke, Investor Relations of de juiste persoon/afdeling binnen Agfa.
- 6 Deel geen interne en/of vertrouwelijke informatie. Geef geen commentaar over Agfa's financiële resultaten, strategie, prijszetting, ... Spreek niet over producten en diensten die niet tot je eigen vakgebied behoren.
- 7 Gebruik je e-mailadres van Agfa niet voor persoonlijke accounts op sociale media. Publiceer je contactgegevens niet op publiek toegankelijke accounts.
- 8 Publiceer geen dingen waarvoor je je tegenover je baas of je collega's zou schamen. Of tegenover je moeder...
- 9 Lieg niet en uit geen dreigementen. Publiceer geen lasterlijke, vulgare of obscene berichten. Wees geen spammer.
- 10 Bij twijfel vraag je je manager of het veilig is om bepaalde informatie te posten. Met vragen over het gebruik van sociale media kan je ook terecht bij Corporate Communication of bij de communicatieafdeling van je businessgroep.



Tetanusvaccinatie recent uitgebreid met middel tegen kinkhoest

# Zet je niet **klem!**

Onlangs heeft de Vlaamse overheid, bevoegd voor Preventieve Gezondheidszorg, beslist om haar vaccins tegen tetanus en kroep uit te breiden met een component tegen kinkhoest. Het nieuwe vaccin heet Boostrix en vervangt vanaf nu Tedivax. Maar wat zijn tetanus, kroep en kinkhoest nu weer precies? En wat doen we best om deze infectieziekten te voorkomen? PLUS klopte voor u aan bij de bedrijfsarts en vernam er alles over.

## Tetanus

Bijna iedereen kent de infectieziekte tetanus bij naam, maar slechts weinig mensen kennen nog iemand die hier ooit aan leed. Dit komt omdat men sinds 1957 een effectieve bescherming heeft gevonden tegen 'de klem', namelijk inenten en regelmatig hervaccineren. Bovendien is men ook meer belang gaan hechten aan het goed verzorgen van wonden. Het risico op besmetting is echter niet verdwenen.

De bacterie komt vooral voor in de darmen van plantenetters (paarden, schapen, geiten,...). Via de uitwerpselen van deze dieren kan de grond besmet raken. Een klein huidwondje is dan soms voldoende om een aantal tetanusbacteriën tot diep in je lichaam te laten doordringen. Eens binnen kunnen ze een gif afscheiden. Dat gif is verantwoordelijk voor de typische symptomen: hoge bloeddruk, snelle pols en hartritme-stoornissen, koorts, zweten en verkrampde spieren. Een besmetting kan mogelijk dodelijk zijn.

Ouders wordt dan ook aangeraden om hun kinderen tegen tetanus te laten inenten. Op de leeftijd van 14 jaar worden ze een laatste maal ingeënt voor tetanus, kroep en kinkhoest. Dat zal ze, voor wat tetanus betreft, minstens tien jaar lang beschermen. Uiteraard blijft het ook altijd belangrijk om elke wonde zo snel mogelijk goed te reinigen en te ontsmetten.



## Kroep

Voordat er gevaccineerd werd was de kroep (of difterie) de meest voorkomende doodsoorzaak bij kinderen. Kroep wordt via ziektekiemen door de lucht overgedragen van mens op mens. Een keelontsteking door de kroepbacterie veroorzaakt, was meestal zo ernstig dat de kinderen stierven door verstikking. Voorts kan de bacterie in het lichaam een gif produceren dat schadelijk is voor het zenuwweefsel en de hartspier. Gelukkig kennen we in onze contreien deze ziekte nu niet meer omdat er massaal gevaccineerd wordt, samen met de vaccinatie tegen tetanus.

## Kinkhoest

Kinkhoest is dan weer een erg besmettelijke ziekte van de luchtwegen. Bij (als kind gevaccineerde) volwassenen kan deze ziekte zich voordoen als een banale verkoudheid waarna een hardnekkige, droge hoest wekenlang blijft bestaan. Bij kinderen kunnen dergelijke hoestbuien zeer zwaar worden en zelfs tot ademstilstand leiden. Bij zuigelingen kunnen groeistoornissen optreden. Bij de jongste groep, de pasgeborenen, kan de infectie erg atypisch verlopen en bijvoorbeeld leiden tot een plotse maar dodelijke ademhalingsstilstand. Wanneer de symptomen opduiken, helpt medicatie vaak al niet goed meer. Het is immers niet de bacterie zelf die de symptomen veroorzaakt, maar wel de reeds aangemaakte en in het lichaam nog circulerende gifstoffen.

Daarom worden kinderen systematisch gevaccineerd, eveneens parallel aan de vaccinatie tegen tetanus en kroep. De eerste vaccins beginnen pas na enige weken voldoende te werken. Borelingen blijven dus erg kwetsbaar gedurende de eerste levensweken. Zolang de ziekte bij volwassenen niet veel voorkwam, was dit geen probleem: de kans dat een nog onvoldoende beschermde boreling tijdens de eerste levensweken in contact kwam met een besmet persoon uit de directe omgeving was immers erg klein. Maar sinds een aantal jaar is er een gestage stijging van het aantal bewezen kinkhoestgevallen bij volwassenen. Er wordt dan ook gepleit voor een specifieke hervaccinatie van de directe kring van contactpersonen rond pasgeborenen (ouders, grootouders, zorgverleners, ...).

## Dus: zet je niet klem!

Zwangere vrouwen, maar ook alle andere volwassenen in Vlaanderen kunnen zich vanaf juli 2014 gratis laten vaccineren met het uitgebreide vaccin Boostrix, dat ook bescherming biedt tegen kinkhoest. Voorheen werd Tedivax gebruikt om je immuniteit tegen tetanus en kroep op peil te houden. Van kinkhoest werd verondersteld dat het niet nodig was om dit elke tien jaar opnieuw aan te sterken via een booster. Sinds men echter een gestage toename van de geregistreerde gevallen van kinkhoest waarnam, is deze houding veranderd. Het Boostrix-vaccin zal dus voortaan ook door de bedrijfsgezondheidsdienst gebruikt worden om je elke tien jaar te hervaccineren zodat jij en je kwetsbare omgeving beschermd blijven.

**“Om de tien jaar een booster voor tetanus, kroep en kinkhoest is aangewezen. Laat je dus tijdig vaccineren.”**

## Aanbeveling

Het wordt aangeraden om bij een normaal doorlopen jeugd vaccinatieschema je regelmatig te laten hervaccineren met Boostrix, dat beschermt tegen tetanus, kroep en kinkhoest. Normaal dient dit voor het eerst opnieuw te gebeuren vanaf een leeftijd van ongeveer 25 jaar en dan om de 10 jaar.

Indien je je echter voor die periode van 10 jaar kwetste en hulp bent gaan zoeken bij spoed of uw huisarts (voor bv een hechting), dan wordt standaard ook een rappel toegediend.

Daarom kijk je best op je vaccinatiekaartje wanneer de laatste inenting juist plaats vond. Indien je geen inentingskaartje hebt, kan je eventueel ook terecht bij je huisarts. Die kan in je medisch dossier nagaan wanneer de laatste geregistreerde inenting juist plaatsvond.

Heb je totaal geen idee, ook dan neem je best spoedig contact op met je huisarts of de Bedrijfsgezondheidsdienst.

Daarnaast blijft het uiteraard belangrijk om elke wonde zo snel mogelijk goed te reinigen en te ontsmetten!

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.

# “Soms mis ik het Russische relativiseringsvermogen”



Zo'n vijftien jaar geleden streek Oxana Grigorova neer in België. Ze bouwde hier haar leven op en vorig jaar kwam ze Agfa HealthCare versterken. Oxana verwelkomt ons met de typisch Russische gastvrijheid én in vlekkeloos Nederlands. Nog voor ons gesprek goed en wel begonnen is, drukt ze ons op het hart dat ze heel blij is met haar toffe collega's. De grapjes over en weer bewijzen dat het wel goed zit met de sfeer bij Direct Export, haar afdeling.

**PLUS: Hoe ben je als Russische in België terechtgekomen?**

**OXANA:** Ik ben geboren en opgegroeid in de Estse hoofdstad Tallinn, maar toen ik zestien was ben ik met mijn ouders naar de Russische stad Koersk verhuisd. Koersk ligt zo'n vijfhonderd kilometer van Moskou. Naar Russische normen is dat vlakbij. Tijdens mijn studie vertaler-tolk kreeg ik de kans om als uitwisselingsstudent naar België te komen. Later ben ik dan echt naar hier verhuisd om een postacademische opleiding aan de Universiteit Antwerpen te volgen.

**PLUS: Je hebt hier ook werk gevonden?**

**OXANA:** Na mijn studies ben ik bij een Belgische KMO beginnen te werken die in Rusland en andere Oost-Europese landen verschillende projecten in de voedings- en verpakkingindustrie heeft lopen. Maar na tien jaar bij die firma was het tijd voor iets anders. Ik

wilde graag bij een groot internationaal bedrijf aan de slag gaan. Ik heb toen gesolliciteerd naar een job bij Agfa HealthCare, maar die werd intern ingevuld. Kort nadien werd ik alsnog opgebeld door een HR-medewerker die vond dat mijn profiel perfect bij mijn huidige functie paste. Zo ben ik een jaar geleden bij Agfa HealthCare in dienst gekomen.

**PLUS: Wat houdt je job zoal in?**

**OXANA:** Het is een dubbele functie. Enerzijds ben ik marketingassistent voor de regio Direct Export. Ik assisteer onze marketingmanager bij de implementatie en de opvolging van marketingprojecten in onze regio. Momenteel werken we bijvoorbeeld aan de voltooiing van de Russische versie van de HealthCare-website die gericht is op de Russisch sprekende landen van onze regio. Voorts ben ik ook betrokken bij de organisatie van beurzen en congressen in onze regio. Anderzijds verzorg ik als junior productmanager het contact tussen Direct Export en de collega's die instaan voor de contrastmediabusiness. Ik volg constant de evolutie van deze business in onze regio.

**PLUS: Is de job wat je ervan verwacht had?**

**OXANA:** Jazeker. Wat me het meeste aansprak was het diverse karakter van de functie. Ik kom niet alleen met collega's en klanten in Rusland in contact, maar ook met mensen uit andere delen van de wereld. Direct Export



richt zich op landen in het Midden-Oosten en in Afrika en op landen van het GOS. Die verschillende nationaliteiten, omgangsvormen en gewoontes maken het werk heel boeiend. Een beurs organiseren is in Rusland heel anders dan in Koeweit, bijvoorbeeld. Elk land heeft ook zijn eigen prioriteiten. We werken heel nauw samen met de collega's van Global Marketing & Communications en met de collega's in de Direct Export-landen om onze projecten zo goed mogelijk op die prioriteiten af te stemmen.

**PLUS:** *Je Nederlands is perfect. Was het moeilijk om de taal te leren?*

**OXANA:** Dat viel eigenlijk best mee. Ik ben de taal beginnen te leren toen ik hier kwam studeren. Mijn postuniversitaire studies heb ik volledig in het Nederlands gevolgd. Dat was wel een uitdaging. Ik vind het Nederlands een vrij logische taal, weliswaar met heel wat uitzonderingen. Het was ook een voordeel dat ik al andere talen gestudeerd had. We proberen onze kinderen nu trouwens ook tweetalig op te voeden.

**PLUS:** *Je bent hier nu al zo'n 15 jaar. Is er iets dat je bijzonder opvalt aan België of de Belgen?*

**OXANA:** Belgen zijn meestal heel vriendelijk. Als je Belgen op straat iets vraagt, zijn ze bijna altijd onmiddellijk bereid om te helpen. Doe hetzelfde in Rusland en je zal heel vaak alleen een norse blik als

antwoord krijgen. In de winkels hier is de klant koning, in Rusland niet. Maar aan de andere kant mis ik soms wel de spontaneiteit en de gastvrijheid van de Russen. Bij Russische vrienden mag je altijd zonder seintje vooraf op bezoek gaan. Je zal altijd even welkom zijn. Wil je bij een Belg langsgaan, dan moet dat vaak maanden vooraf afgesproken worden, met de agenda's in de hand. Russen zijn ook optimistischer, ondanks de problemen die ze hebben. Ze springen inventief met moeilijkheden om en ze kijken met een behoorlijke portie ironie naar het leven. Dat relativeringsvermogen mis ik hier wel eens.

**PLUS:** *Ga je nog vaak terug naar Rusland?*

**OXANA:** Ik probeer één keer per jaar mijn familie en mijn Russische vrienden te bezoeken. Mijn ouders komen ook geregeld naar hier. Dankzij Skype en andere communicatiemiddelen is de wereld nu eigenlijk heel klein geworden. En als de heimwee echt te groot wordt, sta ik ook op een paar uur in Moskou.

**PLUS:** *Denk je dat je hier altijd zal blijven wonen?*

**OXANA:** Ik denk het wel. Ik heb hier mijn leven uitgebouwd. De vrienden die ik hier ondertussen gemaakt heb, zou ik niet graag meer willen missen. Ik kan echt heimwee hebben naar Rusland, maar elke keer als ik daar ben voel ik toch dat mijn thuis in België is.





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 **Gerd De Boeck**

# “De Groote Oorlog blijft fascineren, ook honderd jaar later”



Bij Agfa is de blik van collega Gerd De Boeck vooral op de toekomst gericht. Binnen het MTC van Materials is hij verantwoordelijk voor een lab dat metingen uitvoert op toekomstgerichte producten, zoals SYNAPS. In zijn vrije tijd zit hij met zijn gedachten vaak bij gebeurtenissen die honderd jaar geleden plaatsvonden. Hij is gefascineerd door de Groote Oorlog.

**PLUS: Waar komt je fascinatie voor de Eerste Wereldoorlog vandaan?**

**GERD:** Mijn interesse voor geschiedenis is aangeboren. De fascinatie voor de Groote Oorlog is begonnen toen ik van mijn moeder een doos kreeg met brieven en medailles van mijn grootoom. Die was soldaat aan het IJzerfront. Later is mijn interesse geleidelijk verschoven van het Belgische leger naar de Britse WOI-soldaten. In het begin las ik gewoon heel veel over hun inbreng in de oorlog, maar mijn interesse werd nog intenser na een bezoek aan de militaire begraafplaats Tyne Cot bij Passendale.

**PLUS: Waarom was dat een nieuwe mijlpaal?**

**GERD:** Op de herdenkingsmuur ontdekte ik toevallig de naam A. De Boeck. Deze familienaamgenoot was gesneuveld als militair bij het tweede bataljon van de Honourable Artillery Company (HAC). Deze Britse eenheid bestaat al bijna 500 jaar. Ik vroeg me af hoe iemand met dezelfde Vlaams klinkende naam als ik in die eenheid terechtgekomen was. Dus ben ik beginnen graven in zijn geschiedenis. Ik heb ontdekt waar in Engeland Arthur Holland De Boeck – want zo heette hij voluit – vandaan kwam, hoe hij gesneuveld is en nog veel meer. Voor zover ik kon achterhalen was hij trouwens geen familie.

**PLUS: En van het één kwam het ander?**

**GERD:** Inderdaad. Door naar de achtergrond van deze Britse soldaat op zoek te gaan, ben ik in contact gekomen met de HAC-eenheid. Uiteindelijk ben ik hen



als vrijwilliger beginnen helpen met het opstellen van lijsten van gesneuvelden. Een boer had in de Franse plaats Beaucourt negen lichamen van gesneuvelde soldaten gevonden. Omdat ik voor mezelf toch al bezig was met dergelijk onderzoek, hebben ze me toen gevraagd om te achterhalen welke HAC-soldaten in Beaucourt om het leven gekomen zijn. Mede op basis van mijn lijst hebben ze vier van de gevonden lichamen aan de HAC kunnen toewijzen. Twee lichamen zijn zelfs geïdentificeerd. Deze soldaten kregen een graf met hun naam erop. Ook na dit project is de band met de HAC gebleven. Op het Britse Great War-internetforum (<http://1914-1918.invisionzone.com>) help ik om vragen over het tweede bataljon van de HAC op te lossen. Op dat forum vinden geïnteresseerden in de Eerste Wereldoorlog elkaar. De archivaris van de HAC verwijst geregeld ook mensen met vragen naar mij door.

**PLUS: Verzamel je ook spullen die met WOI in verband staan?**

**GERD:** Ik heb moeite gedaan om een volledig Brits uniform samen te stellen. Dat is ook gelukt. Het is deels origineel en sommige onderdelen zijn replica's. Volgens de geschiedenisboeken waren de marsen met die uniformen ongelofelijk zwaar. Omdat ik dat zelf wel eens wilde ervaren, heb ik in dat uniform meegedaan aan de vierdaagse van de IJzer. Die mars wordt georganiseerd door het Belgische leger, maar ze is open voor het publiek. Ik ben overigens geen re-enactor. Ik gebruik mijn uniform niet om in het weekend veldslagen na te spelen. Een verzameling oorlogs-

memorabilia uitbouwen is ook niet mijn ambitie. Ik schuim de rommelmarkten en gespecialiseerde beurzen niet af en je zal me niet met een metaaldetector in het veld zien lopen. Maar voorwerpen die me worden aangeboden, zal ik toch niet weigeren. Aan elk voorwerp kleef wel een interessant verhaal.

**PLUS: Kan je een voorbeeld geven van zo'n voorwerp?**

**GERD:** Onlangs kreeg ik van iemand een obus waarop het jaartal 1916 gestempeld was. Ik plaatste een foto van de onderkant met alle merktekens op het Great War-internetforum. Binnen twee dagen wist ik alles over die obus. Ze was afgevuurd in een luchtafweersysteem. Daarna is de huls teruggebracht naar Engeland, waar ze opnieuw gevuld werd. Tot slot is ze dan opnieuw afgevuurd in de Westhoek. Het is onvoorstelbaar wat specialisten kunnen afleiden uit een paar merktekens.

**PLUS: Probeer je anderen ook bewust te maken van de gruwelen van de Grote Oorlog?**

**GERD:** Het is een traditie geworden dat ik mijn collega's elk jaar rond 11 november een mailtje stuur met een oorlogsverhaal dat mij bijzonder getroffen heeft (zie kaderstukje op volgende pagina). Op die manier probeer ik hen duidelijk te maken waar 11 november voor staat. Het is niet zomaar een dag waarop we niet hoeven te werken. Een paar jaar geleden kreeg ik ook de vraag om in scholen over de Eerste Wereldoorlog te vertellen. Dat doe ik nu zo'n twee keer per jaar.



**PLUS:** Is het niet moeilijk om jonge mensen te boeien met verhalen van honderd jaar geleden?

**GERD:** Dat valt meestal wel mee. Ik gebruik altijd heel concrete voorbeelden en verhalen. Bovendien probeer ik de link te leggen met gebeurtenissen die nu in het nieuws komen. Ook inspelen op de interesses en de leefwereld van de kinderen helpt. Zo was ik vorig jaar te gast in een school met veel migrantenkinderen. Toen ik hen foto's liet zien van graven van Algerijnse en Marokkaanse soldaten die in de Westhoek gesneuveld zijn, hingen ze allemaal aan mijn lippen.



**PLUS:** WOI is nu weer volop in het nieuws. Hoe kijk jij naar die hernieuwde belangstelling?

**GERD:** Met gemengde gevoelens. Toen ik zo'n vijftien jaar geleden voor het eerst de Last Post-ceremonie in Ieper bijwoonde, waren we maar met vier toeschouwers. Onlangs was ik er nog eens en toen stonden er vierduizend mensen aan de Menenpoort. Enerzijds is het goed dat die belangstelling er is. Ik ben blij dat er nu naast de Britten ook Belgen, Fransen en zelfs Duitsers staan toe te kijken. Maar anderzijds heb ik het gevoel dat de klaoenblazers nu meer een optreden voor de toeschouwers houden dan eer bewijzen aan de gesneuvelden. Het is goed dat de oorlog herdacht wordt, maar het moet sereen blijven.

Heb je vragen over de Grote Oorlog, dan kan je Gerd contacteren op zijn privé e-mailadres ([cpl.deboeck@telenet.be](mailto:cpl.deboeck@telenet.be)).

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](mailto:plus@agfa.com).

9 oktober 1917

### Second Lieutenant Sydney Clark East

2nd Battalion Honourable Artillery Company  
TYNE COT MEMORIAL, ZONNEBEKE

Oktober 1917. De Derde Slag bij Ieper is reeds drie maanden bezig en niet enkel de bloedige gevechten bij Passendale vragen hun dagelijks offer aan mensenlevens. Verspreid over de Ieper Salient vinden er tientallen minder bekende, maar daarom niet minder dramatische, veldslagen plaats. Begin oktober krijgt de 22<sup>de</sup> brigade van de 7<sup>de</sup> divisie de opdracht om in Zonnebeke een Duitse appendix in het Britse front te veroveren. Verschillende Britse aanvallen hebben zich al te pletter gelopen op het door de Duitsers koppig verdedigde gehucht Reutel. Nu is het de beurt aan het 2<sup>de</sup> bataljon van de Honourable Artillery Company om te slagen waar andere faalden. Twee compagnieën voeren de directe aanval uit, één in ondersteuning en de laatste is in reserve. Vientwintig uur later blijven er van deze vier compagnieën slechts genoeg manschappen over om één compagnie te vormen. Alle officieren die aan de aanval deelnamen zijn gesneuveld of gewond. Van de 115 man die die dag sneuvelden, hebben er slechts 24 een gekend graf. Maar Reutel is veroverd en dus spreken de officiële verslagen van een 'succes'.

Eén van de mannen die niet terugkeerde is de 37 jarige 2<sup>de</sup> luitenant S. C. East. Enkele weken later schrijft een soldaat van zijn peloton in een brief aan zijn weduwe: "...Your husband was the most popular man in his company, he was loved by everyone and treated with the highest of esteem. He came to 13 Platoon in the summer of last year, and during our training at Bertrecoart, he soon proved a worthy leader. Whilst we were marching towards Belgium, I noticed several kindly actions. On several occasions have I seen him take rifles away from weary boys and carry them himself. He always spoke words of comfort and cheer. At Passendale he proved himself a brick. Before October 9th we were under heavy shell fire for over three weeks, and 13 Platoon came in for a great deal of work. Once I saw Mr East standing out in torrential rain, whilst his men were huddled together in a small bivouac. Prior to the advance, the boys agreed to stand by him until the last, and they did. What was left of us were terribly upset when we heard the sad news. Had Mr East survived the battle, he would have earned a decoration. ..."



## Lest We Forget

(uit het gedicht 'For the Fallen')

Het verhaal hiernaast deelde Gerd dit jaar op 11 november met zijn collega's.







# Nieuwe interventiewagen voor mobiele agent

Je hebt de nieuwste aanwinst van onze interventiedienst ongetwijfeld al zien rondrijden in of tussen de Agfa-vestigingen in Mortsel. Achter het stuur zit de mobiele agent die zich zo snel kan verplaatsen voor een hele reeks taken: het openen en sluiten van lokalen en poorten, de controle van de perimeter, het toezicht houden op onregelmatigheden zoals zwerfvuil, parkeerovertradingen, verdachte personen, beschadiging aan het patrimonium, groenhinder, de controle van de parkeerterreinen en fietsenstallingen,...

Belangrijker is wellicht nog dat de mobiele agent er ook op toeziet dat op korte termijn een oplossing geboden wordt voor het probleem.

Ook wanneer het inbraakalarm op de centrale oplicht, rukt de mobiele agent uit met zijn interventiewagen. Een defecte poort of slagboom, vaststellingen bij aanrijdingen, vandalisme, betreding van het patrimonium door derden, het overbrengen van belangrijke papieren, het aflossen van de portier en het controleren van vervoer van gevaarlijke stoffen (ADR) maken ook deel uit van het takenpakket van onze mobiele agent.

De mobiele agent blijft echter steeds deel uitmaken van de interventieploeg en dus moet hij zich snel kunnen verplaatsen wanneer die ergens in actie moet treden. De noodzaak om de klok rond over een degelijk interventievoertuig te beschikken was dus zeker aanwezig. De afstand die met deze wagen wordt afgelegd is gemiddeld bijna 100 km per dag of jaarlijks ongeveer 30.000 km.



## Ford Transit Connect

Wielbasis: 2.662 mm

Motor: benzine – 4 cilinders in lijn

Versnellingsbak: automaat

Cilinderinhoud: 1.596 cc

Opbouw: Lichtbalk met sirene



Het kan soms raar lopen in het leven. Vier jaar geleden kon je in de rubriek Buiten dienst van PLUS nummer 3, alles lezen over collega Marc Van Landeghem en zijn hobby als dj Ace. We leerden hem kennen als een energieke kerel, iemand die altijd wel iets om handen heeft. Een zelfverzekerde doener die altijd bereid is om te helpen. En bovenal: bezeten van zijn muziek.

# Het park i

In januari 2013, de dag voor hij samen met zijn echtgenote een boot wilde kopen, moest Marc langs de dokter voor de uitslag van een aantal testen. Eerst dacht hij nog dat de vermoeidheid en het beven waar hij mee kampte, het gevolg waren van te veel hooi op de vork nemen. De diagnose was hard. Marc lijdt aan een agressieve vorm van Parkinson. Midden dit jaar kwam daar nog de diagnose MSA bij. MSA staat voor Multi-systeem atrofie, een ziekte waarbij cellen van meerdere hersenstructuren beschadigd raken of afsterven. Het is inderdaad een agressieve ziekte en de medicatie om de ziekte te stabiliseren slaat niet aan bij Marc. Op een jaar tijd is de achteruitgang onmiskenbaar.

Het mag dan ook niet verwonderen dat hij heel diep heeft gezeten. Marc werd toen lid van *Park in de zon* (vandaar de titel van dit stukje), een praat- en hulp-groep van en voor lotgenoten die elkaar zoveel mogelijk trachten te steunen. Toen hij tot de groep toetrad was hij 'de beste'. "Nu", zegt hij, "ben ik de slechtste." 's Ochtends kan hij niet eten door zijn verkrampte spieren en ook de slokdarm werkt niet naar behoren. Daardoor mag hij niet plat slapen op gevaar van verstikking. Zijn rechterzijde is grotendeels verlamd.

Het lichaam van Marc en ook zijn geheugen willen dan wel niet meer mee, de geest van vroeger is toch nog aanwezig. "Maar ik schrijf nog wel muziek," onderbreekt hij het gesprek en zijn ogen lichten op.

# n de zon van Marc

Voor dat slechte geheugen heeft hij trouwens een slimme oplossing gevonden: een oude dictafoon met cassetjes. Die kan hij beter bedienen dan die nieuwe digitale toestelletjes die allemaal met aanraakschermen werken. Zo spreekt hij elke dag zijn programma in van wat hij allemaal moet doen en wat hij zeker niet mag vergeten. Hij maakt ineens gebruik van de gelegenheid om een oproep te doen aan de collega's die nog zo'n oud toestelletje in hun schuif hebben liggen. Als ze er niets meer mee doen: mensen met Parkinson kunnen ze zeker nog gebruiken.

Het typeert Marc ten volle. De ziekte valt hem hard, maar je hoort hem niet klagen. In de tijd die hem rest, wil hij nog steeds helpen waar hij kan. Naar het nieuws kijken doet hij niet meer. Tijdverlies en het helpt hem of andere mensen die Parkinson hebben niet vooruit. Naar een begrafenis gaan: idem dito. Hij steekt liever de beperkte tijd die hij heeft in zaken waar mensen iets aan hebben. Een meubel ontwerpen voor mensen met een handicap. Of een evenement voor het goede doel organiseren. Een studente die hem kwam interviewen bracht hem op het idee om een gesponsorde fietstocht naar Scherpenheuvel (en terug) te ondernemen. Met zijn doorzettingsvermogen en zijn enthousiasme kreeg hij gauw een vijftigtal mensen mee, waaronder heel wat collega's en enkele Parkinson-patiënten. Meer dan 2.400 euro kon hij overmaken aan zijn hulpgroep *Park in de zon*.

Die fietstocht greep hij aan om de redactie van PLUS aan te spreken. Of we geen artikel konden schrijven over de ziekte en wat die met een mens kan doen. Maar vooral om mensen bewust te maken. Mensen die Parkinson hebben moeten in staat zijn om er mee naar buiten te komen. Je kan als treinbestuurder met Parkinson niet doen alsof er niets aan de hand is. Je bent wel verantwoordelijk voor de levens van andere mensen, Parkinson of niet. Veel mensen die de ziekte hebben zijn bang dat ze hun baan zouden verliezen als het geweten is. En dat kan natuurlijk ook niet de reden zijn dat mensen risico's nemen.

Bij het verschijnen van dit artikel zijn er bijna drie maanden verstreken sinds het gesprek dat we met Marc hadden. Inmiddels zijn Marc en zijn echtgenote Katelijne verhuisd naar een appartement in Turnhout. Het huis waar hij woonde, zijn muziek maakte en zijn droomwagen restaureerde, is te groot geworden en niet echt leefbaar voor iemand met Parkinson. Het is opnieuw een belangrijke stap die hem wordt opgedrongen door die vervelende "mijnheer Parkinson" die altijd aanwezig is en nooit meer weggaat.



Zit je met vragen over Parkinson dan kan je steeds de Bedrijfsgezondheidsdienst contacteren. Meer informatie vind je ook op het internet: [www.parkinsonliga.be](http://www.parkinsonliga.be)

Heb je nog een oude dictafoon die niet meer wordt gebruikt? Bezorg het toestel aan de afdeling NRM. Je kan hierover ook contact opnemen met collega's Filip Knevels (5850) of Jan Bosmans (7997).



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](mailto:plus@agfa.com).



***“Business en IT spreken niet altijd dezelfde taal. Het is dus belangrijk dat je de risico’s die we lopen als organisatie duidelijk maakt.”***

Karl Anthonissen, Manager Quality & Compliance, Agfa-Gevaert, geciteerd op de IBM Risk Management Summit in Genval op 9 oktober.



***“Fuji levert een nieuw medicijn dat het dodelijke ebola virus moet bestrijden.” ... “Toshiba opent een eigen ziekenhuis dat nagenoeg volledig werkt met Toshiba-apparatuur en -uitrusting.”***

Katie Forster, journalist van AFP, in ‘Fujifilm versus Ebola: Japan Giants Turn Hands to Medicine’, september 2014.

***“De markt voor e-boeken zit in de lift en groeit jaarlijks met zo’n 25%.”***

Jef Maes van Boek.be in ‘Standaard Boekhandel opent najaarsoffensief op Vlaamse e-boekenmarkt’, De Tijd van 15 oktober.

***“Papierloze kantoren en iPads op de schoolbanken staan op de verlanglijst van velen, maar verschillende nieuwe studies wijzen erop dat mensen tekst op papier beter verwerken dan op een digitaal scherm.”***

Barbara Debusschere in ‘Letters maken meer indruk op papier dan op een scherm’, De Morgen, 10 september.

***“De uiterste houdbaarheidsdatum van onze ziekenhuisfinanciering is in zicht.”***

Geert Gielens, hoofdeconoom van Belfius, zegt dat liefst 40 van de 92 algemene ziekenhuizen uit hun studie in 2013 in de rode cijfers zaten. ‘Stijgende loonkosten doen ziekenhuizen met verlies draaien’, De Standaard, 3 oktober.

***“Het gras groeit niet sneller als je er aan trekt.”***

Het huis-aan-huis-blad Elite reclame in een filosofische bui op haar cover van 13 november.





## 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 15 februari 2015 per e-mail: [plus@agfa.com](mailto: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.

- A **Het antwoord van een juweel.**
- B Onopvallende farao die echter bekend werd door zijn ongeschonden graf.
- c Brits acteur bekend van zijn rol als Sherlock en Stephen Hawking.
- D **Dient om een optocht op te rollen.**
- E Synoniem voor het grootste stuk.
- F **Geeft niet boven.**
- G Synoniem voor journaalpresentator.
- H **Een vers als dessert.**
- I **Op afstand onderzocht?**
- J Liedje dat altijd populair blijft.
- k Modeketen voor dameskleding: Pretty Different.

|    |    |    |    |    |    |     |     |     |    |     |    |    |    |
|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|-----|----|----|----|
| 5  | 45 | 81 | 67 | 25 | 53 | 70  | 29  | 79  | 99 | 101 | 88 | 93 | 26 |
| 10 | 63 | 97 | 91 | 13 | 22 | 100 | 82  | 34  | 61 | 31  | 75 |    |    |
| 59 | 15 | 48 | 43 | 90 | 29 | 43  | 99  | 24  | 20 | 77  |    |    |    |
| 80 | 50 | 83 | 86 | 68 | 85 | 23  | 37  | 62  | 71 | 33  |    |    |    |
| 33 | 9  | 51 | 95 | 27 | 69 | 35  | 30  | 42  | 2  | 33  |    |    |    |
| 78 | 66 | 1  | 55 | 44 | 72 | 4   | 48  | 84  | 64 | 57  |    |    |    |
| 72 | 46 | 49 | 38 | 96 | 16 | 18  | 32  | 76  | 28 | 56  |    |    |    |
| 12 | 60 | 6  | 36 | 52 | 47 | 39  | 19  | 89  | 40 |     |    |    |    |
| 98 | 11 | 44 | 73 | 65 | 14 | 92  | 102 | 7   | 41 |     |    |    |    |
| 2  | 17 | 58 | 44 | 3  | 56 | 94  | 87  | 103 |    |     |    |    |    |
| 54 | 21 | 8  | 74 |    |    |     |     |     |    |     |    |    |    |

|    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |    |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|
| 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 | 99 | 100 | 101 | 102 | 103 | ?  |

## 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 februari 2015 per e-mail naar [plus@agfa.com](mailto:plus@agfa.com), of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Voor de betere amateur

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

Voor de grootmeesters

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