

2



爱克发

China vormt zijn gezondheidszorg om

Agfa Graphics en Shenzhen Brothers
creëren joint venture



4

China vormt zijn
gezondheidszorg om



8

Agfa Graphics en
Shenzhen Brothers
creëren joint venture



10

Heeft u
technische talenten?



12

IPEX 2010: De grafische
wereld onder één dak



13

De koers



15

Plus/Minus



16

Agfa trekt naar de campus



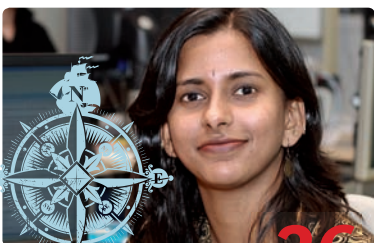
18

Gevaert staat in brand!



20

Buiten dienst
Terence Hsu



26

Het kompas van Agfa
Sushma Gowda

Colofon



nr. 2 – juni 2010

REDACTIEADRES

Agfa-Gevaert NV – Redactie PLUS
Septestraat 27 – 2640 Mortsel
Tel. 03 444 89 30
e-mail: plus@agfa.com
www.agfa.com/plus

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs, Agfa Photo Library

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Birgitte Baten, Kris Delvaux, Patric Dietvorst,
Gerrit Gijzens, Sushma Gowda, Tineke Hoet,
Marc Hofman, Terence Hsu, Ilse Joosen,
Kris Laenen, Viviane Michels, Katrien Moennaert,
Guy Vandecraen, Sandy Vandewalle

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

Artoos Communicatiegroep, Kampenhout
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,
FSC mixed sources gecertificeerd



VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Pierre De Boeck – Durmelaan 5 – 2830 Willebroek

PLUS nr. 3 verschijnt in oktober 2010.

Beste collega,

Toen ik in 2008 bij Agfa HealthCare aan de slag ging, was het bevorderen van de interne communicatie een van mijn eerste bekommernissen. Ik ben er van overtuigd dat een goede interne communicatie essentieel is voor een goed functionerende onderneming. Ze draagt bovendien bij tot een positieve werksfeer die op haar beurt weerspiegeld wordt in de manier waarop de buitenwereld naar onze firma kijkt. Daarom vind ik het des te belangrijker dat ik me via PLUS tot u kan richten.

Zoals ik kort na mijn benoeming tot CEO eind april reeds zei, hoeft u zich niet voor te bereiden op een aardverschuiving. We gaan verder op de ingeslagen weg, wat inhoudt dat we ons blijven richten op het verlagen van de kosten en het op een aanvaardbaar niveau houden van de nettoschuld.

Zodoende maken we de nodige middelen vrij om ook onze groeistrategie onverminderd voort te zetten. Een belangrijk onderdeel van die groeistrategie is de focus op de groeilanden. De cover van dit nummer van PLUS is al een duidelijke verwijzing naar onze recente verwezenlijkingen in China, de tekens staan voor onze merknaam Agfa. Verder in dit nummer zal u ook meer informatie over de joint venture tussen Agfa Graphics en Shenzhen Brothers en over het Chinese miljoenencontract van Agfa HealthCare vinden. U zal merken hoe het samengaan van onze sterke technologie en merknaam met een efficiënt distributienetwerk en een gerichte go-to-market-strategie onze activiteiten in deze regio naar een hoger niveau zal brengen. Ik geloof trouwens ook dat er voor de nieuwe ontwikkelingen van Agfa Specialty Products heel wat mogelijkheden in de groeilanden zijn.

Voorts zullen we ons verder blijven inspannen om vernieuwende oplossingen te ontwikkelen die zelfs de meest veeleisende klanten kunnen bekoren. Uiteraard blijven we ook de markten doorlichten op zoek naar kansen voor externe groei, in de vorm van overnames of samenwerkingen.

In dit opzicht zijn de jongste kwartaalresultaten zeker het spreekwoordelijke hart onder de riem. Het is immers voor de eerste maal sinds 2006 dat de Groep opnieuw een – weliswaar bescheiden – omzetgroei kon realiseren. Een ander spreekwoord zegt dat één zwaluw de lente nog niet maakt, en ook dat is waar.

Niettemin stellen we vast dat ook de andere kerncijfers, waaronder de nettowinst, er flink op vooruitgingen. Dit betekent echter niet dat we nu op onze lauweren kunnen rusten. Hooguit hebben we een negatieve trend kunnen stoppen. Het is aan ieder van ons om de goede resultaten van vandaag te bevestigen en te verbeteren. Met de capaciteiten die we in huis hebben – bekwame medewerkers, uitstekende producten en technologieën en efficiënte productieverstagingen – mogen we die ambitie gerust hebben.

Met vriendelijke groeten,
Christian Reinaldo



China vormt zijn gezondheidszorg om

In januari 2009 kondigde de Chinese overheid de transformatie van zijn gezondheidszorg aan. Sindsdien zijn de ogen van de hele wereld gericht op China en op hoe zij een bedrag van 125 miljard dollar gaan besteden aan de verbetering van de gezondheidszorg voor één van de grootste bevolkingsgroepen van de wereld, namelijk 1,3 miljard mensen.



China telt momenteel ongeveer 64.000 ziekenhuizen, klinieken en verzorgingscentra en stelt daarin ongeveer 1,4 miljoen dokters en verpleegsters tewerk. De recent gelanceerde gezondheidszorgtransformatie zal over een periode van drie jaar nog eens meer dan 10.000 gemeenschapsverzorgingscentra, klinieken en ziekenhuizen creëren. Het doel van deze transformatie is ook de Chinese landelijke bevolking, goed voor 720 miljoen mensen, toegang tot de beste ziekenzorg garanderen.

PLUS sprak met Dirk Debusscher, Vice President Imaging, en Luc Thijs, Vice President Growth Markets, over de kansen en de uitdagingen die deze transformatie voor Agfa HealthCare meebrengt.

PLUS: Wat is momenteel de positie van Agfa HealthCare in de Chinese markt?

LUC THIJIS: Agfa HealthCare is sinds het begin van de jaren '90 aanwezig op de Chinese markt en heeft er sindsdien een spectaculaire groei gekend. Op dit moment hebben wij meer dan 150 werknemers in China, verspreid over een R&D-centrum dat zowel producten voor de lokale als de internationale markt ontwikkelt, en een verkoops-, service- en support team. Een efficiënt netwerk van dealers ondersteunt deze hele organisatie. Deze dealers zijn een belangrijk criterium voor ons succes omdat ze niet alleen zorgen voor een geografisch breed verspreid netwerk, maar ons eveneens betrouwbare contacten verzekeren. Bovendien kennen ze de Chinese cultuur en haar gewoontes, waarden en verwachtingen. Deze organisatie heeft ervoor gezorgd dat Agfa HealthCare vandaag een vooraanstaand leverancier van healthcare-oplossingen is in China. Agfa HealthCare haalt hierdoor een belangrijk marktaandeel in de Chinese analoge, digitale en IT-markt.

DIRK DEBUSSCHER: Vanuit het oogpunt van Imaging bekeken, zoekt de Chinese markt momenteel naar zowel beeldvormings- als beeldverwerkingsoplossingen. Jaarlijks koopt China voor ongeveer 2 miljard dollar medische systemen en we verwachten dat dit cijfer beduidend zal groeien door de recente healthcare-transformatie. We verwachten dan ook een significante groei in de vraag naar DR-systemen zoals onze DX-D 300. Gezien het feit dat de Chinese overheid zich vooral richt op de landelijke gebieden, verwachten we eveneens een groei te zien in het gebruik van hardcopy film en printers. Onze onlangs aangekondigde deal ter waarde van 500 miljoen dollar met onze partners in China is alvast een sterke basis voor onze toekomstige omzet in deze markt. In een eerste instantie zullen we vooral groei zien in de landelijke gebieden en verzorgingscentra-omgevingen omdat het de

Agfa HealthCare tekent Braziliaans contract in aanwezigheid van Prins Filip

Agfa HealthCare tekende op 19 mei een contract met een van de grootste Braziliaanse diagnostische beeldvormingsgroepen, IDI Foundation, in aanwezigheid van Prins Filip van België. De 25 centra van de groep voeren jaarlijks ongeveer 3 miljoen diagnostische beeldvormingsonderzoeken.

Het contract omvat de installatie van CR-systemen voor de overschakeling van analoge naar digitale diagnostische beelden, IMPAX PACS voor het beheer en de distributie van diagnostische beelden en gegevens en een RIS-systeem om de beelden uit de 25 centra te centraliseren.

Agfa HealthCare lanceerde in 2006 een Portugese versie voor Brazilië van zijn IMPAX-systeem. Vandaag zijn we een toonaangevende speler op deze markt met 14 grote ziekenhuissites die vertrouwen op onze PACS-oplossingen.



Agfa HealthCare lanceert SEPARIO

De opkomst van overdraagbare ziektes zoals HIV, CJD en Hepatitis B heeft de vraag naar betere infectiecontrole doen stijgen. Nieuwe normen werden opgesteld om wereldwijd de verspreiding van infecties, vooral tijdens operaties, tegen te gaan.

Nadat onderzoek aan het licht bracht dat textiel een belangrijke verspreider van infecties is, ziet de industrie de vraag naar handschoenen en lakens gemaakt van laminaten en niet-geweven materialen voor éénmalig gebruik stijgen.

Om aan deze vraag te voldoen heeft Agfa HealthCare een nieuwe lijn van verbruiksgoederen op de markt gebracht onder de naam SEPARIO.



SEPARIO is een uitgebreid assortiment lakens en handschoenen voor allerlei chirurgische ingrepen, zowel voor de patiënten als voor het medisch personeel.



hoofddoelstelling van de Chinese overheid is de zorgverlening daar te verbeteren. Natuurlijk zullen daarvoor ook in steden investeringen gebeuren, omdat deze stedelijke ziekenhuizen de landelijke gelegen centra zullen bijstaan met hun kennis.

PLUS: Wat is onze rol in China?

LUC THUIS: Onze rol is duidelijk het ondersteunen van die Chinese drive naar een verbeterde gezondheidszorg-omgeving. Hierin zit onze kracht. Wij zullen naast bijna 100 jaar ervaring en kennis ook onze op maat gemaakte oplossingen voor de Chinese markt en onze technologische kennis aanwenden om China te overtuigen dat we een betrouwbare partner zijn, ook in de toekomst. Dit is onze kracht en de Chinese overheid is zich hiervan bewust. Wat Agfa HealthCare zo sterk maakt in de markt is het feit dat we drie verschillende technologische niveaus aanbieden: analoog, digitaal en IT. Dit betekent concreet dat we de verschillende delen van hun gezondheidszorgsysteem op hun eigen tempo kunnen laten groeien en dat we de overgang naar het volgende niveau kunnen garanderen wanneer ze er klaar voor zijn. Dit maakt ons relatief uniek!



Luc Thijs (links): "Wij zullen naast bijna 100 jaar ervaring en kennis ook onze op maat gemaakte oplossingen voor de Chinese markt en onze technologische kennis aanwenden om China te overtuigen dat we een betrouwbare partner zijn, ook in de toekomst."

PLUS: Waarom doet China deze grote investeringen nu?

LUC THUIS: Zoals bij elke groeiende economie moet ook China een balans vinden tussen economische stabiliteit en de welvaart van zijn volk. Het welzijn van de mensen, waaronder een goede gezondheidszorg, zal China toelaten verder te groeien en zijn economie uit te breiden. Het is een weldoordacht plan. Een groot deel van de 125 miljard dollar investering zal gaan naar een soort van na-

tionale gezondheidsverzekering, nieuw voor de meeste Chinezen die vandaag nog moeten sparen voor deze onvoorziene uitgaven. Door de bevolking op dit niveau een veiligheidsgevoel te geven, hoopt de Chinese regering dat de mensen meer geld gaan uitgeven aan andere zaken. Vandaag spaart de gemiddelde Chinees 40% van zijn of haar inkomen, wat een te hoog percentage is om de lokale economie in de toekomst te stimuleren.

PLUS: Wat zijn de grootste uitdagingen bekeken vanuit een business perspectief?

LUC THUIS: Er zijn een groot aantal uitdagingen voor ondernemingen op de Chinese markt, en zelfs nog meer voor bedrijven gespecialiseerd in gezondheidszorg en aanverwante domeinen.

De eerste grote uitdaging is de grootte van het land, net geen 10 miljoen km². Omdat de healthcare-transformatie zich in de eerste plaats richt op de landelijke gebieden is de tweede uitdaging een goede kennis van de Chinese cultuur en haar gebruiken. Chinezen hebben hun eigen manier van zakendoen, hun eigen sociale cultuur en hun eigen verwachtingen, ze hebben tenslotte de grootste populatie én één van de grootste economieën ter wereld. Zakendoen in China moet op de Chinese manier gebeuren en het is juist daarom dat we zo nauw samenwerken met onze lokale partners. Dit hebben we al lang geleden begrepen en samen met onze concurrerende oplossingen is dit de formule voor ons toekomstig succes in deze markt.

PLUS: Passen we onze oplossingen aan de noden van deze markt aan?

DIRK DEBUSSCHER: Natuurlijk doen we dat. We kunnen bijvoorbeeld niet verwachten dat een Chinese radioloog met een Engelse taalversie zal werken. Maar het is zelfs nog ingewikkelder dan dat. Zoals al vermeld heeft China haar eigen cultuur en methodes die vaak verschillen van wat we gewoon zijn in het westen. Dus naast de taalbarrière zien we ook uitdagingen in de manier waarop zij werken en moeten er aanpassingen gedaan worden aan het workflow-proces. Dit is dan ook één van de hoofdredenen waarom we een eigen R&D-site in China hebben.

PLUS: Zoals reeds gezegd sloot Agfa een nieuwe overeenkomst ter waarde van 500 miljoen dollar met zijn Chinese partners. Wat houdt dit contract juist in?

DIRK DEBUSSCHER: Deze overeenkomst omvat de verdeling van CR, medische printers, DR en film evenals de expertise en alle onderdelen om een verbinding te realiseren tussen de verschillende modaliteiten en de PACS-systemen. Natuurlijk is het contract groot, zoals alles in China. Om u een idee te geven, het jaarlijkse filmverbruik in de stad Sjanghai alleen al is even groot als dat van de hele DACH-regio (Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland).

PLUS: Dus filmverbruik groeit nog in China?

DIRK DEBUSSCHER: Ja, dat wil zeggen, voor de volgende vijf jaar vertrouwen we erop dat film een belangrijke rol zal blijven spelen in de gezondheidszorg in de landelijke gebieden van China. Maar we zijn er ons natuurlijk wel van bewust dat China een paar technologieën zal overslaan en veel sneller zal overschakelen naar een digitale omgeving. En dit is waarom onze DR-oplossingen zo belangrijk zijn en een essentieel onderdeel zijn van onze China-strategie. Hetzelfde geldt voor contrastmedia. We doorlopen momenteel een registratie-procedure zodat we onze contrastmedia ook op de Chinese markt zullen kunnen aanbieden.

PLUS: Hoe ziet u de toekomst van Agfa HealthCare in China?

LUC THUIS: Ik denk dat we het er allemaal over eens zijn dat de toekomst van China er zeer goed uit ziet. De huidige transformatie is een grote stap voor dit land. China zal daarom een belangrijk deel van onze business blijven en één hoeksteen van het succes dat we boeken in die regio.



Dirk Debusscher (rechts): "Jaarlijks koopt China voor ongeveer 2 miljard dollar aan medische systemen en we verwachten dat dit cijfer beduidend zal groeien door de recente healthcare-transformatie."

AMC Amsterdam investeert in RIS/PACS van Agfa

Het Academisch Medisch Centrum (AMC) is één van Nederlands grootste universitaire medische centra. Het leidt meer dan 2.300 universiteitsstudenten op en publiceert jaarlijks bijna 3.400 wetenschappelijke artikels.

Bij de zoektocht naar een partner voor de upgrade van hun bestaande PACS-systeem en de installatie van een RIS (Radiology Information System) en NIS (Nuclear Information System) deed het AMC een beroep op een onafhankelijk ICT-adviesbureau. Uit het onderzoek van het bureau bleek dat de oplossingen van Agfa HealthCare duidelijk de beste waren. Het ziekenhuis kon dus met een gerust gemoed zijn bestaande relatie met Agfa HealthCare uitbreiden. Dr. Hein Verberne, hoofd van de afdeling Nucleaire Geneeskunde in het AMC is enthousiast: "De beschikbare functionaliteiten van IMPAX NIS, Reporting en PACS kunnen naadloos worden geïntegreerd met de reeds bestaande software. Daardoor kunnen we onze klinische workflows verder automatiseren, het gebruiksgemak optimaliseren en de doorlooptijd voor verslagen binnen de afdeling Nucleaire Geneeskunde gevoelig verkorten."

Het IMPAX NIS werd al eerder succesvol geïnstalleerd in 11 ziekenhuizen in Nederland.

In preview: Agfa HealthCare's DX-D 100

Tijdens de beurs ECR 2010 heeft Agfa HealthCare de DX-D 100 mobiele DR-detector in preview voorgesteld. Met dit systeem vervolledigt Agfa zijn assortiment DR-oplossingen. Net als de andere systemen wordt deze hoogkwalitatieve detector ondersteund door de MUSICA-software. Na de DX-D 500 en de DX-D 300 is dit al Agfa's derde DR-oplossing.



Agfa Graphics en Shenzhen Brothers creëren joint venture



Begin dit jaar kondigden Agfa Graphics en het Chinese bedrijf Shenzhen Brothers aan dat ze hun activiteiten in de regio Groter China en Zuidoost-Azië gaan samenbrengen in een joint venture. Het nieuwe bedrijf, Agfa Graphics Asia, zal in zijn eerste werkingsjaar een omzet halen van naar schatting 200 miljoen euro.

Wat is een joint venture?

Een joint venture is een zakelijk samenwerkingsverband tussen twee of meer partijen om samen één economische activiteit te ondernemen. De partijen spreken af om zowel winst als verlies te delen.

De joint venture dient te worden onderscheiden van de fusie in de zin dat alle partners in het samenwerkingsverband geheel zelfstandig blijven. Een joint venture wordt vaak opgezet voor een speciaal project.

Agfa Graphics en Shenzhen Brothers zijn geen onbekenden voor elkaar: de twee bedrijven werken al tien jaar samen. Shenzhen Brothers begon in 2000 grafische filmmasterrollen van Agfa Graphics af te werken en te verdelen en bouwde een distributienetwerk uit in de Chinese drukindustrie. Agfa Graphics heeft dochterondernemingen in Azië en beschikt over een eigen drukplatenfabriek in het Chinese Wuxi.

Ambitieuze groeiplannen

De regio Azië wil de grootste binnen Agfa Graphics zijn en zo Azië's groeiende heerschappij binnen de wereldwijde drukindustrie weerspiegelen.

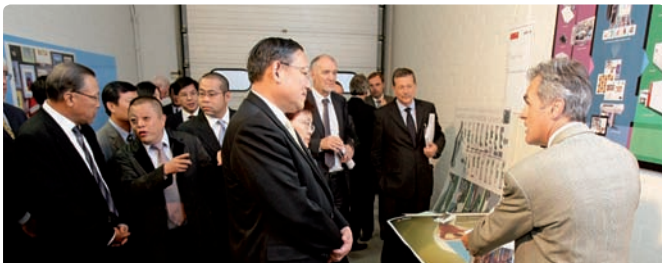
“Agfa Graphics en Shenzhen Brothers zijn al tien jaar loyale partners. Samen bedienen we met succes de grafische industrie in China,” zegt Stefaan Vanhooren, president van Agfa Graphics. “Deze joint venture is een belangrijk middel om de ambitieuze groeiplannen voor digitale drukvoorbereiding en industriële inkjet in Azië uit te voeren. De sterke reputatie van Shenzhen Brothers en hun hechte banden met lokale klanten, leveranciers en overheden zijn

zeer nuttig voor het uitbouwen van een sterke en rendabele marktpositie.”

Knowhow vs. klantenbasis

In het nieuwe gemeenschappelijke bedrijf zal Agfa Graphics een belang hebben van 51 procent en Shenzhen Brothers 49 procent. Stefaan Vanhooren wordt voorzitter van de raad van bestuur. Mr. Huang, de CEO van Shenzhen Brothers, wordt CEO van Agfa Graphics Asia.

De joint venture, Agfa Graphics Asia genaamd, zal volledig kunnen steunen op de sterktes van de stichtende ondernemingen op het vlak van infrastructuur, technologie, productie en distributie. Agfa Graphics brengt zijn wereldwijde technologische bagage (de Intellectual Property-portfolio) en de knowhow op het vlak van grafische film, digitale drukplaten en industriële inkjet in. Shenzhen Brothers stelt zijn verkoop- en verdeelkanalen in de Greater China en Asean regio's ter beschikking, net zoals zijn sterke relatie met lokale leveranciers en autoriteiten. Het heeft bovendien een zeer gedegen kennis van de specifieke aard van het zakendoen in China.



Vorig jaar nog maakte Mr. Huang, de CEO van Shenzhen Brothers, deel uit van de ruime Chinese delegatie die onder leiding van de Chinese ambassadeur Agfa bezocht.

"De joint venture biedt ons het technologische en kostenleiderschap dat nodig is om het enorme marktpotentieel in Azië op een rendabele manier te verzilveren," zegt Tim Van den Bossche, Regional President Agfa Graphics Asia.

"Agfa Graphics' sterke technologische positie en knowhow zullen ons de mogelijkheid geven om onze activiteiten verder uit te bouwen in zowel Groter China als in de ASEAN-markt", aldus Shenzhen Brothers-topman Huang. "Agfa's uitstekende productiecapaciteiten en infrastructuur in China zullen zeer belangrijk zijn voor het realiseren van onze efficiëntiedoelstellingen."

Het operationele hoofdkwartier wordt in Shenzhen (Guangdong) gevestigd. De joint venture zal in het derde kwartaal van 2010 operationeel worden.

6000 is het aantal :Apogee-software-systemen voor workflowbeheer dat momenteel bij drukkerijen wereldwijd in gebruik is. Sinds de lancering van :Apogee Suite versie 6.0 in 2009 hebben 30% hun systemen geüpgraded. Deze nieuwste versie, met een reeks nieuwe toepassingen, stelt drukkerijen in staat om hun drukopdrachten nog sneller tot een goed einde te brengen.

:Apogee Suite bestaat uit vier modules. :Apogee Publish focust op alle taken van content management tot de creatie van pagina's voor druk- of weboutput. :Apogee Portal leidt de communicatie tussen drukkerij en klant in goede banen via een 24/7 toegankelijke webomgeving. :Apogee Prepress levert een volledige prepress-productiehub die iedereen in de productieomgeving in staat stelt om alle prepress-processen te controleren en beheren. :Apogee Color integreert kwaliteit- en kleurenbeheerssoftware in de andere modules en zorgt zo voor consistente output.



Flexibeler dankzij :Dotrix

Le Mac Australia Group, een verpakkingsdrukkerij gespecialiseerd in flexibele verpakkingen en flessenetiketten, installeerde onlangs de :Dotrix Modular digitale UV-inkjetpers met de nieuwe :Agorix-inkten. Hiermee heeft Le Mac een antwoord gevonden op de vraag van zijn klanten (wereldberoemde merken zoals Coca-Cola en Unilever) naar hoogkwalitatieve maar steeds kleinere oplages met grotere variatie. Dit is met een flexopers niet mogelijk door de extra tijd en kost nodig om de drukplaten te maken en de pers op te starten. De :Dotrix Modular helpt Le Mac bovendien om afval drastisch in te perken.



:Azura genomineerd voor de Best Patented Innovation Award 2010

Met de :Azura (TS) drukplaat was Agfa Graphics een van de vier genomineerden voor de Best Patented Innovation Award 2010. Deze onderscheiding wordt elk jaar uitgereikt aan een innovatief product of systeem dat beschermd wordt door een Europees patent. De jury bestaat uit onafhankelijke experts en wordt geleid door de hoofdredacteur van Industrie Technisch & Management (ITM). De jury hield rekening met de volgende criteria: projectaanpak, methodologie, graad van innovatie, gebruikte technologie, waarden/voordelen van het project voor het bedrijf en de gebruiker.

:Azura is momenteel de meest succesvolle chemievrije thermische drukplaat. Ze wordt in de markt geprezen omwille van haar ecologische troeven en haar gebruiksgemak.



Snijden vermijden

In het kader van het Jaaractieplan van het Comité voor Preventie en Bescherming loopt momenteel op Graphics.Net een campagne met als slagzin 'Heb jij vingers teveel?' De doelstelling is meer aandacht te vestigen op het vermijden van snijwonden.

Aanleiding was het opzienbarende resultaat van een analyse van de arbeidsongevallen binnen Agfa Graphics: de helft heeft te maken met verwonding aan de handen. Snijwonden komen overigens niet alleen voor in technische afdelingen maar evenzeer in de administratieve diensten. Ze kunnen meestal eenvoudig vermeden worden door het gebruik van



bescherming, een andere werkmethode én alertheid voor de risico's.



Dan is dit misschien iets voor u!
De afdeling Onderhoud & Diensten schrijft momenteel interne vacatures uit voor de functie van stielman, maar ook in de toekomst zal er nog nood zijn aan mensen met een technische achtergrond of vaardigheden. PLUS sprak hierover met Paul Wuyts, werkplaatsmanager Materials/Onderhoud & Diensten.

PLUS: *In INFO NV verschijnen nu meer vacatures voor de functie van stielman. Hoe komt het dat jullie nieuwe mensen nodig hebben?*

PAUL WUYTS: De laatste jaren kenden we in onze werkplaatsen een groot verloop doordat veel collega's met brugpensioen gegaan zijn. Hierdoor gaat veel ervaring verloren. Er zijn recent wel een paar mensen uit de productieafdelingen naar ons overgekomen, maar niet genoeg om de vacante plaatsen in te nemen. We proberen die plaatsen nu in te vullen via interne vacatures. Het is ook de bedoeling om een wervingsreserve op te bouwen met het oog op de toekomst.

PLUS: *Wat doet deze afdeling precies?*

PAUL WUYTS: We hebben mensen nodig omdat we eigenlijk voor heel de firma werken. We leveren technische ondersteuning aan Materials, Graphics en HealthCare. We onderhouden de machines en het materieel van de productieafdelingen. We maken en herstellen ook onderdelen voor machines van de businessgroepen en we maken ook stukken die gebruikt worden in nieuwbouwprojecten. Voor Materials spelen we zo een rol in het vervaardigen van machineonderdelen die gebruikt worden bij de ontwikkeling van onze nieuwe producten zoals Synaps en membranen.



Technische talenten?

PLUS: Waaruit bestaat de taak van een stielman of -vrouw?

PAUL WUYTS: Een stielman komt in de hele fabriek. Hij monteert hier of bij de businessgroepen onderdelen in apparatuur – zoals bijvoorbeeld de Anapurna-printers –, maar hij kan ook ingeschakeld worden voor het onderhoud van productiemachines. Naast monteren moet hij ook kunnen draaien en frezen om onderdelen van machines en apparaten te maken, aan te passen of te herstellen. De job is dus heel gevarieerd.

PLUS: Wat voor mensen zoeken jullie juist? Welke vaardigheden moeten kandidaten hebben?

PAUL WUYTS: Kandidaten moeten vooral gemotiveerd en geïnteresseerd zijn. Ze moeten er iets van willen maken. Uiteraard hebben we het liefst kandidaten die al technisch onderlegd zijn, bijvoorbeeld door het volgen van een technische richting op school. Een technische opleiding is evenwel geen absolute vereiste. We hebben ook al mensen aangenomen die ervaring hebben opgebouwd door thuis aan apparaten te sleutelen. We zoeken vooral mensen met kennis op het vlak van mechanica. Voorts moeten de kandidaten leergierig en luisterbereid zijn. Ze moeten uiteraard ook zelfstandig kunnen werken. Wanneer iemand geïnteresseerd is, wil ik hem altijd even aan het werk zien voordat ik mijn conclusies trek. Iemand echt aan een freesmachine zien staan, zegt veel meer dan een gesprek.

Misschien is dit wel de omgeving waar u met uw technische interesse of aanleg een nieuwe draai kan geven aan uw loopbaan. Agfa Materials is nu op zoek naar stielmannen.

Kris Laenen maakte in 2002 de overstap van de productie naar de ‘werkplaatsen’. Hij heeft er nog geen moment spijt van gehad.

“In de productie had ik heel goede collega’s, maar het werk als stielman sluit beter aan bij mijn opleiding en mijn interesses. Hier krijg ik de kans om zelfstandig te werken en mijn taken zijn heel gevarieerd. Dankzij de ervaren collega’s heb ik mijn kennis enorm kunnen uitbreiden. En ik leer nog elke dag bij. In de werkplaats gaan de dagen heel snel en dat is meestal een goed teken. Voor iemand met een technische achtergrond is dit echt een interessante job.”



PLUS: Voorzien jullie in opleidingen voor nieuwe collega’s?

PAUL WUYTS: Uiteraard. In bepaalde gevallen laten we mensen een opleiding buitenshuis volgen, maar de beste ervaringen heb ik met opleidingen binnen de afdeling. We laten nieuwkomers het liefst een tijdje samenwerken met ervaren rootten. Zo leren ze het meest en wat ze leren is echt aangepast aan onze situatie.

PLUS: Hoe kunnen geïnteresseerden zich kandidaatstellen en waar kunnen ze meer informatie krijgen over de jobs en de afdeling?

PAUL WUYTS: Collega’s die een job als stielman wel zien zitten, houden best INFO NV in het oog. Met hun vragen kunnen ze uiteraard ook bij mij terecht.

Meer informatie over de job van stielman kan u krijgen bij Paul Wuyts, 8318. Vacatures verschijnen in *INFO NV* of op de Agfa Materials intranetsite.



IPEX 2010

De grafische wereld onder één dak

Na vier jaar verzamelde de grafische wereld opnieuw in het Engelse Birmingham. Van 18 tot 25 mei werd daar IpeX georganiseerd, wereldwijd één van de grootste vakbeurzen voor drukkerijen en uitgeverijen. Meer dan 1.000 leveranciers uit meer dan 40 landen lieten drukkers van over de hele wereld kennis maken met de nieuwste technologie- en markttrends.

Ook Agfa Graphics toonde zijn nieuwe producten aan bestaande en potentiële klanten. De focus lag daarbij duidelijk op inkjet. Op de stand spuwden vier grootformaatprinters ettelijke kilometers aan posters en reclameaffiches. Daartoe behoorden twee :Anapurna-printers en twee Gandhi :Jeti-printers, waaronder de gloednieuwe :Jeti 1224 UV HDC inkjetprinter. Die laatste print met Agfa's Anuvia HD inkt – waaronder ook wit.

De industriële :Dotrix-inkjetpers toonde de mogelijkheden voor het digitaal drukken van labels en verpakkingen. Op IpeX werden ook de nieuwe :Agorix LM-inkten voorgesteld die gebruikt kunnen worden voor het drukken van voedingsverpakkingen met strikte normeringen.

De grafische wereld kreeg voor het eerst demonstraties van de nieuwe :Apogee 7-workflowsoftware en van een reeks vernieuwde chemie- en ontwikkelingsvrije drukplaten, zoals de snellere :Amigo TS en de nieuwe violette chemievrije fotopolymeerplaat :Azura V. Twee nieuwe plaatbelichters werden voorgesteld. De vernieuwde :Avalon N8 is in combinatie met :Azura TS-drukplaten en :Sublima-rastertechnologie niet alleen productiever, maar ook milieuvriendelijker. De :Avalon N4 voor violetgevoelige platen is ontworpen voor kleine tot middelgrote drukkerijen en biedt samen met :Azura V voordelen als minder productiefouten, minder afval en minder onderhoud.

Ondanks de economische onzekerheid en de vulkanische aswolk evenaarde deze IpeX met 50.000 bezoekers uit meer dan 120 landen de aantallen van vier jaar geleden. Ook Agfa Graphics kon zijn verkoopdoelstellingen waarmaken, zowel voor prepress als voor inkjet. De Directe Exportlanden behaalden over het algemeen zeer mooie cijfers. Onverwacht waren er ook belangrijke contracten in de krantensector.

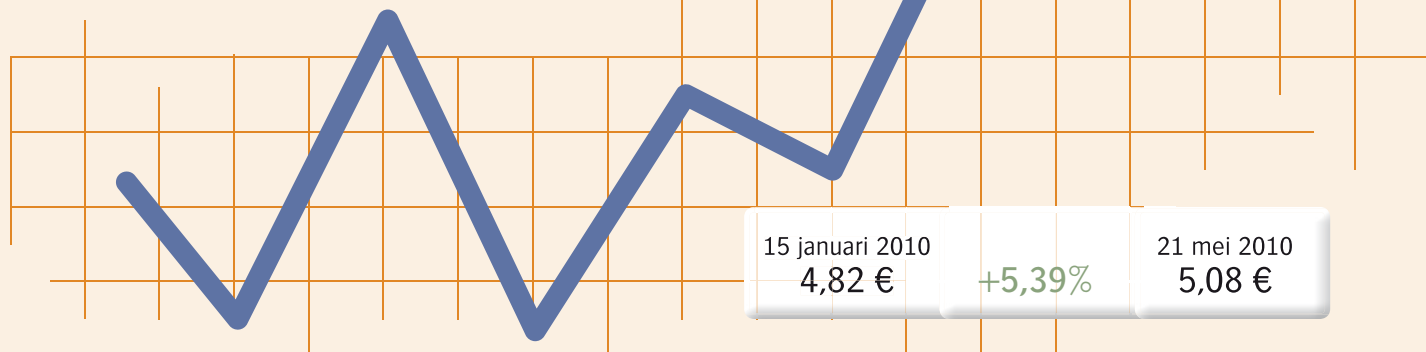
Diamond Program

Dankzij een bijzonder verkoopinitiatief, het Diamond Program, keerden een aantal klanten terug naar huis met een echte Antwerpse diamant na een draai aan het 'rad van fortuin'. Het thema 'Echt of Vals' zinspeelde op het terminologische gebekvecht tussen producenten en journalisten over het feit of chemievrije platen nu werkelijk 'zonder chemie' werken.



De koers

Enmaal per kwartaal geeft PLUS je een kort overzicht over 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 opnieuw in de Bel20?

Begin 2009 kon u in See.more nog lezen hoe het kwam dat het Agfa-aandeel niet langer deel uitmaakte van de beursindex Bel20. Dat had toen alles te maken met de steile waardevermindering van het aandeel in 2008. Door die daling kon aan één van de drie Bel20-voorwaarden niet langer worden voldaan: een vrije beurswaarde hebben die boven de bodem van toen 381 miljoen euro uitkwam. Die bodem wordt bepaald door de Bel20-stand te vermenigvuldigen met 200.000. De vrije beurswaarde van een bedrijf is de beurswaarde van de aandelen die niet in vaste handen zitten, die vrij verhandelbaar zijn, zeg maar.

In hetzelfde artikel schreven we dat opnieuw in de Bel20 raken nog moeilijker zou zijn dan er in te blijven. Daarvoor moet men immers een drempel van maar liefst 300.000 keer de Bel20-stand overschrijden.

Onmogelijk? Toch niet. Amper een jaar later, nadat het aandeel in 2009 al van 1,25 euro naar 4,53 euro was gestegen, zette het in de eerste helft van februari dit jaar een flink spurtje in. Op 10 februari tikte het aandeel af op 5,87 euro. Daardoor behoorden we virtueel opnieuw tot het selecte Bel20-kransje. Virtueel, want de berekening voor het al dan niet opgenomen worden in de Bel20

gebeurt steeds op 31 december. Het is dus zaak om deze goede prestatie aan te houden tot het einde van het jaar.

Dat hebben we als onderneming uiteraard niet alleen in handen. Want hoewel het aandeel eerst nog flink hoger ging tot 7,22 euro (25 maart 2010), kalfde de waarde achteraf toch weer wat af onder meer door winstnemingen, maar ook door IJslandse vulkaanuitbarstingen en Griekse begrotingsdrama's die een negatieve invloed hadden op de algemene economie.

In de aanloop naar de publicatie van de eerste kwartaalcijfers won het aandeel weer wat terrein, maar op de dag zelf verloor het aandeel meer dan 7%. Nochtans waren de analisten best tevreden met de kwartaalresultaten die de ommekeer bevestigden die in het vierde kwartaal van vorig jaar werd gerealiseerd. Allen zagen een sterk toegenomen rendabiliteit dankzij het herstel van de grafische markt. Maar ook de marges van HealthCare waren zeer positief, ondanks de iets lager dan verwachte omzet van de businessgroep. Voor de toekomst verwachten de analisten een positieve invloed van de sterkere dollar. Stijgende grondstofprijzen zouden dit voordeel in de tweede jaarhelft echter negatief kunnen beïnvloeden.



Agfa jaarverslag online

Zoals elk jaar publiceert Agfa zijn jaarverslag in een verzorgde, doch zeer beperkte, gedrukte oplage. Die trend naar kleinere oplages is algemeen. Steeds meer bedrijven gebruiken online versies, de ene al wat interactiever dan de andere. Dit gebeurt omwille van budgettaire redenen, maar ook omdat steeds meer mensen hun informatie nu eenmaal online op het internet gaan zoeken. Agfa's interactieve versie vindt u op www.agfa.com onder Investor Relations.

Jo Cornu ICT Personality 2010

De Data News Awards for Excellence worden beschouwd als de Oscars van de Belgische IT-sector. Jaarlijks worden ze uitgereikt door het tijdschrift met dezelfde naam. In 2010 werden ze voor de elfde keer uitgereikt op een gala met ruim 750 gasten. Onze vorige CEO Jo Cornu werd er uitgeroepen tot ICT-personaliteit van het jaar. Als gewezen topman van Alcatel en Agfa kreeg hij tijdens het event in Tour&Taxis een 'lifetime achievement award'. De ICT Personality of the year award is, zo zegt de organiserende redactie, steeds een prijs die wordt uitgereikt op basis van persoonlijkheid, leiderschap, impact op de markt, innovatie en entrepreneurship.



Fietsers gezocht! Ga met Agfa naar de Friese Elfsteden Rijwieltocht in 2011

Agfa's wielerteam ABC-WAG zoekt minstens 40 collega's die mee willen doen aan de Friese Elfsteden Rijwieltocht. Deze georganiseerde fietstocht is ongeveer 240 km lang en wordt gefietst in Friesland in het noordwesten van Nederland op 13 juni 2011 (pinkstermaandag). In 2010 waren er maar liefst 15.000 deelnemers.

Het centrum van dit jaarlijkse evenement is Bolsward. Deze tocht wordt in een achtvorm gefietst. Eerst fietst men een lus van 140 km met als verste punten Hantum en Dokkum om daarna terug aan te komen in Bolsward. Dan begint men aan de laatste 100 km, de zogenaamde 'gouden cirkel'.



ABC heeft in het verleden al twee maal in groep aan het Sporta-initiatief 'Mont Ventoux' voor wielertoeristen deelgenomen. De vorige twee jaar werd in groep mee gedaan aan de Ronde van Vlaanderen met keuze voor de 90 of de 140 km lus. Ook voor de Friese Elfsteden Rijwieltocht denkt ABC en het WAG wielerteam aan een interessante formule met busvervoer en fietstrailer, één overnachting, inschrijving en maaltijden. Dit kan echter alleen als de groep voldoende groot is.

Heeft u vragen of bent u geïnteresseerd?
Mail dan naar: patric.dietvorst@telenet.be of
bart.langmans@skynet.be.

Meer info op de website: www.11steden.nl



Plus/Minus

Dit is de rubriek waarin we naar uw mening vragen over een bepaald, meestal actueel, onderwerp. Dat onderwerp zal meestal in de arbeidssfeer te vinden zijn, maar een noodzaak is dat niet. Heeft u een mening over het onderwerp dat we aansnijden, dan willen we die graag horen. Schrijf ze neer in maximum 300 woorden en stuur ze ons toe via e-mail naar plus@agfa.com of via de fabriekspost naar PLUS-8015. De redactie zal dan een selectie maken van twee (of meer) standpunten die elkaar misschien tegenspreken, misschien ook aanvullen, maar die in elk geval interessant genoeg zijn om met de andere lezers te delen.

Op onze vorige oproep kregen we jammer genoeg geen reacties binnen. Dat betekent ofwel dat het onderwerp – alcohol en drugs op het werk – u onverschillig liet ofwel dat het net heel gevoelig ligt en de drempel om erover te praten te hoog is. Wij gaan er voorlopig van uit dat de PLUS-lezer over alles een mening heeft en dus snijden we een ander onderwerp aan.

Eind januari lazen we in de kranten het toch wel vreemde nieuws dat sinds de invoering van de ecocheques in 2009, nauwelijks 10% van de 1,1 miljoen Belgen die ze ontvingen er daadwerkelijk iets mee gekocht had. Hebben de Belgen geld te veel? Of zijn ze slordig en hebben ze hun cheques verloren? We weten het niet. Misschien wordt het allemaal wat veel om volgen: maaltijdcheques, sport- en cultuurcheques, ecocheques,...

Wat vindt u van het toekennen van al die verschillende vormen van cheques? Maakt het u niet uit of vindt u in tegendeel dat het uw keuzemogelijkheden beperkt. Heeft u bepaalde cheques niet gebruikt? Of vindt u het een goede manier om bepaalde zaken – zoals sport, cultuur, ecologie – te promoten?



Laat ons uw mening of ervaring weten! Stuur ze in op de hierboven beschreven wijze en misschien wordt uw standpunt wel gepubliceerd. De gepubliceerde opinies worden alvast beloond met 2 bioscooptickets. Ook een vorm van cultuurcheques, eigenlijk.

plus@agfa.com

Agfa trekt

In het voorjaar organiseren veel universiteiten en hogescholen allerlei opendeur-evenementen waarbij ze enerzijds nieuwe studenten trachten aan te trekken en anderzijds hun laatstejaars in contact met de bedrijfswereld willen brengen. Dit laatste heet in de vaktaal van de arbeidsmarktcommunicatie 'campus recruitment'. Het was een hele tijd geleden dat Agfa actief aan zo'n evenementen deelnam. Maar dit voorjaar kon je zowel Agfa Materials als Agfa HealthCare op een aantal van die jobbeurzen aantreffen. We vroegen Anne Saveyn van Materials/HR naar het waarom van deze koerswijziging.

PLUS: *Het moet inmiddels heel wat jaren geleden zijn dat Agfa nog aan 'campus recruitment' deed. Hadden we dan geen jong bloed meer nodig?*

ANNE SAVEYN: Inderdaad, het was een tijdje geleden dat Agfa nog eens aanwezig was op een campus recruiting. Natuurlijk had dit te maken met de moeilijke periode waar we als bedrijf doorheen moesten. Het was niet te verantwoorden om in tijden van zware crisis te investeren in middelen voor rekruteringscampagnes. Verder moet ook wel gezegd worden dat we geen vacatures hadden voor schoolverlaters, waardoor er geen noodzaak was om aanwezig te zijn op campusen. Anderzijds zijn we wel blijven investeren in onze contacten met universiteiten en hogescholen door het aanbieden van stageplaatsen en thesisbegeleidingen en door onze aanwezigheid bij eindwerkproeven of het geven van een gastcollege. Zo is er steeds contact geweest met de onderwijswereld.



Sandy Vandewalle van HR/Materials vertegenwoordigde Agfa in het voorjaar op de jobinfobeurzen van De Nayer in Sint-Katelijne-Waver, van de K.U. Leuven en van de hogescholen en de universiteit van Gent: "Onze stand mocht op heel wat bezoekers rekenen. Onder andere doordat er ook collega's van de afdelingen waarvoor we mensen zoeken, op de stand aanwezig waren. Zij konden een hoop praktische jobinformatie aan de mensen meegeven en dat werd erg gewaardeerd."

naar de campus



PLUS: *Aan de ene kant tref je zowel Agfa Materials als Agfa HealthCare op zo'n jobbeurzen, aan de andere kant verdwijnen er binnen Agfa HealthCare een 32-tal functies. Hoe valt dit te rijmen?*

ANNE SAVEYN: Op het eerste zicht valt dit inderdaad moeilijk te rijmen, maar als je de openstaande vacatures inhoudelijk gaat bekijken zal je merken dat het steeds gaat over specifieke competenties die niet of onvoldoende in onze organisatie aanwezig zijn. Overigens kijken we altijd of we onze eigen mensen kunnen opleiden of omscholen voor een of andere vacature. Dit gezegd zijnde blijft het steeds spijtig als er afscheid moet genomen worden van collega's.

PLUS: *Agfa is niet alleen op 'campus recruitment'-dagen actief aanwezig. Ook in de gespecialiseerde magazines, zoals Jobat of Vacature, duikt er sinds kort af en toe een personeelsadvertentie van Agfa op. Duidt dit op een wijziging in de aanwervingspolitiek van Agfa?*

ANNE SAVEYN: Correct. We hebben de afgelopen twee maanden ook geadverteerd in enkele vaktijdschriften en kranten. Onze aanwervingspolitiek op zich is niet gewijzigd want we maken al onze vacatures eerst intern bekend. We blijven voorstander van interne rotaties. Dat stimuleert de medewerkers in het verruimen en aanscherpen van nieuwe competenties en dat komt zeker ook de arbeidsorganisatie ten goede. Als er intern geen geschikte kandidaat kan gevonden worden of als een potentiële kandidaat niet kan muteren, dan pas wordt er extern geadverteerd.

Het feit dat we terug kunnen communiceren met de externe arbeidsmarkt is natuurlijk positief, maar het vraagt ook heel wat inspanningen. Door het lang uitblijven van onze arbeidsmarktcommunicatie moeten we eerlijk toegeven dat we niet meer gekend zijn bij de sollicitanten. Potentiële kandidaten realiseren zich niet dat er mogelijks ook voor hen loopbaanmogelijkheden binnen Agfa zijn.

PLUS: *Zowel advertenties, beursstand, folders en website zijn op elkaar afgestemd. Hier zit ongetwijfeld een bedoeling achter?*

ANNE SAVEYN: Ja zeker, het is eigenlijk een beetje te vergelijken met reclamecampagnes waar je gedurende geruime tijd ook steeds hetzelfde beeld of dezelfde tekst ziet verschijnen. Mensen krijgen heel wat informatie te verwerken en ze kunnen zeker niet alles opnemen, maar door hetzelfde beeld te herhalen is de kans veel groter dat men de informatie oppikt. Zo creëer je een zekere herkenbaarheid.

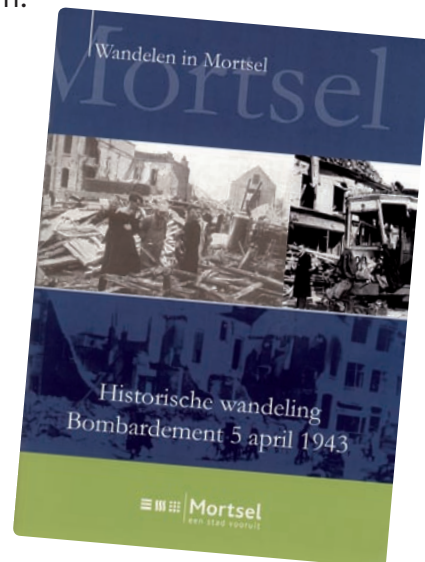
De volledige campagne past in wat de vakmensen de 'employer branding'-strategie noemen. Dit houdt in dat een werkgever zich optimaal probeert te positioneren ten aanzien van zijn concurrenten op de arbeidsmarkt. Dit is noodzakelijk, want zelfs in de huidige crisis blijven sommige vacatures moeilijk invulbaar. Agfa is en blijft een zeer interessant bedrijf om voor te werken, maar dat moeten we ook communiceren!



Gevaert staat in brand!

Op 5 april 2010 is het 67 jaar geleden dat de stad Mortsel gebombardeerd werd door de geallieerden.

Het resultaat van dit 'friendly fire'-bombardeement: 936 burgerdoden, waaronder 209 kinderen uit Mortselse scholen, 1.342 gewonden waarvan 587 zeer zwaar, 220 totaal vernielde woningen en gebouwen. Elk jaar nog wordt de hevigste en meest dramatische luchtaanval die ons land trof tijdens de Tweede Wereldoorlog herdacht. Dit jaar voor het eerst in aanwezigheid van de ambassadeur van de Verenigde Staten van Amerika, Howard Gutman.



In het kader van de overdracht van de herinnering aan het bombardement van 5 april 1943 van de oudere generatie op de jongere generatie zette stad Mortsel de voorbije jaren allerlei projecten met jongeren op. Zo werd op 2 april een wandelroute officieel ingestapt. Die route voert de wandelaar langs een 16-tal gedenkplaatsen in Mortsel. Uitgangspunt van de wandeling is het boek van historicus Pieter Serrien *Tranen over Mortsel*, een bundeling getuigenissen over het bombardement die twee jaar geleden door jongeren werden opgetekend. Bij de wandeling hoort een brochure van 66 pagina's die u onder meer door de Septestraat leidt, want ook het toenmalige Gevaert werd door het bombardement getroffen.

Zo vertelt het derde geheugenpaneel uit de wandeling, aan de bushalte van lijn 33 voor gebouw 58, dat er op die vijfde april slechts één bom onze fabriek trof. Die veroorzaakte evenwel een hevige brand die drie fabriekshallen in de as legde. Balans: 49 slachtoffers.



Interesse om de hele wandeling te volgen? Het beginpunt is aan het kruispunt van de Vredebaan en de Jozef Hermanslei. De brochure kan u gratis verkrijgen in het cultureel centrum van Mortsel, Heilig-Kruisstraat 16, 2640 Mortsel.



Pasgeboren en nog superdonzig!

Slechtvalken doen het goed!

U herinnert zich ongetwijfeld dat we vorig jaar met de nodige trots de geboorte van een slechtvalk aankondigden. Dat heuglijke feit vond plaats op zo'n goede 70 meter boven de grond in de speciale nestkast op de Gevaert-schoorsteen.

Ons slechtvalkenkoppel zal de komende tijd weinig rust kennen, want dit voorjaar zagen zomaar eventjes vier kleine slechtvalkjes – één dochter en drie zonen – het levenslicht.



Na enkele weken worden de slechtvalken voor wetenschappelijk onderzoek geringd.



Lieven Gevaert neemt zeereuzen op sleeptouw

Bij toeval stootte collega Kris Delvaux van GS/CtP Systems Commercial – Consistency, op de onderstaande foto van een sleepboot. Niets speciaals denkt u, maar als u aandachtig kijkt dan merkt u dat de sleepboot onder de naam van onze gewaardeerde oprichter vaart. Dat doet deze boot met zijn vermogen van liefst 2.230 pk trouwens al sinds zijn bouwjaar 1983 voor de maatschappij URS. Tot 2001 vanuit Antwerpen, sinds 2001 vanuit Zeeland. Leuk om weten, toch?

e-mail

In vorig nummer leerden we u wat end of message betekent: einde boodschap. Door deze afkorting in het onderwerp- of subject-veld te gebruiken voor zeer korte berichten kan u heel wat tijd besparen.

U kan nog veel meer tijd besparen door het aantal keren dat u uw mailbox nakijkt, sterk te beperken. Veel mensen controleren hun inbox elke keer wanneer ze een nieuw bericht ontvangen. Zo verliest u gemakkelijk een halve tot een hele minuut per keer. Bij een zeer voorzichtige raming dat u slechts 30 mails per dag zou ontvangen, betekent dit toch al gauw 15 tot 30 minuten tijdsverlies.

Om aan de verleiding te weerstaan om telkens te gaan kijken, kan u best het waarschuwingssignaal van uw inkomende mail afzetten. In plaats daarvan kan u slechts twee tot drie keer per dag, op een moment dat het u het beste uitkomt, uw mailbox checken. Minder tijdverlies, maar ook minder stress.



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 uitzonderlijk sportief exploit. Deze keer bracht een tip ons bij **Terence Hsu**.

Eenheid



Terence is Taiwanese. Hij begon zijn Agfa-loopbaan in zijn thuisland in 1987. Van 1990 tot 1992 volgde hij een MBA-opleiding in Leuven, waar hij zijn vrouw An leerde kennen. Na die studies trad hij opnieuw in dienst bij Agfa in Taiwan en in 1999 kwam hij naar Mortsel. Tegenwoordig is Terence Manager Business Intelligence & System Deal Approval bij Agfa Graphics. In zijn vrije tijd is hij een fervent yogabeoefenaar. Sinds drie jaar neemt hij ook Agfa-collega's mee in de wereld van de asana's en pranayama's, ofwel de lichaamshoudingen en ademhalings technieken ter beheersing van lichaam en geest. Terence stond ons te woord na een van de middagssessies die hij op donderdag voor collega's organiseert in gebouw 58.

PLUS: Hoe lang ben je al met yoga bezig?

TERENCE: Veel mensen denken dat ik al yogi ben sinds mijn kindertijd, maar dat is helemaal niet het geval. Zo'n zes jaar geleden las ik een boek over yoga en daarna ben ik op mijn eentje oefeningen beginnen te doen. Ik leerde het heel snel. Misschien was ik in een vorig leven wel een yogi. Van in het begin voelde ik me heel goed na elke yogasessie en ik wilde dat gevoel dan ook delen met anderen. Later ging ik in Aalst een opleiding tot yogaleraar volgen. Vier jaar geleden begon ik sessies te organiseren voor mijn schoonfamilie en enkele vrienden.

PLUS: Wat betekent yoga voor jou?

TERENCE: Zoals iedereen dacht ik eerst dat yoga vooral gericht was op fysieke oefening, maar ik ontdekte al snel dat het veel meer is dan dat. Het woord yoga betekent 'eenheid'. Het doel van de yogi is dan ook de vereniging van lichaam, geest en ziel. Ik beschouw mezelf als een volgeling van het Tibetaanse boeddhisme en yoga past daar perfect in.

tussen lichaam en geest



PLUS: *Je organiseert nu ook een wekelijkse middagsessie voor collega's. Hoe ben je op dat idee gekomen?*

TERENCE: Die sessies lopen ondertussen zo'n drie jaar. Het is begonnen toen een collega klaagde over stress en vermoeidheid. Dat bracht me op het idee om yogasessies te gaan houden. In de VS is dat trouwens al langer ingeburgerd. Grote bedrijven organiseren er zelf yogalessen voor hun personeel. Nadat ik de toelating had gekregen van het management, nodigde ik de mensen van mijn verdieping van gebouw 58 uit. Aan de eerste sessie namen zo'n 20 mensen deel. Sommigen stopten ondertussen, maar door mond-tot-mondreclame kwamen er ook weer mensen bij, ook van HealthCare en Materials.

PLUS: *Je geeft ook soms sessies tijdens vakbeurzen.*

TERENCE: Tijdens de laatste drupa organiseerde ik elke morgen een sessie. Dat was heel apart. Er deden Agfa-collega's van wel 15 verschillende nationaliteiten mee. Yoga gaf hen de nodige energie om de drukke en stressvolle beursdag door te komen.

PLUS: *Kan iedereen yoga beoefenen?*

TERENCE: Zeer zeker. Iedereen kan ermee beginnen, ongeacht de leeftijd. En je kan het blijven doen tot het laatste moment van je leven. Mensen denken vaak dat je heel soepel en lenig moet zijn om yoga te doen, maar dat is zeker niet noodzakelijk. Het is helemaal niet erg wanneer je bij een bepaalde oefening hulp nodig hebt. Yoga is geen competitie. Het is niet de bedoeling beter te zijn dan je collega. Dat is een verademing in deze wereld vol concurrentie. Je moet geen Boeddhist of Hindoe zijn en je hoeft ook helemaal niet te geloven

in de hele filosofie achter yoga. De drempel is heel laag. Yoga is 99 procent praktijk en 1 procent theorie. Iedereen kan er meteen aan beginnen.

PLUS: *Waarom zouden mensen aan yoga moeten doen? Wat zijn de voordelen?*

TERENCE: Yoga is niet alleen op het fysieke aspect gericht. Het helpt je ook om te relaxen. Wanneer je sport doet, ben je daarna vermoeid. Yoga geeft juist meer energie. Het helpt je om gezond te blijven, om je lichaam in balans te brengen en om beter om te gaan met stress. Veel mensen, zoals werkende moeders, hebben heel weinig tijd voor zichzelf. Na het werk moeten ze nog voor de kinderen zorgen. Tijdens een yogasessie kan je je geest even helemaal vrijmaken. Bovendien is yoga helemaal niet duur. Je hebt geen toestellen en geen dure sportuitrusting nodig. Een matje om je oefeningen op te doen volstaat. Wanneer je je er echt op toelegt, helpt yoga je ook in het dagelijkse leven. Je zal jezelf beter begrijpen en daardoor kan ook je relatie met anderen verbeteren.



Wil je meer weten over de yogasessies van Terence dan kan je hem contacteren op terence.hsu@agfa.com.

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

Lezers schrijven

Niets menselijks is ons vreemd. Dus delen we de lofbetuigingen die we ontvingen naar aanleiding van het allereerste PLUS-nummer maar al te graag met u. “Een dikke proficiat en een grote pluim voor iedereen die meewerkte bij het tot stand komen van PLUS,” schreef een gepensioneerd medewerker.

Daarmee kwam hij zeer dicht bij de kern van de zaak: PLUS is inderdaad een groepsinitiatief, niet alleen van de redactie, maar ook van u, de lezer. Uw reacties en voorstellen zijn dan ook steeds welkom: plus@agfa.com of 8015.

Een andere collega vatte haar oordeel over het nieuwe personeelsblad als volgt samen: “Proficiat! See.more werd vervangen door een fris, helder, licht (maar met voldoende diepgang) personeelsblad. Licht, zowel letterlijk als figuurlijk: veel wit en geen al te zware kost en dus aangenaam om tijdens de lunchpauze ter hand te nemen! Doe zo verder, wij zijn enthousiast! :-)”

Veel lof dus waarvoor onze oprechte dank! Maar onze journalistieke integriteit, die wij hoog in het vaandel dragen, gebiedt ons ook melding te maken van een meer kritische reactie. Die vond een vaste rubriek over het Agfa-aandeel maar niks, zeker niet met al die lof vanwege de analisten voor ons management.

Achter de artikels Doe de i-dag! en Plus/Minus vermoedde deze lezer dan weer een poging van het management om op slinkse wijze over sociale plannen te onderhandelen. Kortom, PLUS is volgens deze lezer zuivere propaganda.

De redactie van PLUS hoopt alvast dat we u allen ervan kunnen overtuigen dat zij haar werk onafhankelijk kan doen. De redactie stelt steeds zelf de inhoudsopgave op, hetzelfde geldt voor de vragen die aan de geïnterviewden worden gesteld. De lezersenquête leerde ons dat er heel wat interesse was voor het aandeel en voor alles wat daar mee te maken heeft. Dus denken we dat De Koers geen overbodige rubriek is. De andere genoemde artikels zijn niet meer of minder dan een poging om te informeren over wat er bij onze collega's leeft. Zoals vorige keer uitgelegd wil dit blad informeren over het positieve Agfa-project. Voor de negatieve 'sensatie-aanpak' verwijzen we eenieder door naar de gespecialiseerde dag- of weekbladen.

Johan Jacobs
Hoofdredacteur

Prijs!

Hier vindt u oplossingen van de puzzels uit het vorige nummer en ontdekt u misschien ook of u een van de gelukkige winnaars bent die met twee filmtickets aan de haal gaat.

De antwoorden op de puzzelvragen waren:
A. Zevenenzeventig – B. Contrastmedia –
C. Mark Cavendish (die in 2008 won en niet in 2009, waarvoor onze excuses) – D. Gilgamesj –
E. Opwellen – F. Verfden – G. Uitvoeren –
H. Meeëter – I. Gandhi – J. Nijvel – K. O (zuurstof).

De vraag die u kreeg als u alle letters op de juiste plaats zette, luidde: Op welke datum is Lieven Gevaert, stichter van onze onderneming, vijftenzeventig jaar geleden overleden?
Antwoord: 2 februari 1935.

De centrale getallen van de sudokus waren 7 en 4.

Winnen elk twee filmtickets:

Jean-Pierre Van Hoogten (Agfa Materials) en **Tamara Laureys** (Agfa Graphics). Proficiat!

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



'In India is de impact van op je privéleven

Sushma Gowda is 29 jaar en afkomstig uit Bangalore (India). Ze studeerde af als ingenieur elektronica en communicatie en werkt sinds twee jaar in België. Het eerste jaar werkte ze als consultant voor Belgacom, nu is ze al een jaar aan de slag als verification engineer in het ORBIS Connectivity Team van Agfa HealthCare in Gent. Ze maakt er deel uit van het team van Jan Duyck dat Agfa's ziekenhuisinformatiesysteem ORBIS uittest. Sushma gaat na of de verbindingen tussen de front end van het systeem (waar de gegevens worden ingebracht) en de achterliggende databestanden van het systeem wel degelijk werken.

PLUS: *Wat was het eerste woordje Nederlands dat je leerde?*

SUSHMA: Ik ben op een zaterdagavond laat in België aangekomen en ben de dag erna 's ochtends in een Delhaize de eerste benodigdheden gaan kopen. De kassierster zei toen goedemorgen en dat heb ik onthouden. Ik was niet helemaal zeker, maar ik vermoedde wel wat de betekenis was.



het werken veel groter.'

PLUS: *Spreek je ondertussen al wat Nederlands?*

SUSHMA: In mijn vrije tijd volg ik een taal cursus Nederlands. Ik kan al wel wat opvangen in conversaties, maar om zelf een echt gesprek aan te gaan is het nog wat vroeg, vrees ik.

PLUS: *Wat is het grote verschil tussen werken in Vlaanderen en werken in India?*

SUSHMA: Vooral de werktijden. Hier in Vlaanderen wordt de werktijd efficiënt gebruikt. In India werkt men wel even veel, maar men neemt veel langere koffie- of middagpauzes en ook de reistijden nemen veel tijd in beslag. Zo kom je gauw aan dagen van 10 uur of langer. Persoonlijk spreekt de 'Vlaamse' aanpak me meer aan. Je hebt meer vrije tijd over voor je hobby's en je sociale leven. In India is de impact van het werken op je privé-leven veel groter.

PLUS: *Wat vind je leuk aan het werken bij Agfa? En willen de Vlaamse collega's wat meevallen?*

SUSHMA: Het werk bij Agfa is heel interessant. Hier kan

ik echt veel bijleren. En de collega's zijn heel aardig. Ik kan aan iedereen iets vragen, ze zullen me steeds helpen. Dat heeft zeker meegespeeld in het feit dat ik me snel kon aanpassen. Wat ik ook leuk vind aan de collega's is het feit dat ze allemaal zo'n verschillende hobby's of interesses hebben. Dat is heel boeiend.

PLUS: *Ongetwijfeld zul je bepaalde zaken uit je thuisland missen?*

SUSHMA: De familie en de vrienden uiteraard. Vorige maand ben ik voor de eerste keer teruggeweest naar India op vakantie. En ook mijn broer was toen speciaal uit Australië teruggekeerd. Een echte familiereünie dus, dat was wel fijn. Wat ik ook mis, is het eten. Je vindt hier wel veel ingrediënten voor de Indische keuken, maar toch ook weer niet alles. Bovendien moet ik het nu zelf klaarmaken.

PLUS: *En het weer?*

SUSHMA: In India is het zes maanden heel warm en daarna heb je het regen- en wintersseizoen. Ik vind het heel leuk dat je hier de opeenvolging van de vier seizoenen hebt. Een minpuntje is misschien wel de onbetrouwbaarheid van het weer hier. Ik ga praktisch nooit naar buiten zonder jas of paraplu. In het begin moest ik er wel aan wennen dat het hier in de zomer zo lang licht bleef. Ik moest voortdurend op mijn uurwerk kijken om te controleren hoe laat het was.



Puzzel

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

- A Bidden en vasten voor gedane zonde.
- B **Stukje textiel.**
- c Welke Nederlandse provincie heeft als vlag drie horizontale banden in de kleuren blauw geel zwart?
- D **Breng verdriet.**
- E **Opnieuw opslaan.**
- F Een miljoenestad in China aan de grens met Hongkong in de provincie Guangdong en tevens de naam van een belangrijke GS partner.
- G Een Argentijnse provincie met een sterke link naar Taiwan.
- H Biersoort uit het Zennedal.
- I **Zwakke tijdspanne.**
- J Volgens de Griekse mythologie is zij de oermoeder, de Aarde, die ontstond uit de Chaos.
- k Hondje uit de Garfield-strip.

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

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	?

Sudoku

Om de sudoku op te lossen moet u op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heeft u beide sudoku's opgelost, dan maakt u kans op twee filmtickets als u de twee centrale cijfers (in het vette vierkantje) inzendt. Per e-mail naar plus@agfa.com, per binnenpost naar **PLUS-8933**. Succes!

Net zo moeilijk

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

Iets voor de kenners

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

