



24



Nieuwe **ASSM-tool**:
mijlpaal voor HealthCare

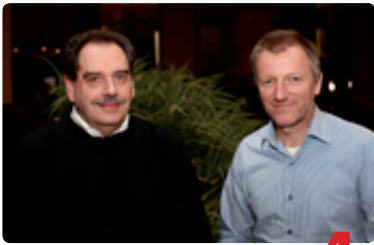
Inkjetdruk voor industriële
productieprocessen

DOWNLOAD THE AR APP FROM WWW.AGFAGRAPHICS.COM/AR.
SCAN THIS PAGE AND WATCH THE HOW-TO-COOK INSTRUCTIONAL MOVIE.

				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

MARCELO MORAES – Recife, Brazil
[Business Consultant]
Manjar de Coco
Preparation and cooking time: 20 minutes





4

Nieuwe ASSM-tool:
mijlpaal voor HealthCare



8

Inkjetdruk voor industriële
productieprocessen



11

De koers



12

'A Year of Tempting Plates'



14

Gezond eten, hoe doe
je dat?



22

Voorkomen is beter dan...
je weet wel



24

NRM heropend
op Gevaert 5



28

Het kompas van Agfa:
Alexander Dobrovolsky



30

Buiten dienst:
Walther Wouters

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.

PLUS nr. 25 verschijnt in april 2016

Colofon



nr. 24 – december 2015



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, Guy Voet en 663highland

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Eva De Herdt, Alexander Dobrovolsky, Maria Dom,
Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Herwig Neefs,
Guy Vandecraen, Werner Vandeveldt, Walther Wouters

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



Edito

Beste collega,

Het stoppen van de negatieve omzetevolutie was een van de belangrijkste – zoniet de belangrijkste – doelstelling van dit jaar. Na enkele jaren van omzetzakking ben ik dan ook zeer tevreden om voor het tweede opeenvolgende kwartaal opnieuw een lichte omzetzakking te kunnen presenteren. Ervan uitgaande dat we deze positieve trend kunnen voortzetten en gesteund door gerichte overnames, moet het op de middellange termijn ook mogelijk zijn om opnieuw een omzet van om en bij de drie miljard euro te realiseren.

In dit verband zijn de sterke prestaties van onze groeimotoren – inkjet voor Graphics en DR en IT voor HealthCare – opnieuw het onderstrepen waard.

Ook de brutowinstmarge en de REBITDA zijn in het derde kwartaal opnieuw vooruitgegaan. Onze gerichte efficiëntieprogramma's compenseerden dan ook de negatieve impact van de grondstoffen, voornamelijk aluminium. De doelstelling van een REBITDA van 10% van de omzet voor 2015 kan dan ook behouden blijven.

Er zijn trouwens nog meer redenen om tevreden op de voorbije maanden terug te blikken. Zo is er de steile klim van het Agfa-aandeel sinds de publicatie van onze tweedekwartaalresultaten. Over een periode van drie maanden steeg het aandeel met bijna 70% in waarde. Met een slotkoers van 4,47 euro op de dag van de publicatie bevindt het Agfa-aandeel zich nu ruim boven de intekenprijs van 3,45 euro ten tijde van de kapitaalverhoging in 2010.

Niettemin moeten we bedachtzaam blijven. We kunnen niet ontkennen dat onze resultaten beïnvloed werden door de positieve verhouding van de

euro ten opzichte van de dollar en door de gunstige zilverprijs. Doordat onze activiteiten sterk onderhevig zijn aan seizoensgebonden effecten hangt veel af van het laatste kwartaal. Zoals steeds zal het vierde kwartaal bepalen of we onze jaardoelstellingen op het vlak van omzet en REBITDA al dan niet behalen. Daarom is het zo belangrijk dat we het hele jaar door alert blijven en onze focus op de doelstellingen blijven richten.

Kijken we nu vooruit naar 2016, dan zien we al enkele positieve elementen. De prijs van de grondstoffen blijft voorlopig stabiel. Omdat het prijsniveau van de grondstoffen steeds met een aantal maanden vertraging zijn effect heeft in onze resultaten, kunnen we dus nu al met zekerheid zeggen dat dit in het eerste kwartaal van 2016 een positieve invloed zal hebben.

2016 kondigt zich aan als een boeiend jaar waarin we de schuchtere groei van 2015 moeten doortrekken. De voorbije jaren hebben we met zijn allen hard gewerkt om van Agfa-Gevaert opnieuw een gezonde en competitieve speler te maken. Vandaag kunnen we zeggen dat we op het juiste spoor zitten. We mogen de aandacht echter niet laten verslapen. Laat ons dus verder gaan op hetzelfde elan en laat ons samen verder werken aan de toekomst van onze onderneming.

Ik dank u allen voor uw inzet, uw creativiteit en uw toewijding in het voorbije jaar. Op het einde van het jaar wens ik u en uw dierbaren alvast een gezonde en succesvolle start in 2016!

Christian Reinaldo

Een mijlpaal voor Agfa HealthCare Global Services

Nieuwe ASSM-tool

Goede dienstverlening... Vaak is dat de doorslaggevende factor die bepaalt of een klant tevreden is over een leverancier of niet. Voor die leveranciers – en dus ook voor Agfa HealthCare – is dienstverlening dan ook een belangrijke sleutel voor succes op lange termijn. Precies om de diensten na verkoop te optimaliseren, werkte het Agfa HealthCare Global Services-team (HGS) samen met de collega's van ICS aan de invoering van ServiceNow, een nieuw After Sales Service Management-systeem (ASSM).

Om uit te vissen waarom het ASSM-project in de wandelgangen één van de grootste manoeuvres uit de geschiedenis van Agfa HealthCare genoemd wordt, sprak PLUS met Jan De Clippeleer (bij HGS ASSM/ServiceNow Program Manager) en Peter Timmerman (ICS Manager HEA After Sales). Jan en Peter leiden het project in goede banen.

PLUS: *Wat houdt het ASSM-project precies in?*

JAN: ASSM staat voor After Sales Service Management. Het project is erop gericht een technologieplatform op te zetten dat ervoor zorgt dat alle activiteiten op het vlak van diensten na verkoop vlot beheerd kunnen worden. Het programma heeft wereldwijd een impact op alle activiteiten, medewerkers, processen, systemen en tools die binnen Agfa HealthCare van veraf of dichtbij iets te maken hebben met service en support.

PETER: Die grote doelgroep maakt dit programma zo bijzonder. Naast de dienstverleners zelf zijn ook de projectmanagers en alle andere collega's die in contact komen met klanten en hun eventuele klachten en vragen betrokken partij. En dan zijn er nog de vele externe dienstverleners en subcontractors die ook actief zijn in deze processen. Als je alle betrokkenen bij elkaar optelt, zie je dat dit project een effect heeft op meer dan 2.200 Agfa HealthCare-medewerkers!"

PLUS: *Waarom werd beslist om met het project te beginnen?*

JAN: Het grote zakelijke belang van de dienst na verkoop was natuurlijk de grootste drijfveer. Je moet bijvoorbeeld



Jan De Clippeleer en Peter Timmerman: "De nieuwe ASSM-tool is een mijlpaal voor Agfa HealthCare."

weten dat onze langlopende onderhouds- en ondersteuningscontracten een zeer grote omzet genereren. Maar de directe aanleiding was het gefragmenteerde landschap van verschillende processen, systemen en tools die binnen Agfa HealthCare gebruikt werden. Door de combinatie van organische groei en de verschillende overnames zat Healthcare Services opgescheept met een cocktail van verschillende 'legacy'-tools die het samenwerken eerder hinderden dan vooruithelpen. Dit historisch gegroeide probleem zorgde voor een verminderde efficiëntie en slagkracht en de effecten waren zelfs op een gênante manier zichtbaar voor de klanten. Het was duidelijk dat hier iets aan gedaan moest worden. Zowel onze klanten als onze medewerkers hebben baat bij globaal gestandaardiseerde processen en gebruiksvriendelijke, krachtige tools.

PETER: Niet enkel voor de klanten was het gebruik van zoveel verschillende supportsystemen verre van optimaal. Het onderhoud van al deze systemen door ICS zorgde voor grote kosten.

Gelukkig is er na de invoering van het ServiceNow-systeem al heel veel opgeruimd. Meer nog, voor het eerst in de geschiedenis interageren alle supportmedewerkers en alle klanten in alle businessunits van Agfa HealthCare en in alle landen via een en hetzelfde systeem!

PLUS: *Waarom hebben jullie net voor ServiceNow gekozen?*

JAN: De keuze voor ServiceNow werd in 2012 gemaakt, uiteraard na een zeer uitgebreide en diepgaande analyse van onze noden en een minutieuze vergelijking van een tiental andere mogelijke technologieleveranciers. ServiceNow was op dat ogenblik weliswaar een jonge, nieuwe speler, maar hun visionaire aanpak en hun bijzonder innovatieve op de cloud gebaseerde platform trokken meteen onze aandacht. Ook wat betreft functionaliteit, performantie en flexibiliteit staken zij met kop en schouders boven de concurrentie uit.

“Klanten en medewerkers hebben baat bij globaal gestandaardiseerde processen en gebruiksvriendelijke, krachtige tools.”

PETER: Intussen zijn we drie jaar later en onze keuze is de juiste gebleken. ServiceNow wordt nu immers in alle industrierapporten erkend als leider op het vlak van Service Management-systemen. De allergrootste organisaties in de wereld hebben net als wij voor hen

gekozen. Johnson&Johnson, bijvoorbeeld, maar ook Coca-Cola, NASA en Deutsche Bank.

PLUS: *Hoe hebben jullie de implementatie van dit complexe project aangepakt?*

JAN: Het project is opgesplitst in vijf fases en het loopt over zowat vijf jaar. In fase 1 concentreerden we ons op de technische voorbereiding van het platform. In

fase 2 rolden we het systeem bij wijze van test uit in Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, Spanje, Portugal en Italië. Dat was dus niet bepaald een kleine test, maar de ervaringen in deze pilootfase waren wel meteen positief. In fase 3 hebben we dan de grote sprong gewaagd. Met verrassend weinig tussenstappen hebben we alle andere





businessunits in alle andere landen op alle andere continenten aan boord gehesen. Je kan dus gerust van een efficiënte ‘big bang’ spreken. Nu bereiden we fases 4 en 5 voor. Die houden geen geografische uitbreiding meer in, maar een uitdieping van de processen die we met het systeem beheren en de link met de financiële systemen.

PETER: De eerste drie fases hadden betrekking op wat we noemen de ‘extended servicedesk’. Daaronder verstaan we tal van processen, gaande van het behandelen van incidenten en klachten over probleembeheer tot serviceaanvragen. In de fases 4 en 5 komen ook het beheer van de services op het terrein en het beheer van servicecontracten aan bod. In die fases wordt er zoals Jan al zei ook gewerkt aan de verdere aansluiting met de financiële systemen.

PLUS: *De momenten waarop op het nieuwe systeem overgeschakeld werd, waren waarschijnlijk heel spannend?*

PETER: De Go-Live-weekends waren inderdaad uitermate spannend... Telkens op vrijdagavond om 18 uur – en dat in alle tijdzones – sloten we voor de meerderheid van de klanten ‘de winkel’. Tijdens het weekend vond dan de omschakeling plaats. Op maandagochtend begonnen alle medewerkers hun dagtaak in een fonkelnieuw systeem en

“Voor het eerst interageren alle supportmedewerkers en alle klanten van Agfa HealthCare wereldwijd via een en hetzelfde systeem.”

logden de klanten aan op een totaal nieuwe klantenportalsite. Klanten en medewerkers pikten in het nieuwe systeem de draad weer op van de conversatie die ze vrijdagavond gestopt waren.

JAN: Naast een enorme softwarelancering was er dus ook een nooit geziene datamigratie nodig. Maar alles verliep steeds zo goed als rimpelloos. Uiteraard was dit maar mogelijk na een maandenlange minutieuze voorbereiding en een countdownprocedure met een stappenplan van vele honderden taken. Het waren telkens weer heel spannende dagen. Tientallen ICS-medewerkers en

letterlijk honderden HealthCare-medewerkers hebben hier allemaal een steentje aan bijgedragen.

PETER: Elke go-live – en dan vooral de grote mijlpalen – wordt gevolgd door een periode van intensieve nazorg: de ‘hypercare-fase’. In die periode ondersteunen we de overgang van onze gebruikers naar het nieuwe platform. We zorgen ervoor dat we alle tijdzones afdekken en dat we zeer snel en

alert de problemen aanpakken die de Agfa HealthCare-medewerkers en hun klanten ons melden.

PLUS: *Veel succes met het verdere verloop van het project!*



Het ASSM-project in cijfers:

- 2.200 medewerkers aan boord
- 40.000 klanten op 50.000 locaties
- 50.000 contactpersonen bij de klanten, waarvan er 15.000 toegang hebben tot het klantenportaal
- 400.000 geïnstalleerde Agfa HealthCare-producten gecoverd
- Gemiddeld 1.000 klantenverzoeken, -vragen of -klachten per dag

3 Product of the Year Awards voor Graphics

VLAKBED EN HYBRIDE UV-INKJETSISTEMEN ERKEND VOOR INNOVATIEVE TECHNOLOGIE

Op de vakbeurs SGIA (Atlanta, VS, 4-6 november) won Agfa Graphics drie *Product of the Year Awards* in de categorie UV-inkjet. De Anapurna M2540i werd de winnaar bij de vlakbedprinters in de prijs categorie van 100.000 tot 200.000 US dollar, de Jeti Mira in de prijs categorie van 200.000 tot 500.000 US dollar. De Jeti Tauro kreeg de grootste eer toebedeeld bij de UV hybride/vlakbed hoogvolume-productieprinters.



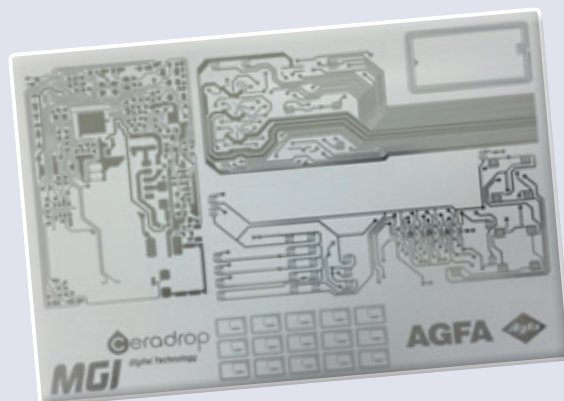
Alle deelnemende printers werden onder andere beoordeeld op inktverbruik, kleurbereik, beeld details, kleurmatching en grijswaarden. US Marketing Manager Deborah Hutcheson en Larry d'Amico, VP Digital Imaging Agfa Graphics US, tonen trots een van de behaalde awards.

Scan het beeld met de AR-app voor een filmpje waarin onze collega-applicatiespecialist Matt Meany meer toelichting geeft bij een aantal bijzondere druktechnieken die getoond werden op de Agfa Graphics-stand op SGIA of geef *AGFA Applications Academy* als zoekopdracht op YouTube.com in.

Agfa Specialty Products en MGI Digital Technology sluiten strategische ontwikkelingsovereenkomst voor de pcb-industrie

Het doel van deze overeenkomst is om Agfa's chemische knowhow op het gebied van geleidende inkten en MGI Digital Technology's industriële knowhow op het vlak van inkjetapparatuurtechnologie samen te brengen in de ontwikkeling van wat de eerste industriële inkjetoplossing voor de gedrukte elektronicamarkt moet worden.

"De opportuniteiten in de markt zijn groot. Veel groeigebieden en toepassingen zijn al geïdentificeerd, variërend van het Internet of Things (IoT), energiewinning, veiligheid en de biomedische industrie," zegt Peter Willaert, Marketing Manager Zilverinkten.



Agfa en Electra Polymers ontwikkelen samen soldeermaskertechnologie

Agfa Speciality Products en Electra Polymers Ltd gaan samen een inkjet soldeermaskertechnologie ontwikkelen die gebruikt kan worden voor het maken van printed circuit boards. Electra Polymers is een expert op het vlak van performante soldeermaskers en *wafer-level* diëlektrica.

Diëlektrica zijn materialen die vrijwel geen elektrische stroom geleiden waardoor ze geschikt zijn om als elektrische isolator te worden gebruikt.

"Sinds kort is industriële inkjettechnologie op basis van UV-uithardende inkten klaar om in het productieproces te worden ingeschakeld. Inkjet kan dan een goed digitaal alternatief worden voor het fototooling-filmproces. Agfa's O&O in dit domein heeft reeds geleid tot de DiPaMat Legend-inkten en DiPaMat Etch Resist-inkten," zegt Frank Louwet, Business Manager Geavanceerde Coatings en Chemicals.

Inkjetdruk voor industriële productieprocessen

Van 10 tot 12 november 2015 liep in het Duitse München de InPrint-beurs, waar Agfa Graphics zijn oplossingen voorstelde om druktechnologie te integreren in bestaande industriële productieprocessen. Het gaat daarbij in de eerste plaats om UV-inkten die op maat van specifieke applicaties kunnen gemaakt worden.

Gelijktijdig met InPrint vond op dezelfde locatie Productronica plaats. Productronica is 's werelds toonaangevende beurs voor de ontwikkeling en productie van elektronica, met bezoekers van industriële bedrijven uit heel Europa. Het samenvallen van beide beurzen is uiteraard geen toeval. De bezoekers van Productronica zijn immers ook de potentiële klanten voor de systemen die op InPrint in de verf gezet werden. Agfa Graphics profileerde zich op InPrint dan ook met de slogan *Your*



De Agfa-stand sprong er naar goede gewoonte uit.



De met inkjet bedrukte schoenen van onze collega's op de beursstand werden op InPrint druk besproken.

Partner to Integrate Print into Manufacturing. Welke objecten de industriële spelers ook vervaardigen, welke materialen ze daarvoor ook gebruiken, Agfa Graphics heeft alle kennis en ervaring in huis om hen bij te staan bij de integratie van druktechnologie in hun bestaande productieproces. Inkjetdruk kan zowel voor functionele als voor decoratieve doeleinden gebruikt worden. Denk daarbij aan toepassingen zoals laminaat, glas, auto-onderdelen of textiel, maar ook codering van producten met een houdbaarheidsdatum of het land van herkomst.

De integratie van digitale druktechnologie in productieprocessen biedt industriële bedrijven een grote flexibiliteit en meer controle. Gepersonaliseerd of variabel drukwerk behoort nu tot de mogelijkheden, evenals *just-in-time*-leveringen. Er is minder overschot en stock van producten, en geen heen en weer gerij van fabriek naar drukkerij en terug.

Tijdens InPrint 2015 toonde Agfa een brede selectie van industriële producten uit verschillende segmenten. Of ze nu UV- of watergebaseerd zijn, de Agfa-inkten zijn perfect

inzetbaar voor het bedrukken van vloerbekleding en meubels op basis van melamine. Agfa toonde ook tubes, busjes en PET-flessen, bedrukt met de bekroonde lage-migratie-inkten met unieke eigenschappen voor voedselverpakkingen. Zelfs schoenen kunnen met Agfa's inkten



Spuitbussen van Martinenghi bedrukt op de Michelangelo-printer met Agfa's UV-inkjetinkten.



Collega Marc Graindourze met Daniel Wider van Wifag-Polytype, dat drinkbekers en botervlootjes bedrukt met de lagemigratie-inkjetinkten van Agfa Graphics.

bedrukt worden. Naast inkten stelde Agfa Graphics ook zijn workflow- en kleurenbeheerssoftware voor, die een perfecte controle over het proces van digitaal drukken garanderen, met consistente kleuren.

De lijst van toepassingen voor industriële inkjet groeit elke dag en elke toepassing stelt zijn eigen specifieke eisen aan de te gebruiken inkten en druksystemen. Sommige toepassingen worden gecreëerd met behulp van Agfa Graphics' Jeti- en Anapurna-grootformaatprinters, terwijl andere toepassingen specifieke drukpersen vereisen die op maat gemaakt worden en die gebruik maken van eveneens op maat gemaakt inktformuleringen.

“Industriële klanten maken vaak gebruik van unieke processen of oplossingen die hen een streepje voor geven op hun concurrenten. De eisen die ze aan ons stellen kunnen erg verschillen. Zo moeten sommige inkten bijvoorbeeld compatibel zijn met coatings ontworpen door de substraatleverancier. Wij beschikken over een gefocust onderzoeksteam dat inkten op maat ontwerpt. Geval per geval beslissen we om al dan niet samen te werken met bedrijven om het drukproces in hun productie te integreren,” besluit Tom Cloots, Manager Marketing Industrial Inkjet.



Your Partner to Integrate Print in Manufacturing

De bierflesjes die op de stand uitgedeeld werden, bevatten augmented reality-elementen. Elk flesje droeg de slagzin van het Industrial Inkjet-segment, nl. *Your Partner to Integrate Print in Manufacturing*. De bijhorende icoontjes op de flesjes leidden naar vier verschillende filmpjes en brochures.

Scan de bierlabels en ontdek de bijhorende filmpjes.

Hoe tap je een goede pint?



**YOUR PARTNER TO
INTEGRATE PRINT
IN MANUFACTURING**

Agfa Graphics aka The Inktegrators



**YOUR PARTNER TO
INTEGRATE PRINT
IN MANUFACTURING**

De koers

Eenmaal 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.



Agfa trekt de positieve lijn door

Eind 2013 wezen we in deze rubriek nog op het belang om te voldoen aan de verwachtingen van de financiële markten. Zowel de omzet, de REBIT als het nettoresultaat van het derde kwartaal bleven toen onder de verwachtingen. Het aandeel kreeg die dag dan ook een klap van meer dan 5%.

De eerste twee kwartalen van dit jaar waren zonder meer goed te noemen. De omzetsdaling werd eindelijk een halt toegeroepen en zelfs omgezet in een bescheiden groei. De brutowinstmarge en de recurrente EBITDA verbeterden aanzienlijk. De netto financiële schuld daalde steeds verder en het nettoresultaat bleef er op vooruitgaan. Het feit dat de resultaten van het tweede kwartaal de positieve wending bevestigde die in het eerste kwartaal werd ingezet, zorgde voor een nooit geziene heropstanding van het Agfa-aandeel.

Er werd dan ook met heel wat belangstelling naar de resultaten van het derde kwartaal uitgekeken. Kon Agfa bevestigen en voldoen aan de verwachtingen? Het antwoord is een kort en krachtig ja. Meer nog, zowel op het vlak van de organische omzetgroei, de REBIT, de netto financiële schuld en vooral op het vlak van de nettowinst overtroffen we de (reeds positieve) verwachtingen van de analisten.

Deze resultaten maakten dan ook dat CEO Christian Reinaudo de doelstellingen voor de korte termijn – een REBITDA van bijna 10% op de omzet in 2015 – en voor

de middellange termijn – een omzet van om en bij de drie miljard euro – kon bevestigen.

De analisten waren alvast tevreden met de positieve omzetverrassing van Graphics (+3,0%) en de iets lager dan verwachte omzetsijging van HealthCare (+6,6%). Ook de sterke prestatie van onze groeisectoren inkjet, DR en healthcare IT en de aangehouden inspanningen op het vlak van efficiëntie konden op veel bijval rekenen. Voor het begin van 2016 zien zij zeker nog een positieve invloed van zowel de grondstofprijzen als van de wisselkoersen.

Dit alles maakt dat het Agfa-aandeel sinds de publicatie van de resultaten van het tweede kwartaal met net geen 70% in waarde is toegenomen. Op de dag van de publicatie van het derde kwartaal zelf steeg het aandeel met 10%. Een ander positief signaal is dat ook de grote investeerders het Agfa-aandeel (her-)ontdekken. Zo meldde J.P. Morgan – toch een belangrijke naam op de financiële markten – begin november dat het een deelname van 3% in Agfa heeft genomen.

Niettemin moeten we ons er van bewust zijn dat onze onderneming nog een hele weg moet afleggen. De onzekere geopolitieke en economische omstandigheden dwingen ons om voorzichtig te zijn, onze verwachtingen te temperen en onze focus te behouden op onze doelstellingen.

'A Year of Tempting Plates'

Print Meets Digital in VIP-kalend

Voortbouwend op de traditie van de voorbije jaren maakte Agfa Graphics voor 2016 opnieuw een schitterende kalender voor zijn VIP-klanten. Deze keer springt de kalender echter niet alleen in het oog door de verbluffende combinatie van unieke fotografie, creatief ontwerp, uitstekende druk kwaliteit en levendige veredelings technieken. De gedrukte pagina's worden ook tot leven gebracht via *augmented reality*.

De kalender kreeg de titel 'A Year of Tempting Plates', een verwijzing naar zowel de drukplaten van Agfa Graphics als het onderwerp van de kalender, namelijk twaalf heerlijke gerechten. De recepten voor deze gerechten werden ingestuurd door collega's van Agfa Graphics uit de hele wereld voor een wedstrijd waarbij gezocht werd naar hun favoriete lokale maaltijd. De twaalf gerechten die de voorkeur wegdroegen sieren nu de pagina's van de kalender. In een bijbehorend kookboekje zijn alle recepten terug te vinden.

De kracht van drukwerk

Als toonaangevende onderneming in de grafische sector maakt Agfa Graphics van zijn VIP-kalender altijd een staaltje van de kracht van drukwerk. Hij wordt steevast geproduceerd met behulp van verschillende geavanceerde drukoplossingen en materialen. Ook dit keer gebeurde de drukvoorbereiding uiteraard met producten van Agfa Graphics, zoals Apogee-workflowsoftware, Azura-drukplaten, de Azura CX-clean-out unit, een Avalon-plaatbelichter, en Sublima- en CristalRaster-rastersoftware. De kalender werd gedrukt op een selectie van hoogkwalitatieve papieren. De pagina met het colofon werd gedrukt op Synaps. Elke pagina valt op door haar ontwerp en de hoogkwalitatieve druk, evenals door het gebruik van bijzondere inktten zoals metaal- en fluo-inktten, en in sommige gevallen ook door het aanvullende gebruik van zeefdruk.

Interactief drukwerk

Dit jaar gaat de kalender een stapje verder dan de voorbije jaren. De gedrukte pagina's kregen ook *augmented reality* (AR)-elementen. Zo begint er een video met de *making of* van de kalender te spelen bij het scannen van de cover met de AR-app. Scan je de pagina's met de gerechten, dan krijg je kookfilmpjes te zien die je helpen om het recept uit te voeren.



Scan de cover met de AR-app (te downloaden van www.agfagraphics.com/ar) en bekijk de making of-video.



n de nieuwe er van **Agfa Graphics**

Scan de verschillende maanden en bekijk hoe de gerechten bereid worden.



Meer op www.agfagraphics.com/calendar

'Gezond eten'?

Een gezonde voeding voor een volwassene voorziet het lichaam op een evenwichtige manier van voedingsstoffen (vitaminen, mineralen, vezels, ...) om het lichaam zelf in stand te houden, maar geeft ook de nodige energie om de vereiste prestaties te kunnen leveren. Voeding moet echter ook veilig zijn. Ze mag geen te hoge concentraties van schadelijke stoffen bevatten.

In dit nummer van PLUS gaan we dieper in op de bovenste lagen van de actieve voedingsdriehoek: groenten, fruit, melkproducten en vervangers, vlees, vis en eieren en tot slot smeeren en bereidingsvetten.

Groenten

Groenten leveren vooral koolhydraten (zetmeel en suikers), vocht, vezels, vitaminen en mineralen. Ze zijn vetarm en bevatten veel antioxidanten die de gezondheid van onze weefsels kunnen bevorderen. 300 gram groenten per dag is een goede hoeveelheid. Een groot deel daarvan kan bij de warme maaltijd gegeten worden. Vul je je bord met de helft aan groenten dan heb je al gauw 200 gram op. Maar ook bij de broodmaaltijd kan je groenten eten: tomaten, sla, radijsjes, ... Groenten kunnen ook dienen als een gezond tussendoortje. Een verse groentesoep is ook een ideale manier om het lichaam van vocht en groenten te voorzien. Beperk dan wel het gebruik van zout en vetten.

Fruit

Fruit is te vergelijken met groenten, maar bevat minder zetmeel en meer suikers. De dagelijkse aanbevolen hoeveelheid komt ongeveer overeen met deze van groenten. Ruw geschat reken je best op twee stukken fruit (zo'n 250 gram) per dag. Gebruik liefst vers fruit in plaats van ingeblikt of gedroogd fruit.



Hoe doe ik dat?

Melkproducten en vervangers

Melkproducten en calciumverrijkte sojaproducten bevatten een belangrijk deel eiwitten, calcium (kalk) en specifieke vitaminen. Hoe vetter deze producten zijn, hoe meer vitamine A en D ze bevatten. Wist je dat in onze contreien 75% van onze calciumname afkomstig is uit zuivelproducten. Een volwassene heeft heel wat calcium per dag nodig, zo'n 900 mg. Jongeren en ouderen nemen best elke dag nog iets meer calcium in (1.200 mg). Om voldoende calcium binnen te krijgen eet je twee sneden kaas en drink je drie tot vier glazen melk (600 ml) of calciumverrijkte sojaproducten.

Vlees, vis en eieren

Vlees, vis, eieren en vervangende producten zijn vooral belangrijk voor hun belangrijke bijdrage aan eiwitten, specifieke vitaminen (bijvoorbeeld vitamine B12) en mineralen (ijzer, ...). Per dag volstaat een 100 gram uit deze categorie voedingswaren (gewogen na bereiding). Noten of zaden zijn een goede aanvulling in deze categorie. Een stuk vlees kan je af en toe evengoed vervangen door een handvol peulvruchten. Een keer per week kan je ook twee eitjes ter vervanging op het menu plaatsen.

Smeer- en bereidingsvet

De groep van de smeer- en bereidingsvetten (boter, bakboter, olijfolie, ...) is de kleinste essentiële groep uit de actieve voedingsdriehoek. Vet levert vooral energie, maar is ook belangrijk voor de opname van vetoplosbare vitaminen en voor de aanbreng van onmisbare vetzuren. Onverzadigde vetten verlagen bovendien de cholesterol en beschermen zo het hart en onze bloedvaten. De onverzadigde vetten zijn herkenbaar omdat ze meestal zacht of vloeibaar blijven (ook in de ijskast). Let er op dat je de juiste vetten gebruikt voor warme bereidingen. Sommige vetten worden ongezond na verhitting. Olijf- en arachideolie (van aardnoten) zijn wel geschikt voor warme bereidingen.

Over palmolie wordt nogal wat discussie gevoerd. Het is in tegenstelling tot vele andere plantaardige vetten erg

rijk aan verzadigde vetzuren (vergelijkbaar met boter of ossewit). Het wordt bovendien als goedkope boter-
vervanger gebruikt in heel wat industriële bereidingen. Voorbeelden hiervan zijn gebak, koffiekoeken, croissants, pizza's, sandwiches, chocopasta en bepaalde margarines. Al deze producten worden in ieder geval best maar met mate geconsumeerd en worden naar het bovenste puntje van onze driehoek verbannen, net als tv-kijken, gamen en andere zittende activiteiten. Europa verplicht de fabrikanten tegenwoordig om duidelijk aan te geven om welke vetstof of olie het juist gaat in bereidingen. Zo kunnen we als consument deze 'plantaardige olie' met veel 'dierlijke eigenschappen' als dusdanig herkennen en mijden.



Ecologische voetafdruk

Om de aarde zo minimaal mogelijk uit te putten bij het voorzien van evenwichtige, gezonde voeding, moeten we ook rekening houden met de duurzaamheid van onze voeding. Zo is vlees produceren veel belastender voor het milieu dan groenten telen. Maar niet alle groenten kunnen efficiënt het hele jaar door geteeld worden. Er bestaat voor elk soort fruit en groente een optimale periode waarbinnen ze goedkoop en in overvloed aangeboden worden in de winkels. Door de seizoenskalender van fruit en groenten te consulteren, beperk je bovendien het transport en aanvoer van uitheems gekweekte gewassen of deze afkomstig uit warm gestookte en kunstmatig verlichte serres.

Meer weten?

Heb je nog vragen over dit onderwerp dan is de website van het VIGEZ een goede bron van informatie: <http://bit.ly/VIGEZ>. Je kan ook de Bedrijfsgezondheidsdienst contacteren op het nummer **8033**.

De seizoenskalender vind je op het internet met deze link: http://bit.ly/TA_SEIZOENSKALENDER.



Agfa Graphics geeft Japanse tempeldeuren een tweede leven

Toen onze collega's van Agfa Graphics in Japan de vraag kregen om de deuren van een eeuwenoude boeddhistische tempel na te maken, begon voor hen een fascinerende tocht waarbij hun ruime technologische kennis van drukwerk, dragers en kleurenbearbeitung op de proef werd gesteld.

De Byōdō-in is een tempel nabij Kyoto die tot het Werelderfgoed behoort. Zo siert ze het Japanse 10 yen-muntstuk. Het beroemdste deel en tevens het enige overgebleven originele gebouw, is de Phoenix Hall (*Hōō-dō*), gebouwd in 1053.

Omdat de verf op de originele westdeuren van de Hōō-dō aan het vervagen was, stelde de opperpriester van de tempel een speciaal team aan om kleine stukjes verf te

verzamelen. Hiermee wou men de kleuren en de originele afbeelding op de deuren reconstrueren – daarbij gebruik makend van de meest geavanceerde digitale technieken. Deze veeleisende taak kostte het team meer dan tien jaren. Eens de taak volbracht, contacteerde de priester Agfa Graphics Japan. Hij gaf hen het gesimuleerde beeldbestand en vroeg om de deuren te reconstrueren.

De keuze voor Agfa Graphics was niet toevallig. Het team van de tempel had er vertrouwen in dat de experts van een onderneming met 150 jaren grafische ervaring de nodige expertise zouden hebben op het vlak van kleurenmanagement en druktechnieken. Ook ecologie, veiligheid en gezondheid speelden een rol. De opperpriester vond het bovendien een pluspunt dat Agfa Graphics zijn eigen UV-inkten maakt.

De experts van Agfa Graphics trachtten de beoogde kleuren zo accuraat mogelijk na te maken met software voor kleurenbeheer en een uitgebreid gamma aan druktechnieken. Een Anapurna 2050i-grootformaat inkjetprinter werd gebruikt om te drukken op het 400 jaar oude Japanse cipressenhout voor de nieuwe deuren van



De originele tempeldeuren, gemaakt in 1053.

“Toen ik de nieuwe deuren zag, kon ik mijn tranen niet bedwingen. Ze hersteld zien in hun oorspronkelijke staat was mijn grootste wens sinds twintig jaar.”
Monsho Kamii,
opperpriester van de
Byōdō-in tempel

1,2 bij 2,5 meter. Dit was geen eenvoudige taak. Zo werd een 3D-printer gebruikt om een opzetstuk te maken dat onder de gebogen deurranden gelegd werd om ze te

kunnen bedrukken. Een speciaal soort witte inkt werd gebruikt om de originele witte delen van de deur na te maken.

Toen de deuren klaar waren, loofde de opperpriester het team van Agfa Graphics uitvoerig om het behaalde resultaat. Tot begin december werden de gereconstrueerde deuren tentoongesteld in het museum van de tempel, met uitleg over het reconstructieproces. Daarna kregen de deuren hun plaatsje in de scharnieren van de tempel, waar ze voor onbepaalde tijd zullen blijven.



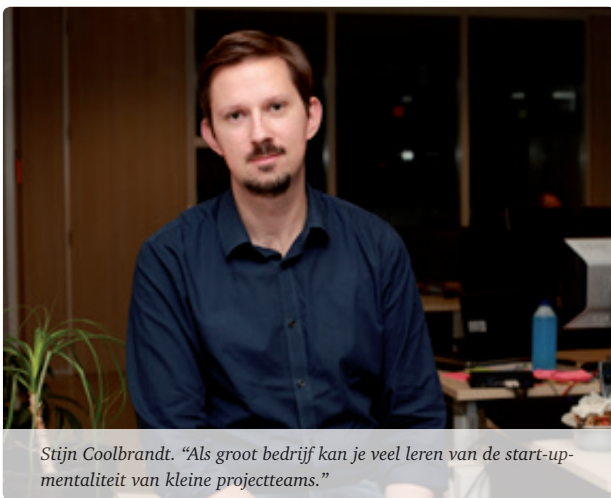
De tempeldeuren opnieuw in volle glorie.



Tijdens de hackaton* Hack for Health die eind september in het ICC Gent door het Microsoft Innovation Center werd georganiseerd, werden nieuwe ICT-applicaties op drie dagen tijd van concept tot prototype uitgewerkt en voorgesteld aan potentiële investeerders. Het doel was de levenskwaliteit van ouderen te verbeteren met de hulp van technologie. Meer dan zestig teams dachten er na over ter plaatse gedefinieerde zorguitdagingen uit de sector. Enkele enthousiaste collega's van Agfa HealthCare in Gent schreven zich in en gingen zowaar aan de haal met de derde plaats.

Agfa HealthCare derde op Hack for Health 2015

Zo'n zestig teams van zeer uiteenlopende disciplines, gaande van verpleegsters in opleiding, over OCMW-medewerkers tot medewerkers van het Wit-Gele Kruis, hadden zich ingeschreven om op zoek te gaan naar nieuwe mogelijkheden op het vlak van *active assisted living*. Anders geformuleerd: hoe kan je bijdragen tot het waardig ouder worden met de hulp van de moderne technologie? "Een van de uitdagingen die naar voren werd geschoven was de vraag hoe je oudere mensen die eigenlijk nog best zelfstandig kunnen leven, maar die voor bepaalde zaken wat hulp nodig hebben, kan samenbrengen met mensen die die hulp willen bieden." zegt Stijn Coolbrandt, R&D Site Manager HCIS Gent bij Agfa HealthCare. "Neem Gerard. Hij is een bejaarde en heeft een haag in zijn tuin staan die hij niet meer zelf kan snoeien. In zijn buurt woont Dirk die graag tuinert, maar op een appartement woont. Hoe brengen we die twee met elkaar in contact? Voor die uitdaging ontwikkelde het Agfa HealthCare-team Voluntero."



Stijn Coolbrandt. "Als groot bedrijf kan je veel leren van de start-up-mentaliteit van kleine projectteams."

* Een hackaton is een event waarbij computerspecialisten, al dan niet met mensen uit andere disciplines, intensief samenwerken aan een softwareproject.



Het Agfa HealthCare team, goed voor een mooie derde plaats.

Kort samengevat brengt Voluntero in een twitter-systeem de mensen samen die hulp nodig hebben en die hulp willen bieden. Dit kan nagenoeg automatisch gebeuren zonder veel administratie. Het is dus een zeer efficiënt systeem dat zou kunnen gefinancierd worden door de lokale overheden. Zes personen zouden naar schatting zes maanden nodig hebben om het project te ontwikkelen. De kostprijs voor het geheel wordt geraamd op 250.000 euro. De jury vond het idee alvast een derde plaats waard. Hopelijk kan het in de toekomst worden gerealiseerd.

"Wij vonden het niet alleen leuk, maar ook zeer interessant en leerzaam om mee te doen. Niet alleen kan je ook als groot bedrijf veel leren van die *start-up*-mentaliteit die eigen is aan die kleine projectteams. Het is een formule waarbij men er in slaagt om op korte tijd van een idee tot een uitgewerkt prototype te komen. Het was alleszins de bedoeling om die start-up-principes te leren kennen en gebruiken en ook later in ons dagelijks werk te gebruiken. Het team was zeer tevreden met de deelname en de derde plaats. Omdat je van bij de ideefase meewerkt, voelt iedereen zich erg betrokken bij het project. Je krijgt dan een heel ander soort energie dan wanneer je slechts een klein deeltje van een ontwikkelingsprogramma doet," besluit Stijn Coolbrandt.





**BRAND, ONGEVAL,
MILIEU-INCIDENT**
NOODNUMMER 3333
Via gsm 03/444 33 33

Afwezigheid wegens ziekte of ongeval meldt u onmiddellijk – telefonisch – op 03 444 26 00 en – bij voorkeur – aan uw afdelingsleiding/-secretariaat. Bezorg binnen 48 uur een doktersattest aan HR/8999

Vraag tijdig uw vakantie aan via ESS. Voor arbeiders: via afdelingssecretariaat. Raadpleeg/controleer uw persoonlijke documenten (loonbrieven) en persoonlijke gegevens via ESS.

NUTTIGE CONTACTGEGEVENS

ABC-clubs ABC_agfa.com@agfa
Bedrijfsbeveiliging (administratie) 8989
beveiliging_externen.be@agfa.com
Bedrijfsgezondheidsdienst 8033
bedrijfsgezondheidsdienst.be@agfa.com
Helplijn technische diensten 2121
http://melding2121.agfa.net
Catering 8990
mail.agfa.gevaert@compass-group.be
Hospitalisatieverzekering Vanbreda 03 217 6997
agfa@vanbreda.be
Human Resources HR_HQ_Benelux_BE_agfa.com
Interne logistiek + Post 7990
internelogistiek.be@agfa.com
Interventiedienst (Bedrijfsbrandweer) 5555
interventiedienst.be@agfa.com
Milieudienst 5501
Niet recupereerbare materialen (NRM) 2698
Pensioenfonds Agfa-Gevaert OFF 8928
Portier Gevaert 1 – personeelsingang 8998
Portier Gevaert 6 (Heultje) 3426
Portier Gevaert 8 (Essers) 2381
Preventiedienst 5481
Receptie gebouw 70 7001
receptie70.be@agfa.com
Security (Toezicht) 8986
toezicht.be@agfa.com

Fabriekskalender 2016

www.agfa.com http://intra.agfa.net



JANUARI (61)			FEBRUARI (62)			MAART (63)			APRIL (64)			MEI (65)			JUNI (66)		
kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.
1	Vr	1	Nieuwjaar	5	Vr	5	Vr	4	1	Vr	1	92					
2	Za	2		6	Za	6	Za	5	2	Za	2	93					
3	Zo	3		7	Zo	7	Zo	6	3	Zo	3	94					
4	Ma	4		8	Ma	8	Ma	7	4	Ma	4	95	week 10				
5	Di	5		9	Di	9	Di	8	5	Di	5	96	week 11				
6	Wo	6		10	Wo	10	Wo	9	6	Wo	6	97	week 12				
7	Do	7		11	Do	11	Do	10	7	Do	7	98	week 13				
8	Vr	8		12	Vr	12	Vr	11	8	Vr	8	99	week 14				
9	Za	9		13	Za	13	Za	12	9	Za	9	100	week 15				
10	Zo	10		14	Zo	14	Zo	13	10	Zo	10	101	week 16				
11	Ma	11	week 2	15	Ma	15	Ma	14	11	Ma	11	102	week 17				
12	Di	12		16	Di	16	Di	15	12	Di	12	103	week 18				
13	Wo	13		17	Wo	17	Wo	16	13	Wo	13	104	week 19				
14	Do	14		18	Do	18	Do	17	14	Do	14	105	week 20				
15	Vr	15		19	Vr	19	Vr	18	15	Vr	15	106	week 21				
16	Za	16		20	Za	20	Za	19	16	Za	16	107	week 22				
17	Zo	17		21	Zo	21	Zo	20	17	Zo	17	108	week 23				
18	Ma	18	week 3	22	Ma	22	Ma	21	18	Ma	18	109	week 24				
19	Di	19		23	Di	23	Di	22	19	Di	19	110	week 25				
20	Wo	20		24	Wo	24	Wo	23	20	Wo	20	111	week 26				
21	Do	21		25	Do	25	Do	24	21	Do	21	112	week 27				
22	Vr	22		26	Vr	26	Vr	25	22	Vr	22	113	week 28				
23	Za	23		27	Za	27	Za	26	23	Za	23	114	week 29				
24	Zo	24		28	Zo	28	Zo	27	24	Zo	24	115	week 30				
25	Ma	25	week 4	29	Ma	29	Ma	28	25	Ma	25	116	week 31				
26	Di	26		30	Di	30	Di	29	26	Di	26	117	week 32				
27	Wo	27		31	Wo	31	Wo	30	27	Wo	27	118	week 33				
28	Do	28						31	28	Do	28	119	week 34				
29	Vr	29							29	Vr	29	120	week 35				
30	Za	30							30	Za	30	121	week 36				
31	Zo	31							31	Zo	31	151	week 37				

* 1/5 vrij te nemen voor Graphics/HE/CC/GSS na 1/5

collectief gestoten

te kiezen voor Graphics/HE/CC/GSS

verplicht voor MAT

() gietmaand

schoolvakantie

uitbetaling lonen en salarissen

opladen elektronische maaltijdcheques

kwartaalresultaten

zomertuur

Fabriekskalender 2016

<http://intra.agfa.net>
www.agfa.com
<http://servicedesk.agfa.net>

ICS Service Desk voor MAT/CC/GSS
7070-service-desk-ics-mat-be@agfa.com

7070

ICS Service Desk HE

8080-service-desk-ics-he-bnl@agfa.com

8080

ICS Service Desk Graphics

6060-service-desk-gs-bnl@agfa.com

6060

Intranet Algemene Diensten:

http://intra.agfa.net/cc/belgium/nl/intranet/aig_diensten/index.jsp

Intranet HR Benelux HQ:

<http://intra.agfa.net/cc/belgium/nl/intranet/hr/index.jsp>

Meldingspunt voor technische problemen en catering
<http://melding2121.agfa.net>

2121

Cateringbadje verloren?

Maak melding via 2121.

Toegangsbadge verloren?

Contacteer Bedrijfsbeveiliging

8989

Meld uw bezoekers aan in de BEMOR

visitors registration databank.

Plattegronden + info parkeerterreinen vindt u terug op het intranet Algemene Diensten.

ADRESSEN AGFA IN BELGIË

Agfa-Gevaert NV

Ondernemingsnummer 0404 021 727

Septestraat 27, 2640 Mortsel

Tel. 03 444 21 11 – Fax 03 444 70 94

Gevaert 1

Hendrik Kuyppersstraat 80, 2640 Mortsel

Gevaert 2

Hendrik Kuyppersstraat 97, 2640 Mortsel

Gevaert 4

Vredebaan 72, 2640 Mortsel

Gevaert 5

Septestraat, site 5, 2640 Mortsel

Gevaert 6 (Heultje)

August Cannaeartsstraat 1.25, 2260 Westerlo

Gevaert 8

Terbekehoofdreef 19, 2610 Wilrijk

Agfa HealthCare NV

Ondernemingsnummer 0403 003 524

Septestraat 27, 2640 Mortsel

Moutstraat 100, 9000 Gent

Agfa Graphics NV

Ondernemingsnummer 0456 366 588

Septestraat 27, 2640 Mortsel

Agfa Finance NV

Ondernemingsnummer 0436 501 879

Septestraat 27, 2640 Mortsel

JULI (67)			AUGUSTUS (68)			SEPTEMBER (69)			OKTOBER (70)			NOVEMBER (71)			DECEMBER (72)		
kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.
1	vr	183	1	ma	214 week 31	1	do	245	1	di	306 Alleheligen week 44	1	di	306	1	do	336
2	za	184	2	di	215	2	vr	246	2	wo	307	2	wo	307	2	vr	337
3	zo	185	3	wo	216	3	za	247	3	do	308	3	do	308	3	za	338
4	ma	186	4	do	217	4	zo	248	4	vr	309	4	vr	309	4	zo	339
5	di	187	5	vr	218	5	ma	249	5	ma	310	5	ma	310	5	ma	340 week 49
6	wo	188	6	za	219	6	di	250	6	di	311	6	di	311	6	di	341
7	do	189	7	zo	220	7	wo	251	7	wo	312	7	wo	312	7	wo	342
8	vr	190	8	ma	221 week 32	8	do	252	8	do	313	8	do	313	8	do	343
9	za	191	9	di	222	9	vr	253	9	vr	314	9	vr	314	9	vr	344
10	zo	192	10	wo	223	10	za	254	10	za	315	10	za	315	10	za	345
11	ma	193	11	do	224	11	zo	255	11	zo	316 Wapenstl.	11	zo	316	11	zo	346
12	di	194	12	vr	225	12	ma	256	12	ma	317	12	ma	317	12	ma	347 week 50
13	wo	195	13	za	226	13	di	257	13	di	318	13	di	318	13	di	348
14	do	196	14	zo	227	14	wo	258	14	wo	319	14	wo	319	14	wo	349
15	vr	197	15	ma	228 OLV Hemelv. week 33	15	do	259	15	do	320	15	do	320	15	do	350
16	za	198	16	di	229	16	vr	260	16	vr	321	16	vr	321	16	vr	351
17	zo	199	17	wo	230	17	za	261	17	za	322	17	za	322	17	za	352
18	ma	200	18	do	231	18	zo	262	18	zo	323	18	zo	323	18	zo	353
19	di	201	19	vr	232	19	ma	263	19	ma	324	19	ma	324	19	ma	354 week 51
20	wo	202	20	za	233	20	di	264	20	di	325	20	di	325	20	di	355
21	do	203	21	zo	234	21	wo	265	21	wo	326	21	wo	326	21	wo	356
22	vr	204	22	ma	235 week 34	22	do	266	22	do	327	22	do	327	22	do	357
23	za	205	23	di	236	23	vr	267	23	vr	328	23	vr	328	23	vr	358
24	zo	206	24	wo	237	24	za	268	24	za	329	24	za	329	24	za	359
25	ma	207	25	do	238	25	zo	269	25	zo	330	25	zo	330	25	zo	360 Kerstmis**
26	di	208	26	vr	239	26	ma	270	26	ma	331	26	ma	331	26	ma	361 2de Kerstdag
27	wo	209	27	za	240	27	di	271	27	di	332	27	di	332	27	di	362 V 25/12
28	do	210	28	zo	241	28	wo	272	28	wo	333 week 48	28	wo	333	28	wo	363 adv-brugdag
29	vr	211	29	ma	242 week 35	29	do	273	29	do	334	29	do	334	29	do	364 adv-brugdag
30	za	212	30	di	243	30	vr	274	30	vr	335	30	vr	335	30	vr	365 V Inventaris
31	zo	213	31	wo	244	31	za	303	31	ma	336	31	za	336	31	za	366 Inventaris

** 25/12 vrij te nemen voor Graphics/HE/CC/GSS vanaf 1/12

collectief gestolen

te kiezen voor Graphics/HE/CC/GSS

() gietmaand

schoolvakantie

opladen elektronische maaltijdcheques
kwartaalresultaten
wintertuur

verplicht voor MAT

uitbetaling lonen en salarissen



SalesOne gelanceerd in Europa

Op 19 oktober was het een belangrijke dag voor het Europese SalesOne-team van Agfa HealthCare. Na een grondige voorbereiding konden 360 collega's van start gaan met de nieuwe CRM-tool Sales One ter ondersteuning van hun verkoopactiviteiten. Het is een intuïtieve tool die de creatie, opvolging en rapportering van de verkoopactiviteiten succesvoller en efficiënter maakt. De voornaamste gebruikers waren al een tijdje aan de slag met de nieuwe tool. Ter gelegenheid van de Europese lancering namen ze een kort videoclipje op. Hun enthousiasme kan niet anders dan aanstekelijk werken. Wil je het filmpje zien, scan dan het beeld hieronder met de Agfa AR+ app of gebruik de volgende url: http://intra.agfa.net/he/global/en/intranet/mainhe/our_organisation/sales_all_in_one.jsp.



Innovating Visual Healthcare...

... is het thema van de jongste editie van Agfa HealthCare's magazine THERE. Uiteraard biedt het blad weer nieuwe verhalen van klanten van over de hele wereld. Zij getuigen hoe ze op een vooruitstrevende manier aan de slag gaan met onze digitale radiografieoplossingen. Anderen leggen uit hoe ze echte zorgnetwerken uitbouwen die de grenzen van de ziekenhuizen overstijgen. Nieuw in deze editie is een rubriek volledig gewijd aan onze Services. Deze rubriek geeft voorbeelden van klanten die zich dankzij onze Managed Services en GRIP-dienstverlening met een gerust gevoel nog meer kunnen concentreren op hun kerntaken. Je kan de nieuwe editie downloaden van de Agfa HealthCare-website. Een extract uit het magazine kan je ook bekijken door het onderstaande beeld te scannen met de AR+ app.

Agfa ontvangt VK ambassadeur

Op 14 oktober ontving Agfa Alison Rose, die sinds augustus 2014 de nieuwe ambassadeur is van het Verenigd Koninkrijk in België, en haar medewerkster Inge Haelderman, verantwoordelijk voor handel en investeringen met het Verenigd Koninkrijk.

België is het zesde belangrijkste exportland voor het Verenigd Koninkrijk, onder meer door de haven van Antwerpen. En België staat op negen in de lijst van landen die de meeste investeringen doen in het Verenigd Koninkrijk.

Voor Agfa is het Verenigd Koninkrijk uiteraard ook een belangrijk land. Niet alleen realiseert Agfa er een omzet van ongeveer 120 miljoen euro per jaar, maar tellen we in de verschillende verkooporganisaties en in de productie-eenheid in Leeds samen iets meer dan 300 medewerkers.



Een tijdje geleden mochten 70 personeelsleden van Agfa HealthCare Gent achter het stuur van een rij simulator plaatsnemen. Het was een initiatief van Baloise Insurance, verzekeraar van Agfa's bedrijfswagens in Gent.

Voorkomen is beter dan... je weet wel

In het kader van hun preventie-aanpak organiseerde Baloise Insurance een veiligheidsproject waarbij werknemers van een aantal bedrijven onder de leiding van een rij-instructeur van het RACB (de Belgische Automobielfclub) zelf konden ervaren hoe ze reageren op plotse obstakels op de weg en hoe zwaar de impact van een te hoge snelheid bij een ongeval wel is.

Rik De Winne, Risk Advisor Fleet bij Baloise Insurance, benadrukt het belang van dergelijke initiatieven. "Bedrijven zoals Agfa HealthCare in Gent hebben een vrij jong personeelsbestand. Het is cruciaal dat we die jonge mensen, die nog vele jaren in het verkeer actief zullen

zijn, wijzen op een aantal belangrijke parameters, zoals snelheid en remtijden. Wat de case van Agfa HealthCare nog interessanter maakt, is dat er zowat 28 nationaliteiten op de werkvloer actief zijn. Die brengen elk een andere rijcultuur mee."

"Bij Agfa HealthCare staan we altijd open voor initiatieven die de veiligheid kunnen verbeteren", zegt collega Peter Haelvoet. "Verkeersveiligheid is sowieso een belangrijk thema voor ons bedrijf. Zo houden we onze werknemers ook permanent op de hoogte van belangrijke wegenwerken, zodat ze weten dat bepaalde verkeerssituaties lastiger of gevaarlijker kunnen zijn dan anders."



REACTIEVERMOGEN? REMAFSTAND? ENKELE NUTTIGE TIPS EN WEEJTJES

Reactievermogen

De reactiesnelheid is het enige element dat een invloed heeft op de stopafstand.

Hoe kan je je reactiesnelheid verbeteren?

- Hou je aandacht op het verkeer.
- Anticipeer op opduikende risico's: kijk vooruit en fixeer je niet op het voertuig vóór je.
- Haal je voet van het gaspedaal en hou hem boven de rem als er gevaar nadert.

Remafstand en afleiding

Als je 120 km/u rijdt, dan heb je meer dan 100 meter of de lengte van een voetbalveld nodig om tot stilstand te komen. Daarbij gaan we ervan uit dat het wegdek droog is en je wagen goed onderhouden.

Bovendien moet je binnen de seconde reageren. Tegen een snelheid van 120 km/u verplaats je je tegen 33 meter per seconde. Eén seconde afleiding op een remmoment zorgt bijgevolg voor onoplosbare situaties.



vanonder het stof...

In het vorige PLUS-nummer vernam u alles van de schenking van het Lieven Gevaert-archief aan de provincie Antwerpen en het Fotomuseum van Antwerpen. In onze recente bezoeken aan het archief stoten we op onverwachte schatten. Voor ze naar hun nieuwe thuis vertrekken, laten we je in de volgende nummers even meegenieten.

Uniform Harmonie Lieven Gevaert



Veel documenten over de Lieven Gevaert-harmonie vinden we niet terug in het archief, maar dit mooie uniform is nog steeds in een uitstekende staat. In een introductieboekje uit 1954 met de titel *Ik werk bij Gevaert* vinden we een foto van de harmonie van de Vriendenkring C.O.A., de afdeling die toen voornamelijk cellulosefilm maakte. Op de foto rukt de harmonie echter niet in uniform uit. Wellicht dateert het uniform nog uit een vroegere periode.



Sinds 21 oktober is de afdeling Niet-Recupereerbare Materialen, aka de 'Lege Inpak', opnieuw open. Haar nieuwe stek bevindt zich nu achteraan de site Gevaert 5 in gebouw 584. De locatie is echter niet het enige dat veranderd is. PLUS sprak met NRM-verantwoordelijken Jef Derden en Jan Bosmans over het hoe en waarom.

NRM heropend op Gevaert 5

De afdeling NRM of Lege Inpak is een echt begrip in onze onderneming. Personeelsleden en gepensioneerde werknemers kunnen er voor een zacht prijsje materialen aankopen die voor de firma niet meer bruikbaar zijn, maar die toch nog te goed zijn om zo maar weg te gooien. Het is een succesvol recyclagesysteem dat al tientallen jaren bestaat.

PLUS: Waarom zijn jullie verhuisd?

JEF: Op Gevaert 2 moest er plaats vrijgemaakt worden voor de uitbreiding van Machine 9. Het zoeken naar een nieuwe locatie was niet zo simpel. De afdeling moet goed

bereikbaar zijn, ook van buitenaf voor de gepensioneerden. Uiteindelijk is deze ligging achteraan Gevaert 5 uit de bus gekomen. Via de toegang tot de parkeerterreinen aan de Deurnestraat, maar ook van binnen de fabriek kan je hier gemakkelijk raken. Tijdens de verkoopuren moet je echter steeds langs buiten komen, nooit via de fabriek.

PLUS: Zijn er nog nieuwigheden in de werking van de afdeling NRM?

JAN: Absoluut. Wat het aanbieden van de goederen voor persoonlijke aankoop betreft, streven we naar een verdere



Jan Bosmans en Jef Derden zijn het eens: "Op deze beperkte ruimte zijn we er toch in geslaagd een vergelijkbaar aanbod te brengen."

digitalisering. Stel dat je iets wil aankopen waarvan je weet dat het niet meer zal gebruikt worden, dan zal jij of je chef binnenkort een digitale foto van het voorwerp in een elektronische aanvraag kunnen plaatsen. Als je chef de aanvraag goedkeurt, dan moet het voorwerp naar de afdeling NRM worden gebracht waar nagekeken wordt of het voorwerp inderdaad kan worden verkocht en tegen welke prijs. Hiervoor breng je een door de chef ondertekende aanvraag met een print van de foto mee. Die dient als vrijgeleide zodat je het voorwerp naar de NRM-afdeling kan brengen. Elke aanvraag wordt in een databank opgenomen, zodat we goed kunnen opvolgen of de goederen wel daadwerkelijk worden aangeboden. Omdat we maar over weinig plaats beschikken is het ook belangrijk dat de periode tussen aanvraag en verkoop zo kort mogelijk is. Is die periode te lang, dan zullen we navraag doen bij de kandidaat-koper.

PLUS: Het was vast een uitdaging om op deze toch beperkte ruimte een zelfde assortiment aan te bieden?

JEF: Zeker. We hebben goed nagedacht over wat en hoe we alles gaan aanbieden. We hebben gekeken naar welke goederen de meeste vraag is. Maar ook hebben we er bijvoorbeeld voor gekozen om verschillende kleinere, voorgesneden rolletjes papier of folie aan te bieden in plaats van steeds een hoeveelheid van een grote rol te snijden. Hierdoor kunnen we veel efficiënter werken.

JAN: De eerste verkoopdagen die we ingelast hebben sinds de heropening, waren best succesvol te noemen. We denken dus wel dat we goed zitten qua aanbod.



Jef Derden leidt de NRM-verkoop op dinsdag en donderdag in goede banen.

PLUS: Zijn er nog andere digitale nieuwigheden?

JAN: Ja. Zo gaan we heel wat meer gebruik maken van onze 'eBay'-tool. Op die specifieke website gaan we niet alleen de goederen aanbieden die vrij te koop zijn, maar ook de producten die we per opbod zullen verkopen. Via InfoPLUS zal er een veiling aangekondigd worden, waarna iedereen gedurende een welbepaalde periode de kans zal krijgen om de goederen te bekijken en om een bod te doen.

PLUS: De vaste waarden in het assortiment, die blijven behouden.

JEF: Natuurlijk. De cubitainers, plastic vaten, folie op rol, kartonnen dozen, houten paletten,... die blijven we uiteraard verder aanbieden.

PLUS: Veel succes op de nieuwe locatie!

Locatie NRM: Gevaert 5, gebouw 584

Openingsuren NRM voor verkoop:

- dinsdag van 11u30 tot 14u30
- donderdag van 11u30 tot 16u15

Meer info over de afdeling en de te volgen aankoop-procedures vind je op het intranet onder Algemene diensten/Voordelen aan Personeel/NRM, bij Jef Derden tel. 2698, of bij Jan Bosmans tel. 7997.

Service zit in ons DNA

De infographic in een vorig PLUS-nummer was gewijd aan de Agfa HealthCare Global Services-organisatie: meer dan 1.900 gemotiveerde collega's die onze klanten dag en nacht ondersteunen met technische, management- en financiële diensten.

Onze klanten worden uitgedaagd om steeds meer zorgverlening te bieden, maar kampen tegelijkertijd met budgetten die zwaar onder druk staan. Door het geheel of gedeeltelijk uitbesteden – ter plaatse of vanop afstand – van bepaalde diensten aan Agfa HealthCare, kunnen ze zich beter concentreren op hun kerntaken, nl. de zorg voor de patiënt. Verder biedt Agfa de Global Remote Incident Prevention-dienstverlening (GRIP) aan, waarbij het de klant vanop afstand voortdurend opvolgt en indien nodig ingrijpt alvorens een probleem zich voordoet. En dan zijn er nog de andere technische, functionele en management services waarmee we de klant kunnen bijstaan om zijn activiteiten beter te beheren.

Je kan dan ook niet anders zeggen dan dat Service in ons DNA zit.

Om die boodschap te ondersteunen, werd een mooie animatie gemaakt die je kan bekijken als je het beeld met de AR+ app inscant. Je vindt de animatie ook op Agfa HealthCare's intranetsite.



Algemene pers bezoekt demo centers

Op 23 oktober ontving Agfa de Belgische pers. Niet voor een persconferentie, maar wel voor een informatieve kennismaking met de activiteiten van onze business-groepen. Ook binnen deze belangrijke doelgroep lost de jonge generatie de oudere af. Zo mochten we op de jongste persconferenties heel wat nieuwe gezichten ontvangen. Het was dan ook het juiste moment om hen kennis te laten maken met onze producten, technologie en markten. De aanwezige journalisten gingen naar huis met een boel informatie die hen in de toekomst zeker van pas zal zijn bij hun verslaggeving over onze onderneming.



Ook in dit PLUS-nummer trakteert Agfa HealthCare ons weer op een infographic. Deze keer niet over een van onze producten, maar wel een impressie in woord en beeld van het hele Agfa HealthCare-team. Wat zijn de meest voorkomende voornamen binnen Agfa HealthCare? Hoeveel jaar ervaring hebben zij gemiddeld bij Agfa HealthCare?... De antwoorden vind je in één oogopslag op de bijgevoegde Infographic.



4.428 talenten tot uw dienst

2.728 collega's actief in de IT-business en **1.392** in de beeldvorming

1.014 R&D-talenten bepalen mee de evolutie van de gezondheidszorg in **9** vestigingen over de hele wereld

240 software-ontwerpers
155 applicatie specialisten

1.906 servicecollega's en **653** salescollega's ondersteunen de helft van alle ziekenhuizen wereldwijd



41 verschillende landen, dat zijn veel tijdzones om rekening mee te houden bij de onderlinge communicatie, of ... om de klok rond te kunnen werken



11 De gemiddelde Agfa HealthCare-werknemer werkt al **11** jaar bij de onderneming en kijkt uit naar nog veel meer jaren.



44,5 Dat is de leeftijd van de gemiddelde Agfa HealthCare-medewerker



280 nieuwe collega's vervoegen Agfa HealthCare elk jaar. We rekruteren vooral jonge IT-specialisten

26% vrouwen
74% mannen



Christine & Michael zijn de meest voorkomende voornamen

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.

“Mijn dochters zijn perfect tweetalig. Ze verbeteren nu mijn uitspraak!”



Zestien jaar geleden kwam de Wit-Rus Alexander Dobrovolsky als student naar België. Onmiddellijk na zijn studies ging hij bij Agfa Graphics aan de slag. Alexander en zijn vrouw verwierven intussen de Belgische nationaliteit. Samen met hun twee dochters voelen ze zich hier helemaal thuis.

PLUS: Waar uit Wit-Rusland kom je precies vandaan?

ALEXANDER: Ik ben geboren in Vitebsk. Dat is een stad in het noorden van Wit-Rusland, niet zo ver van de grens met Rusland. Met haar 400.000 inwoners is ze qua grootte vergelijkbaar met Antwerpen. Later ging ik toegepaste wiskunde studeren in Minsk, de hoofdstad van Wit-Rusland.

PLUS: Hoe ben je in België terechtgekomen?

ALEXANDER: Tijdens het laatste jaar van mijn studies heb ik deelgenomen aan een samenwerkingsproject met een Belgische universiteit. Daarna ben ik meteen bij Agfa Graphics beginnen te werken, eerst als contractor en sinds 2006 als vaste medewerker.

PLUS: Wat houdt je job zoal in?

ALEXANDER: Ik ben Software Engineer. Ik heb van bij het prille begin meegewerkt aan de ontwikkeling van de Apogee-workflowsoftware voor commerciële drukkerijen. Ik hou me bezig met de gebruikersomgeving van de software. Sinds de eerste versie is Apogee natuurlijk sterk geëvolueerd. Er zijn veel functionaliteiten bijgekomen en het klantenbestand is enorm gegroeid. Recent hebben we op basis van Apogee ook voor de gebruikers van breedformaatprinters een workflowsoftwaresysteem ontwikkeld. Deze Asanti-software biedt ook weer nieuwe uitdagingen.

PLUS: Was het moeilijk om te wennen aan het leven in België?

ALEXANDER: De eerste paar jaren was het wel wennen, maar de dingen die toen vreemd overkwamen zijn ondertussen gewoon geworden. Zo is het openbaar vervoer hier helemaal anders geregeld dan in Wit-Rusland. Ik wist in het begin bijvoorbeeld niet dat je hier de buschauffeurs moet verwittigen als je aan een halte wil uitstappen. Ik ben vroeger dikwijls mijn bestemming voorbij gereden. Toen ik de taal beter begon te kennen werd alles eenvoudiger. In de beginjaren zijn er wel moeilijke momenten geweest, maar achteraf vergeet je die snel.



PLUS: *Ondertussen heb je je hier helemaal kunnen settelen?*

ALEXANDER: Ja, inderdaad. In 2002 heb ik hier mijn vrouw leren kennen. Zij is ook van Wit-Rusland afkomstig. Ik heb haar ontmoet toen ze met het koor waarin ze zong in België kwam optreden. We hebben ondertussen ook de Belgische nationaliteit. Dat leidde overigens tot een grappige situatie toen onze tweede dochter geboren werd. Je moet weten dat in Wit-Rusland bepaalde familienamen – zoals de mijne – voor een vrouw een andere uitgang hebben dan voor een man. Toen onze eerste dochter geboren werd – ze is nu tien jaar – hadden we de Belgische nationaliteit nog niet. Zij kon dus zonder problemen de achternaam Dobrovolskaya krijgen. Toen we onze tweede dochter kregen, waren we wel al Belg. Omdat kinderen hier toen nog verplicht de naam van de vader moesten krijgen, weigerden de ambtenaren van de burgerlijke stand haar de vrouwelijke variant van mijn familienaam te geven. Ze moest dus net als ik Dobrovolsky heten. Hier vindt niemand dat raar, maar ik kan je verzekeren dat de mensen in Wit-Rusland raar opkeken toen ze haar naam zagen! Gelukkig is ondertussen de wetgeving versoepeld, zodat we haar naam kosteloos konden aanpassen.

PLUS: *Je spreekt heel goed Nederlands. Was het moeilijk om de taal te leren?*

ALEXANDER: Dat viel best mee. Ik heb vijf jaar avondschool gevolgd, maar het meeste leerde ik toch door met vrienden en collega's te praten. Je leert een taal het beste wanneer je er constant mee geconfronteerd wordt. Het is echter niet altijd eenvoudig om met Vlamingen Nederlands te praten. Jullie talenkennis is heel groot. Zodra jullie horen dat iemand het moeilijk heeft om zich in het Nederlands uit te drukken, hebben jullie dan ook de neiging om op het Engels over te schakelen. Mijn vrouw spreekt overigens nog beter Nederlands dan ik. En mijn dochters zijn perfect tweetalig. Zij verbeteren nu mijn uitspraak wanneer ze vinden dat het beter kan.

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

ALEXANDER: We proberen elke zomer te gaan. Het is belangrijk dat onze kinderen hun oma's en opa's kunnen bezoeken. Gelukkig wonen mijn ouders en mijn schoonouders in dezelfde stad. Dat maakt het wat makkelijker.



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 **Walther Wouters**



Als Applicatiespecialist Security test Walther bij Agfa Specialty Products materialen voor de productie van identiteitskaarten, tickets, rijbewijzen en andere documenten die tegen namaak beschermd moeten worden. Zijn vrije tijd brengt hij het liefst door in een wereld waar deze kaarten geen enkel nut hebben: de onderwaterwereld.

PLUS: Hoe ben je ertoe gekomen om te gaan duiken?

WALTHER: Ik was altijd al gefascineerd door de onderwaterwereld. Daar is Jacques Cousteau met zijn onderwaterfilms verantwoordelijk voor. Tijdens mijn legerdienst zat er iemand in mijn peloton die aan diepzeeduiken deed. Hij wakkerde mijn interesse in het

duiken nog verder aan. Uiteindelijk ben ik eens een kijkje gaan nemen op de opendeurdag van de duikclub in Aarschot. Ik ben er nu 28 jaar lid.

PLUS: Heb je een lange opleiding nodig om te mogen diepzeeduiken?

WALTHER: Je moet uiteraard eerst lessen in het zwembad volgen. Vroeger duurde het zo'n zes maanden voor je onder begeleiding van een instructeur in open water kon gaan duiken. Tegenwoordig kan dat veel sneller. Het niveau van een duiker wordt uitgedrukt in sterren. Eerst moet je proberen om via een aantal proeven één ster te halen. Duikers met twee sterren mogen onder bepaalde voorwaarden met elkaar duiken, dus zonder instructeur in de duikploeg. Het hoogst haalbare duikbrevet is dat van assistent instructeur. Assistent instructeurs kunnen nog proberen om de titel van instructeur te behalen. Zo kan je beginnende duikers de knepen van het vak bijbrengen. Ook instructeurs kunnen weer tot drie sterren krijgen. Ik ben nu een instructeur met één ster.

PLUS: Wat trekt je aan in je hobby?

WALTHER: Dat is vooral de rust die je onder water ervaart. Het mag boven water een lawaai van jewelste zijn en het mag zelfs onweten, maar eens je onder water zit, merk je daar niet veel meer van.

PLUS: Duiken lijkt een gevaarlijke hobby. Is dat zo?

WALTHER: Ik wil het niet onder stoelen of banken steken: duiken gaat gepaard met een aantal gevaren. Dankzij je opleiding leer je echter de risico's onder controle te houden. Daarom duik je ook nooit alleen.

PLUS: Wat zou er zoal mis kunnen gaan?

WALTHER: De twee grootste gevaren waar een duiker rekening mee moet houden zijn longoverdruk en decompressieziekte. Longoverdruk kan ontstaan wanneer je stijgt zonder voldoende uit te ademen. Bij het stijgen zet de lucht in de longen uit. Wanneer je niet tijdig uitademt, kunnen je longen scheuren. Decompressieziekte





Duiken op sterrenniveau

kan veroorzaakt worden door te snel te stijgen. Tijdens je verblijf onder water neemt je lichaam stikstof op. Wanneer je je niet aan de stijgfases houdt, kan die stikstof belletjes gaan vormen in het bloed en in andere weefsels. Daardoor kan je decompressieziekte krijgen. Gelukkig beschikken duikers over een aantal hulpmiddelen. Zo houdt een duikcomputer bij hoe lang je al op een bepaalde diepte zit en wanneer het veilig is om verder te stijgen en uiteindelijk aan de oppervlakte te komen.

PLUS: *Waar heb je zoal gedoken? Welke plek is je het meeste bijgebleven?*

WALTHER: Ik heb al in heel wat landen gedoken: Cuba, Egypte, de Malediven, Frankrijk, Bali, Mexico, ... Elke plek heeft zo zijn eigen charmes en in tropische wateren kan je uiteraard spectaculaire duiken maken. Maar wat veel mensen niet weten, is dat onze eigen Noordzee ook een heel interessant duikgebied is. Dat komt door de vele scheepswrakken. De bodem van de Noordzee is als een woestijn, met de wrakken als oases van leven. Die wrakken trekken immers enorm veel vissen aan. Ernaar duiken is steeds weer een schitterende ervaring. Het zicht in de Noordzee is ook vrij goed. Dichtbij de kust is het water troebel, maar dat verandert wanneer je verder de zee op gaat. Ook in de Oosterschelde kan je mooie duiken maken. Dit gebied is de kraamkamer van de zee.

PLUS: *Heb je nog nooit overwogen je carrière een andere wending te geven en schattenjager te worden?*

WALTHER: Er worden uiteraard heel veel verhalen verteld over wrakken die vol goud zouden moeten zitten. Ik kan je echter verzekeren dat ik nog nooit goud gevonden heb. (lacht)

PLUS: *Heb je ooit al een aanvaring gehad met een gevaarlijk schepsel?*

WALTHER: Op exotische duikplekken kom je uiteraard grote en indrukwekkende zeedieren tegen. In het water rond de Malediven kan je bijvoorbeeld reuzenmanta's en walvishaaien tegenkomen. Die zien er bijzonder

indrukwekkend uit, maar ze zijn niet gevaarlijk. De meeste haaiensoorten zullen overigens wegzwemmen wanneer ze duikers ontmoeten. Ze houden niet van luchtbellen in hun buurt. Maar een dier moet niet noodzakelijk groot zijn om gevaarlijk te zijn. Zo bestaan er slakken met heel mooie, kleurrijke huizen. Je moet echter weten dat je daar moet afblijven, want die slakken beschikken over gifpijl-tjes. Als je er zo eentje in je hand krijgt, kan dat fataal aflopen.

PLUS: *Is er nog een plek waar je ooit nog eens zou willen duiken?*

WALTHER: Ik droom ervan om ooit eens op het Rangiroa-atol in Frans-Polynesië te duiken. Ik heb er ooit een documentaire over gezien op National Geographic. Het zit er vol met allerlei soorten haaien. In het diepste gedeelte zitten hamerhaaien, daarboven grijze rifhaaien en nog hoger weer andere soorten. Ik vrees evenwel dat het bij een droom zal blijven.

PLUS: *Staat elke vakantie in het teken van het duiken?*

WALTHER: Toch niet, hoor. Mijn vrouw duikt niet en onze zoon van 11 nog niet, hoewel hij zegt dat hij er ooit wel mee wil beginnen. Onze gezinsvakanties zijn dus geen duikvakanties. De club organiseert wel jaarlijks een duikreis buiten het toeristisch seizoen. Die probeer ik elk jaar mee te pikken.



Heb je vragen over diepzeeduiken, dan kan je Walther contacteren op zijn privé e-mailadres (casa.wouters@skynet.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.

Onze 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.



“Nog indrukwekkender dan de technologie van Agfa Graphics is de passie waarmee de Agfa-mensen hun producten en diensten presenteren!”

Tweet van het ADM-team naar aanleiding van hun bezoek aan de demo room van onze businessgoep. ADM staat voor Antwerp Digital Mainport, het platform voor ICT-kennisuitwisseling in de regio Antwerpen.



“Stelt u zich voor dat u naar een bankkantoor zou gaan om te vragen hoeveel geld er op uw rekening staat, en dat de loketbediende u dat zou weigeren omdat u dat volgens hem niet aangaat. Dat zou niemand aanvaarden. Toch pikken we dat nog steeds van onze ziekenhuizen. Daar moeten we echt korte metten mee maken.”

Lucien Engelen, directeur van het RE-shape Innovation Center van de Radboud Universiteit in Nijmegen in ‘Het ziekenhuis van de toekomst’, Knack, 21 oktober 2015, over het feit dat je als patiënt nauwelijks inzage hebt in je medisch dossier.

“Geduld is een schone deugd, maar niet vrij van risico uiteraard.”

Het beleggersadvies voor Agfa-Gevaert van Jan Reyms, journalist voor De Standaard en Beste Belegger, in ‘Beleggers herontdekken Agfa-Gevaert’, Beste Belegger, december 2015.

“Wanneer een oude man zoals ik het woord neem, verwacht u waarschijnlijk geen toespraak over toekomstprojecten. Ik wil het dan ook met u hebben over het ontstaan van het Fotomuseum...”

Oud-collega Dr. Laurent Roosens, en inmiddels 92 jaar, in zijn toespraak ter gelegenheid van de academische viering van 50 jaar FOMU.



Foto: Grty Voet



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 29 februari 2016 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.

- A Engelse groep kunstschilders uit het Victoriaans tijdperk die hun naam ontleenden aan een Italiaans Renaissanceschilder.
- B **Respect voor die topcijfers!**
- c In deze Friese plaats vind je het Abe Lenstra-voetbalstadion.
- D Jaarlijks event in de Black Rock Desert in Nevada dat steeds eindigt met het verbranden van een reusachtige pop.
- E Ander woord voor een glijscherm.
- F Een van de prachtige gebouwen van Gaudi in Barcelona.
- G **Schrikkeldozijn?**
- H **Je bent een rund als je hier mee inbreekt.**
- I **Het slachtoffer is echt zoek.**
- J **Duiters vinden het jammer dat het stuk is.**
- K Familienaam van de striptekenaar die de reeks Corto Maltese maakt.
- L Een van de duurste Japanse rundersoorten waarvan men beweert dat hun malse vlees door het masseren van de dieren wordt verkregen.
- M Andere naam voor de walgvogel.
- N **MVG van onze collega's uit Wiesbaden.**
- o Voor de middag.

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															
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	?															

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

Sudoku

Om de sudoku op te lossen moet je op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heb je beide sudoku's opgelost, dan maak je kans op twee filmtickets als je de twee cijfers in de lichtgekleurde vakjes inzendt. Je oplossing stuur je voor 29 februari 2016 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

*t is niet moeilijk

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

*t is gemakkelijk

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