



HealthCare moet voor **groe**i gaan
PLUS sprak met Luc Thijs

Met het oog op de **toekomst**
Opleiding en Ontwikkeling

gezondheidszorg



4

PLUS sprak met Luc Thijs



8

Opleiding & ontwikkeling.
Met het oog op de toekomst



10

De 10 gouden regels
voor de lift



12

Agfa HealthCare neemt
WPD over



13

De Koers



14

Allemaal beestjes



18

Schellebelle 1919



22

Buiten dienst
Playmobilman "Brubil"



24

Het kompas van Agfa
Genady Knizhnik

Colofon



nr. 7 – oktober 2011

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, Agfa Photo Library

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Birgitte Baten, Ilse Joosen, Genady Knizhnik,
Anton Marin, Viviane Michels, Jan Van
Cauwenberghe, Guy Vandecraen, Bruno Peeters,
Caroline Vanwanseele.

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

Lithos Printing, Wommelgem
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,
FSC mixed sources gecertificeerd



VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus – Franselei 3 – 2950 Kapellen

PLUS nr. 8 verschijnt in december 2011.



Edito



Beste collega,

Analisten en journalisten waren het er bij de publicatie van onze halfjaarResultaten over eens: Agfa had het – zeker gezien de algemene economische toestand en de hoge grondstofprijzen – beter gedaan dan verwacht. Alle inspanningen die we ons de voorbije maanden en jaren hebben getroost om de kosten te drukken, het zilververbruik te verminderen en de prijzen van onze filmproducten te verhogen, werpen dus vruchten af.

De resultaten van het tweede kwartaal zijn echter niet meer dan een momentopname. We moeten dus nu alweer vooruitblikken naar wat de toekomst ons zal brengen. Wie de berichtgeving in de media volgt, weet dat de economische toestand eerder naar een recessie dan naar een heropleving neigt en dat de grondstofprijzen hoog blijven. Zeker wat het zilver betreft is de speculatiegolf nog niet voorbij. Dit en het feit dat de effecten van deze hoge grondstofprijzen met ongeveer drie maanden vertraging in onze resultaten opduiken, betekent dat we ons aan een moeilijk derde kwartaal mogen verwachten. Een derde kwartaal dat vanwege seizoensgebonden elementen vaak al het zwakste van de vier is. Het is dus nodig dat we onze focus op kostenefficiëntie niet laten verzwakken, maar integendeel, waar mogelijk nog verscherpen.

Toch is er ook goed nieuws. Onze groeistrategie – denk maar aan de overnames van Gandi en Pitman en aan de joint venture Agfa Graphics Asia – verloopt volgens plan. In het najaar van 2010 voerden we met succes een kapitaalverhoging door voor een verdere uitbouw van onze onderneming. Het verheugt me dan ook dat we de voorbije maand een nieuw overnamedossier konden afronden.

Met WPD nemen we een van de voornaamste gezondheidszorg-IT-bedrijven in Brazilië over. Door deze

overname betreedt Agfa HealthCare de Braziliaanse markt voor ziekenhuisinformatiesystemen (HIS), waarbij we kunnen voortbouwen op de sterke marktpositie die Agfa daar reeds heeft voor medische beeldvorming en voor IT-systemen voor radiologie. Met bijna 200 miljoen inwoners groeit Brazilië sneller dan om het even welke Europese markt. Het land biedt dan ook aanzienlijke groeikansen op het vlak van IT voor de gezondheidszorg. Alle experts zijn het er trouwens over eens dat Brazilië – meer nog dan de andere BRIC-landen China, Rusland en India – alles in huis heeft om dé ster van het decennium te worden. Het land kende in 2010 een economische groei van liefst 7,5%; dit jaar verwacht men een goede 4%. En met de organisatie van het wereldkampioenschap voetbal in 2014 en van de Olympische Spelen in Rio de Janeiro in 2016, zal de economie er ongetwijfeld opnieuw een flinke ‘boost’ krijgen.

Tot slot wil ik ook nog de recente ingebruikname van onze tweede warmtekrachtkoppelingcentrale en van onze nieuwe waterzuiveringsinstallatie vermelden. Allebei zijn het investeringen in een duurzame, ecologisch verantwoorde vorm van ondernemen voor de toekomst. Dat duurzaam ondernemen bovendien best rendabel kan zijn wordt aangetoond door het feit dat beide investeringen zichzelf na twee jaar reeds zullen hebben terugbetaald. Door te investeren in goedkopere én milieuvriendelijkere energie kunnen we hier in Mortsels nu ruim tweederde van onze elektriciteitsbehoefte dekken. Met de nieuwe waterzuiveringsinstallatie zullen we ruim 40% van het afvalwater in ons productieproces kunnen hergebruiken. Het is ook met dergelijke slimme investeringen dat we onze groeistrategie kunnen ondersteunen.

Met vriendelijke groeten
Christian Reinaldo



PLUS sprak met Luc Thijs

Twee edities geleden meldden we de benoeming van Luc Thijs (46) tot President van Agfa HealthCare en lid van het Executive Committee van de Groep. Hij volgt hierin CEO Christian Reinaudo op die tot einde maart zijn functie van CEO combineerde met die van president HealthCare.

Inmiddels zijn we enkele maanden verder. Tijd dus voor een nadere kennismaking met Luc Thijs. De nieuwe HealthCare president beschrijft zichzelf als een echt Agfa-product. Sinds zijn indiensttreding in 1990 heeft hij inderdaad al heel wat leidinggevende functies uitgeoefend, zowel in het hoofdkwartier in Mortsel als in de regio's Azië-Oceanië, Latijns Amerika en in Italië.

“HealthCare moet voor groei gaan!”

PLUS: *Hoe voelt het om president van HealthCare te zijn?*

LUC THIJS: Toen Christian Reinaudo mij het voorstel deed was ik – in de positieve zin – verrast. Ik had immers niet voor de functie gesolliciteerd. Alvorens ja te zeggen, heb ik dan ook eerst goed nagedacht over de nieuwe rol die men mij toevertrouwde. Ik ben me erg bewust van de verantwoordelijkheid die er bij hoort. Bovendien is het een beslissing die men niet alleen, maar samen met zijn gezin neemt. Ook van hen wordt heel wat engagement gevraagd.

PLUS: *En nu we een paar maanden verder zijn?*

LUC THIJS: Ik heb mezelf voorgenomen om met beide voeten vast op de grond te blijven. Ik heb bewust de vele en onvermijdelijke uitnodigingen voor persinterviews,

voordrachten en andere zaken die niet rechtstreeks met de business te maken hebben, zo veel mogelijk ontweken. Als men in een dergelijke functie belandt, wordt men al gauw een publieke figuur. Dat moet ik accepteren, maar het is in de eerste plaats mijn job om een bedrijf succesvol te leiden.

PLUS: Waar zal u de focus op leggen?

LUC THUIS: Eigenlijk is het vrij eenvoudig: groei is mijn eerste en belangrijkste doel.

Ik zie drie belangrijke groeidimensies. In de eerste plaats gaan we verder aftasten welke rol Agfa kan spelen in een ruimere gezondheidszorgmarkt. Vandaag focussen we op de zorgverstrekkers en dan nog voornamelijk op de ziekenhuizen, de diagnostische centra en de dagklinieken. We bieden evenwel geen oplossingen voor de artspraktijken, noch voor de thuisverzorging. Naast de zorgverstrekkers zijn er overigens ook andere belanghebbende partijen in de gezondheidsmarkt actief: de overheid, de betalers – zoals de verzekeringsmaatschappijen en de sociale zekerheid – en de patiënt zelf ten slotte.

We kunnen ook nog groeien door onze positie in directe radiografie te versterken en vorig jaar zijn we vastberaden in de markt voor generische contrastmedia gestapt. Daarnaast denk ik aan onze datacenter-technologie (IDC) die het beheer van alle beeldinformatie voor volledige regio's toelaat. Daarmee hebben zorgverstrekkers toegang tot beeldinformatie van de patiënt, onafgezien van waar de opnames oorspronkelijk gebeurden. Dit is een ontluikende markt waarvan we de totale marktgrootte nog niet eens kunnen inschatten.

Ten slotte moeten we kijken naar nieuwe business-modellen waarbij we bijvoorbeeld software als een dienst ter beschikking stellen. Enerzijds omdat dit tot meer terugkerende inkomsten gaat leiden – en ons dus minder afhankelijk maakt van nieuwe projecten. Anderzijds omdat het ons zal toelaten om nieuwe klantengroepen aan te spreken. Kleinere ziekenhuizen

bijvoorbeeld, die vandaag wel willen digitaliseren, maar er niet altijd de middelen voor hebben. Het zou ons ten slotte ook moeten toelaten om de in omloop zijnde softwareversies te stroomlijnen en te herleiden tot de meest recente.

PLUS: En op korte termijn?

LUC THUIS: Ik kijk naar de zilvercrisis als een strategische kans om onze klanten versneld van analoge film naar

beduidend meer winstgevendende hardcopy film te brengen.

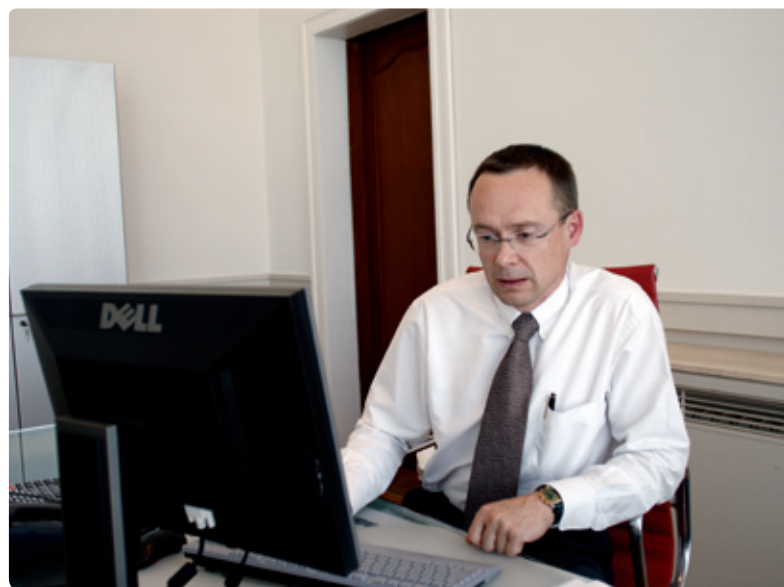
De traditionele film was ondertussen een absoluut verbruiksgoed geworden dat typisch via tenders en enkel

op basis van de prijs wordt verkocht. Het verschil tussen winst en verlies was doorgaans ook erg klein geworden en wordt grotendeels bepaald door wisselkoers- en zilverprijsschommelingen. Het volume droeg bij tot het afdekken van de vaste kosten, maar niet veel meer. Daar een deel van kunnen omschakelen naar hardcopy film via digitale radiografie is een unieke kans.

PLUS: Wat zijn uw interne aandachtspunten?

LUC THUIS: In de eerste plaats mensen. Ik geloof sterk in de impact die mensen op de business kunnen hebben wanneer ze gemotiveerd zijn om het beste van zichzelf te geven. Dat bedoel ik in de breedste zin van het woord:

“Ik geloof sterk in de impact die mensen hebben op de business.”





van de algemeen positieve attitude die van ons allemaal moet uitgaan, tot het bouwen van een atmosfeer van respectvolle samenwerking met elkaar – welke rol we ook hebben in de onderneming – en tenslotte tot het aanbieden maar ook aangrijpen van kansen om zelf te leren en te groeien.

De medische wereld is een boeiende omgeving in volle evolutie: zowel vanuit klinisch, technologisch als bedrijfseconomisch perspectief zullen we allemaal voortdurend moeten, of liever mogen bijleren. Dat is toch fantastisch, niet? Daarnaast ben ik uitgesproken voorstander van diversiteit. Op een hoofdkwartier van een multinational horen verschillende nationaliteiten thuis. De mensen die er een wereldwijde leidinggevende rol hebben, moeten absoluut ook in de ‘field’ gewerkt hebben,

“We gaan verder aftasten welke rol Agfa kan spelen in een ruimere gezondheidszorgmarkt”

idealiter, buiten hun land van oorsprong en, indien mogelijk, dicht bij de klant. Je zal in de nabije toekomst een verrijking zien van onze HQ-organisatie, maar er zullen ook kansen geboden worden aan lokale mensen om zelf een stap buiten hun comfortzone te zetten. Het tweede aandachtspunt is focus.

Wanneer je een nieuwe strategie exploreert ga je breed, maar in de uitvoering ervan ga je diep en leg je sterke focus. Er zijn maar zo veel dingen die je tegelijkertijd goed kan doen.

PLUS: *Wat is voor u belangrijk bij het leidinggeven?*

LUC THUIS: Ik geloof sterk in integriteit. Je mag best veeleisend zijn, maar altijd fair en respectvol. Voor alle ‘people’-managers is het nieuwe Leading@Agfa programma een echte must. Met mijn management team van de groeimarkten en nu ook met het ‘HealthCare Executive Committee’ hebben we het programma zelf doorlopen. Het schept een sterkere bedrijfscultuur, leidt tot meer overeenstemming in de manier waarop we performantie beoordelen, en het leert leidinggevendenden beter om te gaan met hun teams.

PLUS: *U heeft er nu heel wat verantwoordelijkheden bij gekregen. Is er nog wel tijd genoeg voor familie en hobby’s? Is er sowieso nog vrije tijd?*

LUC THUIS: Die maak ik. Mijn familie is een essentieel deel van mijn leven. Ze hebben mij steeds gesteund bij mijn

verschillende opdrachten in het buitenland en nu ook in deze rol. Daarnaast is sport een belangrijk deel van mijn leven. Ik train dus nog steeds verschillende uren per week. Minder dan vroeger weliswaar en veelal in de vroege uurtjes, maar ik heb ook dit seizoen nog twee triatlons op het programma.



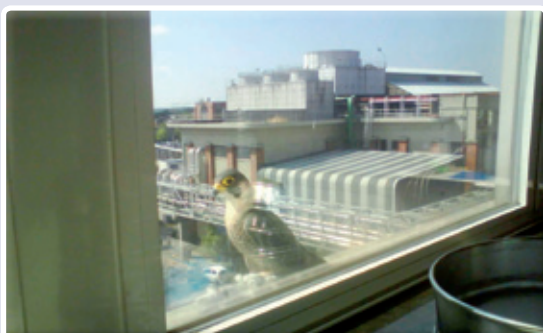
HealthCare breidt uit met OCT-technologie

HealthCare breidt zijn gamma voor diagnostische medische beeldvorming uit met de OCT-oplossing SKINTELL. OCT staat voor *Optical Coherence Tomography*, een niet-invasieve techniek om de morfologie van de huid te visualiseren en metingen te doen in de huidlagen. Dermatologen kunnen dankzij SKINTELL op een pijnloze manier beelden genereren van de huid en de onderliggende weefsels. In een aantal gevallen kan dankzij deze technologie ook een biopsie vermeden worden. Studies hebben alvast aangetoond dat SKINTELL een nuttig instrument kan zijn voor de diagnose en opvolging van chronische ziekten en hun behandeling. Daarnaast zal de techniek ook inzetbaar zijn in de farmaceutische en cosmetica-industrie. SKINTELL maakt gebruik van infrarood licht en slaagt er in om informatie te genereren die voorheen enkel verkregen kon worden met behulp van een biopsie.



Duif als ontbijt

Slechtvalken zijn echte aandachttrekkers. Dat mocht ook collega Koen Van Eyck (GSS/Procurement) ondervinden toen hij op 1 september een van onze slechtvalken op de vierde verdieping van gebouw 65 betrapte. De roofvogel zat er doodgemoedereerd op de vensterbank (weliswaar aan de buitenzijde) in het zonnetje zijn ontbijt te verorberen: een duif! Koen slaagde er in om ongemerkt een beeld te maken met zijn gsm-toestel.



22

Wie de quizprogramma's op onze Vlaamse tv-zenders volgt heeft in de maand juni misschien HE-collega Jan De Cat in de Canvascrack herkend. Na drie gelijke spelen kon hij zich ook effectief in de Canvascrack-stoel wurmen. In de drie volgende afleveringen kreeg hij twaalf tegenkandidaten voorgeschoteld. In die drie uitzendingen schakelde hij als crack zes tegenstanders uit en speelde hij zes maal gelijk. In zijn laatste aflevering moest hij het uiteindelijk in de eerste ronde afleggen. Jan verloor jammer genoeg met 3-2 van uitdager Klara Binon. In totaal was hij acht afleveringen lang op het scherm.

Jan is dan misschien wel geen Supercrack geworden, toch kunnen we hem met recht en reden een echte quizcrack noemen. Zijn deelname aan de Canvascrack meegerekend heeft hij nu al aan 22 quizprogramma's deelgenomen. Onder die programma's vinden we onder meer Waagstuk, De Zonnekwis, Wie wordt Multimiljonair? en 21 op VTM; Atlas, Quix, Blokken, Per Seconde Wijzer, De Pappenheimers en Blackout op VRT en De muziekwis op VT4. Zelfs in Der Schwächste Fliegt op RTL in Duitsland was hij te zien. Het zijn er werkelijk te veel om op te noemen.

Maar daarmee stopt het niet voor onze collega. Jan acteert ook en is al eens te zien geweest in een kleine bijrol in reeksen zoals Familie of Zone Stad. En alsof dat nog niet genoeg is, zal je hem in november 2011 in het cultureel centrum van Heist-op-den-Berg kunnen zien meespelen in de rockmusical "The Rocky Horror Revue". Ongetwijfeld tot binnenkort op het scherm!

Opleiding & Ontwikkeling

Met het oog o

Er is de voorbije jaren heel wat veranderd op het vlak van opleiding en persoonlijke ontwikkeling binnen Agfa. Onder druk van de digitale transformatie die onze onderneming doormaakt, maar ook beïnvloed door de razendsnelle evoluties in onze huidige informatiemaatschappij. Wie bij wil blijven zal voortdurend moeten bijleren. Tegenover de bewuste keuze van Agfa om te investeren in opleiding en persoonlijke ontwikkeling, staat de noodzaak om op de kosten te letten. Het is dus kwestie van de beschikbare middelen pragmatisch en kostenefficiënt aan te wenden.



Jaarlijks krijgt een internationale groep van een 25-tal medewerkers in het Global Leadership Program de kans om over de businessgroepen heen samen te werken aan een aantal business cases en deze te presenteren aan het Executive Management.

Vertrekkende vanuit de fundamentele veranderingen die Agfa in al zijn activiteiten doormaakt, werden een aantal opleidingsinitiatieven op verschillende niveaus ontwikkeld. Dat is nodig wil Agfa steeds kunnen beschikken over medewerkers met de juiste technische en persoonlijke competenties. Anders gezegd willen we als onderneming steeds de juiste persoon, op de juiste plaats, in de juiste job hebben.

Als medewerker ben je in de eerste plaats zelf verantwoordelijk voor je ontwikkeling. Natuurlijk zullen je leidinggevende en HR je hierbij adviseren en helpen. De Mid Year Review of het halfjaarlijkse gesprek dat je met je leidinggevende in het kader van het Performance Management hebt, is hét moment bij uitstek om je ontwikkeling te bespreken. In je persoonlijk ontwikkelingsplan worden die leer- en ontwikkelactiviteiten opgenomen die je als medewerker nodig hebt om je huidige functie goed uit te voeren, maar ook die die je op langere termijn nodig hebt om verder te groeien binnen de organisatie. Dit maakt van de evaluatiegesprekken een belangrijk instrument in je loopbaanontwikkeling. Beide partijen, leidinggevende en medewerker, zijn in dit proces even verantwoordelijk voor het welslagen er van.

p de toekomst

Leren en ontwikkelen is veel breder dan het volgen van een klassikale training. Studies hebben aangetoond dat het meest effectieve leren zich *on-the-job* afspeelt. Bekijk dus bij het opstellen van je ontwikkelingsplan zeker de brede waaier aan mogelijke leeractiviteiten, zoals bijvoorbeeld een coach of mentor zoeken die je bijstaat in het ontwikkelen van een competentie, literatuur doornemen, blogs of groepsdiscussies rond bepaalde thema's volgen op het internet, een congres bijwonen, e-learning volgen, feedback aan anderen vragen over hoe je bepaalde zaken aanpakt, en zo meer.

Verschillende opleidingsinitiatieven

Competence Management maakt duidelijk wat het management van je verwacht bij het uitoefenen van je functie. Welke competenties (kennis en kunde) heb je nodig om optimaal je huidige functie goed te kunnen uitoefenen? Op basis van dit framework – we noemen dit de competentiematrix – kan je samen met je leidinggevende zeer objectief detecteren aan welke competenties je voldoet, in welke je uitmunt of voor welke je je dient bij te werken. Deze informatie is de basis om een gedegen opleidingsplan op te stellen, om je nog beter te kunnen voorbereiden op de toekomst, of om je eigen kennis en kunde te delen.

Leading@Agfa is een opleidings- en ontwikkelprogramma specifiek gericht op alle leidinggevendenden binnen Agfa. Zij vinden er een waaier aan zelfanalysetools, zelfstudiepakketten en klassikale trainingen rond verschillende leadership thema's. Leading@Agfa wil leidinggevendenden meer bewust maken over hun impact op de motivatie van hun medewerkers. Dit initiatief werd in nummer 4 van PLUS al eens uitgebreid toegelicht. Leading@Agfa wordt nu zowel binnen Materials, Graphics, HealthCare als binnen de Corporate Centers en Shared Services uitgerold. Alle technische en niet-technische trainingen van Agfa

worden binnen het **Academy Learning Platform (ALP)** samengebracht. De Agfa Academy focust vooral op het efficiënt en kostenbesparend brengen van trainingsoplossingen door maximaal gebruik te maken van online opleidingen, maar – waar nodig – ook door middel van klassikale trainingen. In de opleidingscatalogus van ALP vind je naast technische en IT-opleidingen ook gedragsgerichte opleidingen op het vlak van communicatie, leidinggeven of klantgerichtheid. Afhankelijk van de businessgroep waartoe je behoort, vind je er uiteraard ook productgerichte trainingen. De uitgebreide opleidingscatalogus kan je raadplegen op het ALP op het intranet.

Opleiding heeft ook een belangrijke strategische waarde voor de toekomst van de onderneming. Wil Agfa competitief blijven in zijn activiteitsgebieden dan moeten ook de hogere kaderleden hierop voorbereid worden. Jaarlijks krijgt een internationale groep van een 25-tal medewerkers in het **Global Leadership Program** de kans om over de businessgroepen heen samen te werken aan een aantal business cases en deze te presenteren aan het Executive Management. Deze groep mensen komt twee maal per jaar samen in ons hoofdkwartier.



Heb je vragen over je opleidingsplan? Bespreek dit in eerste instantie met je leidinggevende. Voor vragen rond de verschillende opleidingsmogelijkheden, kan je steeds terecht bij je Learning & Development contact of je HR manager.

Hoeveel keer per dag nemen we de lift?
Te veel, zeggen de organisatoren van de '10.000-stappen-per-dag'-actie ongetwijfeld. En meestal doen we dat ook zonder er bij stil te staan dat een lift best gevaarlijk kan zijn als we hem op de verkeerde manier gebruiken. De statistieken binnen een groep van twaalf Europese landen en Turkije tonen aan dat jaarlijks zo'n 700 tot 800 ongevallen met liften gebeuren. Reden genoeg vond PLUS om u de tien regels voor een beter en veiliger liftgebruik op te sommen.

De 10 gouden regels voor ...

De lift

1 Is de lift defect? Meld het op het nummer 5555.

Denk ook niet dat iemand anders het al gemeld heeft. Je meldt het beter een keer te veel dan dat de lift weken defect blijft.

2 Blokkeert de lift? Blijf rustig.

Er is steeds voldoende lucht en ventilatie in de liftschacht en de liftkooi. Bovendien zijn er de klok rond elektriciens en opgeleide personen aanwezig die je zullen verlossen.

3 Bij brand of tijdens een evacuatie, gebruik je nooit de lift...

...of je verlaat hem zo snel mogelijk. De energietoevoer kan immers wegvallen en de rook wordt in een liftschacht aangezogen.

4 Kies enkel de juiste richting.

Beide richtingen kiezen ontregelt op de duur het stuurmechanisme van de lift.

5 Stopt de lift onverwacht...

...druk dan op de knop van een hoger of lager gelegen verdieping. Gebeurt er niets, contacteer dan 5555. Als de veiligheidslichtgordijnen worden onderbroken stopt de lift ook onmiddellijk. Druk dan op een knop in de tegengestelde richting. De lift zal dan afhankelijk van het type op normale snelheid in de gekozen richting vertrekken of tegen een lage snelheid naar de onderliggende verdieping dalen. Let op, wanneer tijdens deze correctie het veiligheidslichtgordijn opnieuw onderbroken wordt, dan gaat de lift volledig buiten dienst en moet de liftechnieker tussenbeide komen.



Een zware lading plaats je eerst en vooral centraal in de lift. Zelf neem je plaats naast de lading, nooit er achter zoals onze mannelijke collega. Ga je achter de lading staan, dan kan een lading die verschuift opgetild worden door bv. een deurrand van de liftkooi die wat uitsteekt en kan je geplet worden. Als er dodelijke ongevallen gebeuren met een lift is dit een van de meest voorkomende zaken.

6 Hou de lift proper...

en laat niets rondslingeren dat klem kan raken tussen de deuren of zo. Kleef ook geen affiches aan de binnenzijde van de liftkooideur.

7 Plaats de goederen altijd centraal in de liftkooi!

En ga zelf altijd naast de goederen staan. Nooit er voor of er achter!

8 Doe de deur pas open als de lift volledig stilstaat.

Zo voorkom je dat de deurvergrendeling defect raakt en niet meer goed zou sluiten.

9 Zet de liftdeuren helemaal open...

als je grote vrachten in of uit de lift rijdt.

10 Laat de liftdeur nooit zonder reden openstaan.

Iemand anders kan de lift niet meer oproepen en de werking van de eventueel aanpalende liften kan ook worden verstoord. Iemand anders kan dan weer denken dat de lift defect is en een onnodige melding doen. De hersteldienst draaft dan voor niets op, terwijl ze ergens anders misschien dringender nodig is.





Agfa HealthCare neemt WPD over

Begin september nam Agfa HealthCare alle aandelen van WPD over, een van de voornaamste aanbieders van IT-systemen voor de gezondheidszorg en consultancydiensten in Brazilië. Hierbij denken we aan systemen voor financieel beheer, patiëntenbeheer, beheer van klinische informatie, beheer van medische beelden, Business Intelligence, ...

WPD werd opgericht in 1989 en heeft zijn hoofdkwartier in Recife in het oosten van Brazilië. Filialen zijn er in Curitiba, Brasília, Rio De Janeiro en São Paulo.

Het bedrijf telt ongeveer 150 medewerkers en heeft inmiddels een klantenbestand van meer dan 250 zorgcentra. Tot zover de feiten en de cijfers.

De overname van WPD past in alle opzichten in de groeistrategie die voor de HealthCare businessgroep werd uitgetekend. HealthCare wil verder groeien door investeringen in de gezondheidszorg-IT. De activiteiten van WPD situeren zich allemaal in dat domein. Bovendien sluiten de meer administratief gerichte oplossingen van WPD erg goed aan bij die van Agfa die meer klinische informatiemogelijkheden bieden.

“De overname van WPD zal de ontwikkeling van Agfa’s IT-business in Brazilië nog versnellen.”

In de tweede plaats is Brazilië een potentieel grote groeiemarkt. Het land maakt deel uit van de opkomende BRIC-economieën (Brazilië, Rusland, India en China).

Van die vier landen is Brazilië

– nu al de zevende economie ter wereld en sneller groeiend dan de meeste EU-landen – waarschijnlijk het land met het grootste investeringsbeleid voor gezondheidszorg-IT in de volgende jaren.

Tot slot kunnen we stellen dat het een gezonde firma is met goede winstmarges die overeenstemmen met de middellange termijn doelstellingen van Agfa HealthCare. WPD zal dan ook in 2012 reeds een positieve bijdrage leveren bij de resultaten van de Groep.



Walter Amorim, eigenaar van WPD, en Luc Thijs, president van Agfa HealthCare, ondertekenden op 9 september jongstleden het overnameakkoord.

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.



Als het regent, word je nat!

Wie denkt dat analisten niet poëtisch aangelegd zijn, heeft het grondig mis. Met de mooie beeldspraak uit de titel van dit artikel voorspelde Siddy Jobe van Bank Degroof immers dat de hoge grondstofprijzen – in het bijzonder die van zilver en aluminium – Agfa in het tweede kwartaal in het rood zouden duwen.

Op de dag van de publicatie, nadat duidelijk was geworden dat de maatregelen die Agfa nam om te besparen op de kosten en de prijzen van de filmproducten te verhogen, wel degelijk effect opleverden, veranderde hij zijn beeldspraak sportief in: “Als je je paraplu vlug genoeg opendoet, word je niet al te nat!”

Alle analisten, zelfs de immer pessimistische Wim Gille van RBS, waren trouwens aangenaam verrast door de positieve impact van de kostenbesparingen en prijsverhogingen en de daaruit voortvloeiende – weliswaar bescheiden – winstcijfers. De consensus van de analisten

– die rekening hield met een verlies van 7 miljoen euro – mocht meteen in de prullenmand en de beleggers beloonden het Agfa-aandeel met een koersstijging van liefst 19,15%, van 1,88 euro tot 2,24 euro. Hiermee werd een deel van de achteruitgang van de voorbije maanden uitgeveegd. Vorig jaar steeg het aandeel na het bekendmaken van de halfjaarcijfers overigens ook al eens met 20%. Misschien is er wel een mooie traditie in de maak.

Dit alles neemt echter niet weg dat het derde kwartaal zich als zeer moeilijk aankondigt. Het derde (vakantie-) kwartaal is sowieso meestal het minste van de vier. Met een zilverprijs die de voorbije maanden opnieuw pieken van boven de 43 dollar per troy ounce haalde en de zwakke algemene economische toestand – sommige economen vrezen zelfs een recessie – weten we dat alle problemen nog niet van de baan zijn.





Allemaal beestjes

Agfa HealthCare verovert de veterinaire wereld met CR en DR

Huisdieren krijgen een steeds belangrijker plaats toebedeeld binnen het gezin.

Dat ervaren ook de dierenartsen: baasjes willen voor hun trouwe viervoeters de best mogelijke zorgen. Er worden steeds meer röntgenopnames gemaakt en het mag allemaal wat sneller gaan...

Waar Agfa HealthCare voorheen enkel klassieke film leverde aan dierenartsenpraktijken, zijn die vandaag ook gretige afnemers van CR- en DR-oplossingen.

Iedereen tevreden

De meeste dierenartsen zetten hun eerste stappen in de wereld van de digitale beeldvorming met de aankoop van een CR (Computed Radiography) systeem. Een dergelijk toestel maakt gebruik van een fosforplaat om het beeld vast te leggen. Deze plaat wordt ingevoerd in het CR-systeem dat het beeld digitaliseert. Luttele minuten na de opname verschijnt het beeld op het werkstation van de dierenarts. De arts ziet meteen wat er met het arme dier mis is en kan actie ondernemen. De baasjes hoeven hun huisgenoot niet meer achter te laten in de praktijk, om hem later, na de röntgenopname, weer op te gaan halen.

Schildpadden in nood

Niet alleen beelden van katten, honden en paarden worden gedigitaliseerd met een CR. Dierenarts Terry Norton van Georgia Sea Turtle Center in de V.S. maakt dankbaar gebruik van onze CR-oplossing om beelden te

genereren voor de zieke of gewonde schildpadden die in zijn centrum aanspoelen: “De CR 30-X digitizer beschikt over alle functionaliteiten en de snelheid die we nodig hebben, dit alles voor een redelijke prijs. Het toestel levert bovendien een excellente beeldkwaliteit: de beelden zijn erg duidelijk en gedetailleerd.”

Snel, sneller, snelst

Met DR (Direct Radiography) gaan we nog een stapje verder en vooral sneller. De röntgenstralen worden onmiddellijk opgevangen door een digitale detector. Het digitale beeld is zo al enkele seconden na de opname beschikbaar op het scherm van de dierenarts. Het grote voordeel is nog meer tijdswinst, maar daar staat wel een hoger prijskaartje tegenover.

Dierenarts Shane Morrison van Christchurch Veterinary Surgery, een orthopedisch centrum in Ipswich, Groot-Brittannië, is een overtuigd DR-gebruiker: “De DX-D 10G detector is verbazend snel. Ik hoef slechts op een knop te drukken en terug te wandelen naar mijn werkstation, en het beeld is er al.”

Beelden mislukken nooit

Beide systemen worden geleverd met de MUSICA² – software die de beelden automatisch optimaliseert – dit zonder de tussenkomst van de dierenarts en ongeacht het type beeld. Voor dierenartsen die gewoonlijk geen doorgedreven radiologieopleiding hebben genoten, is dit bijzonder welkom.

Dierenarts Ingrid Putcuypys van groepspraktijk Clos Fleuri in Gent verwoordt het als volgt: “Beelden mislukken nooit. Het gebeurt wel eens dat ik niet de optimale instellingen selecteer bij het maken van een opname. Ik verwacht dan een onder- of overbelicht beeld. Maar toch is de kwaliteit van het beeld dat ik vervolgens op mijn scherm te zien krijg verbazend goed.”



We hebben de ervaringen van zeven dierenartsen in Europa en Noord-Amerika gebundeld in een eerste THERE FOR VETS. Wenst u een exemplaar van dit magazine? Contacteer dan Birgitte Baten, birgitte.baten@agfa.com.



Specialty Products stroomlijnt productcommunicatie

De businessgroep Specialty Products telt heel wat verschillende productgroepen of diensten in het assortiment: PETix, Synaps, Altamira, Orgacon, industrial foils,...

In het verleden werden deze producten elk op hun eigen manier op hun respectieve markten gepositioneerd. De voorbije maanden werd er druk gewerkt om de communicatie van deze producten te stroomlijnen in één gezamenlijke vormgeving. Zeer vaak krijgen immers onze vertegenwoordigers van een productgroep vragen over andere productgroepen.

Zo zijn er voor de hierboven vermelde producten nu nieuwe, gelijkvormige product leaflets gemaakt.

Deze passen perfect in hun overeenstemmende presentatiemappen. In deze mappen vinden onze (potentiële) klanten echter ook info over de andere productgroepen. Een kruisbestuiving die alleen maar voordeel kan opleveren.



Proost en Brandt verdeelt Synaps in Nederland

De Nederlandse papiergroothandel Proost en Brandt heeft een vooraanstaande positie in de markt van synthetische dragers voor drukwerk. Samen met klanten en leveranciers hebben wij de afgelopen jaren met succes gewerkt aan de ontwikkeling van nieuwe materialen en toepassingen. Zij bieden de grafische industrie de materialen en service die ze kennen en verwachten van papier: een complementair assortiment, sterke voorraadpositie en de technische ondersteuning van papiertechnische adviseurs. "Wij zien een groeiend potentieel voor synthetische papieren en SYNAPS past zeer goed in de ambities die wij als Proost en Brandt op dit gebied hebben", aldus Hans Piera, Marktsegment Manager Specialiteiten bij Proost en Brandt.

Graphics introduceert eerste vlakbedgrootformatprinter

Op de VisCom-vakbeurs in Parijs (27-29 september) stelde Agfa Graphics zijn nieuwste grootformatprinter in de :Anapurna-familie voor. De :Anapurna M2540 is een vlakbedmachine die tegemoetkomt aan de groeiende nood van de markt aan efficiënte en betrouwbare prints van hoge kwaliteit op een groot gamma van rigide substraten. Dankzij de zes verschillende kleuren inkt drukt de printer zeer rijke kleuren, terwijl de witte inkt gebruikt kan worden voor het drukken op plexiglas en op donkere substraten.

De veelzijdigheid van het nieuwe toestel maakt het ideaal voor alle soorten displays, bordes, decoratiemateriaal, geschenken, onderleggers en dvd's. Dankzij de sneldrogende UV-inkten kan er ook op glas, keramiek en hout gedrukt worden.

De :Anapurna 2540 haalt een snelheid tot 45 m² per uur en drukt formaten tot 2,54 op 1,54 meter. De substraten – maximaal 4,5 cm dik en 80 kg zwaar – blijven dankzij het vacuümbed perfect stabiel tijdens het drukken en kunnen elkaar snel afwisselen.



Eerste :M-Press Leopard verkocht

Dambach Print+Service, een toonaangevende Duitse zeefdrukkerij, kocht in mei de eerste :M-Press Leopard digitale pers. De overeenkomst werd ondertekend op de Fespa Digital-vakbeurs in Hamburg, waar de nieuwe pers werd voorgesteld. De :M-Press Leopard is het kleine zusje van de :M-Press Tiger, die eerder al goed scoorde bij zeefdrukkers op zoek naar een combinatie van de unieke mogelijkheden van digitaal drukwerk met de eigenschappen van zeefdruk. De nieuwe pers levert hoogkwalitatief drukwerk op verschillende substraten en is in de eerste plaats bedoeld voor point-of-sales-toepassingen, zoals displays in winkels.

De Dambach-groep ziet de nieuwe aanwinst als een ideale aanvulling op hun vijf kleurenzeefdruklijnen van Thieme en verwacht dankzij de flexibiliteit van de pers sterk te kunnen groeien in hun bestaande markt. Bij Dambach werken 90 mensen in een productiecentrum van meer dan 10.000 m².



Schellebelle 1919:
 Collega Jan Van Cauwenberge
 acteerde samen met zijn
 kinderen in de film van
 Johan Heldenbergh

“Het leek wel een droomvakantie”

Jan Van Cauwenberge werkt als Senior Newspaper Workflow Engineer bij Agfa Graphics. Deze zomer kon je hem niet alleen hier in het bedrijf zien, maar ook op het witte doek als figurant in de laatste film van Johan Heldenbergh, *Schellebelle 1919*. Zijn dochter en zoon deden nog beter: zij vertolkten elk een van de hoofdrollen.

Schellebelle 1919 vertelt het verhaal van de familie Van De Velde. De oudste dochter Coralie – 16 – heeft tijdens de oorlog maar liefst 25 wezen in huis genomen, maar de vrede zorgt voor nieuwe uitdagingen. De kinderscherming vindt dat de wezen beter in een weeshuis opgevoed zouden worden en enkele notabelen hebben het op de boerderij en de omliggende gronden van de familie gemunt. Maar de familie laat zich niet zomaar verjagen en verdedigt zich met alle mogelijke middelen...

PLUS: Hoe is de film tot stand gekomen?

JAN: Elk jaar maakt toneelvereniging OKA uit Schellebelle – een deelgemeente van het Oost-Vlaamse Wichelen – een theaterstuk. De leden liepen al jaren met het plan rond een film te maken, maar het kwam er maar niet van. Tot rasacteur en Schellebellenaar Johan Heldenbergh (bekend van een resem toneelvoorstellingen en verder ook series als *Flikken*, *Witse* en *De Ronde* en films als *De Helaasheid der Dingen* en *Aanrijding in Moscou*) op de kar sprong en zijn

schouders onder het project zette. Onder het motto 'Als je een droom hebt, dan moet je er voor gaan' schreef hij een ambitieus scenario, waarin Schellebelle in een combinatie van klassiek Vlaams drama en western-stijl honderd jaar in de tijd wordt terugflitst. Het complete Schelgedorpje sloeg de handen in elkaar en maakte een heuse film.

Heldenbergh omringde zich met enkele filmprofessionelen en merkte dat er voldoende sponsors en vele honderden vrijwillige medewerkers aan de filmkar wilden trekken. Als gevolg stond het dorp in de zomer van 2010 op zijn kop voor de opnames, geleid door Heldenbergh en door Kenneth Taylor, die in het echte leven niet alleen burgemeester van Wichelen maar ook regisseur bij Woestijnvis is. In een omgekeerde wereld waren de



Maren Van Cauwenberge krijgt instructies van regisseur Johan Heldenbergh voor de 'potjesscène' op het marktplein van Schellebelle. Figurant en papa Jan kijkt aandachtig toe.



En actie! Broer en zus 'smijten zich' als volleerde acteurs.

hoofdrollen voor de amateurs, terwijl een aantal topacteurs een verschijning maakten in een gastrol.

PLUS: Hoe werden de taken verdeeld?

JAN: Een kerngroep van zeven enthousiastelingen coördineerde een groep van 800 vrijwillige medewerkers. Voor elke taak werd er een hoofdvantwoordelijke aangesteld: locaties zoeken, decors bouwen, catering, grime en haartooi, paarden en koetsen, muziek, fotografie... Veel van de kostuums werden genaaid door vrijwilligers die in het dagelijkse leven in het nabije lingerieatelier Marie-Jo werken.

PLUS: Het verhaal wordt verteld vanuit het standpunt van Magdalena, vertolkt door jouw dochter Maren. Ook haar broer Joren speelt een van de hoofdrollen. Hoe werden ze gekozen?

JAN: Op een dag zat er een briefje met een uitnodiging voor de filmaudities in de bus. Dat was meteen het eerste dat wij over de film hoorden. Mijn dochter Maren, die toen vijf jaar was, zag een rolletje in een film meteen zitten. Nadat ze naar de audities geweest was, was haar enthousiasme nog tien keer groter. De kinderen hadden spelletjes moeten spelen en het was een heel fijne dag geweest. Toen haar broer Joren (toen zeven jaar oud) dat hoorde, wilde hij ook wel auditie gaan doen. Uiteindelijk werden ze beiden geselecteerd uit meer dan vierhonderd kandidaten. Ook in de film spelen ze broer en zus.

PLUS: Hadden je kinderen dan al enige acteerervaring?

JAN: Nee, helemaal niet. Maren wil nu wel graag op toneelles en ze is, geïnspireerd door de filmervaring, ook begonnen met vioolles. Haar droom is om nog eens in een film mee te spelen en ondertussen kreeg ze een figurantenrolletje in de nieuwste film van Felix Van Groeningen. Zowel zij als haar broer speelden onlangs ook mee in een kortfilm van een dorpsgenoot die aan het Rits de opleiding Regie volgt.

PLUS: Hoe hebben je kinderen de opnames beleefd?

JAN: Voor hen was de zomervakantie van 2010 de beste ooit: zowel leerrijk als leuk. Ze hebben allebei het beste van zichzelf gegeven. Ze werden honderd jaar terug in de tijd gekatapulteerd en ze weten nu perfect hoe het er in 1919 aan toe ging. Op hun klompen kwamen ze op de meest prachtige locaties, zoals oude boerderijen. Ze hebben zich ook echt geweldig vermaakt. Zo mochten ze met eieren en mest gooien, met katapulten schieten, in beddenbakken slapen, in oude stallen in het hooi spelen...De filmset was zo leuk dat er zelfs tenten werden opgesteld om te blijven slapen. Mijn vrouw Els (Bogaert, ex-Agfa) coördineerde de kinderopvang tijdens de opnames. In een film waarin zo veel kinderen meedoen, had ze daar haar handen meer dan vol mee.

PLUS: Wat was jouw rol?

JAN: Ik figureer in de massascène over de 'potjesmarkt'. Op die manier kon ik van op de eerste rij mijn dochter de scène zien spelen. Verder heb ik de website helpen bouwen en heb ik de brochures voor de Schellebelle 1919-fietsroutes helpen maken. Vorige zomer zijn we thuis gebleven omdat we verbouwingen aan het huis aan het uitvoeren waren. De leem die we daarbij gebruikten, heeft ook nog mogen dienen als mest in een van de filmscènes.

PLUS: Hadden jullie verwacht dat de film ooit in de cinemazalen zou vertoond worden?

JAN: Absoluut niet. De bioscoopcarrière is echt de kers op de taart. Zoals gezegd begon de film als een droom van een aantal mensen. Aanvankelijk werd er gedacht aan vertoningen in culturele centra, maar distributeur

Lumière is erin geslaagd om de film aan de grote cinemazalen te verkopen.

We zijn zelf vaak gaan kijken deze zomer; we krijgen er maar niet genoeg van (lacht).

Ondertussen hebben we op het Filmfestival van Oostende ook een Vlaamse Filmprijs gewonnen voor 'Bijzondere Prestatie'.

PLUS: Als jullie konden, zouden jullie deze ervaring willen overdoen?

JAN: Direct! Het was een unieke belevenis. Doordat haast iedereen van het dorp meewerkte aan de film, hebben we heel veel dorpsgenoten leren kennen. De film heeft iedereen veel dichter bij elkaar gebracht. Iedereen die zich inschreef, mocht ook meedoen. Dat was niet altijd even gemakkelijk. Zo waren er tweehonderd kinderen bij de audities. Johan heeft speciaal de grote weeshuiscène nog aan zijn script toegevoegd. Vorige zomer leek wel een droomvakantie. Het verschil is dat je van een gewone vakantie terugkomt met lege handen, of met hooguit wat foto's en filmpjes, en dat wij een heuse bioscoopfilm hebben, die dan ook nog eens te zien was in alle grote zalen.



Meer informatie vind je op www.schellebelle1919.be. De film speelt nog steeds in een aantal zalen. Daarna zal hij te zien zijn in een aantal culturele centra. De dvd ligt vanaf 25 oktober in de winkels.

Schellebelle 1919-fietsroute

Half juli werd de fietsroute 'Schellebelle 1919' plechtig geopend op het Dorpsplein van Schellebelle. De fietsroute neemt je in 42 kilometer mee langsheen enkele filmlocaties gelegen in de gemeenten Wichelen, Wetteren, Lede en Berlare. Je kunt ook kiezen voor de kortere versies van 20 of 30 kilometer. In de gemeentehuizen van Wichelen, Wetteren, Lede en Berlare zijn folders met kaarten en allerlei weetjes over de filmlocaties, aangevuld met toeristische info en leuke tips, beschikbaar.

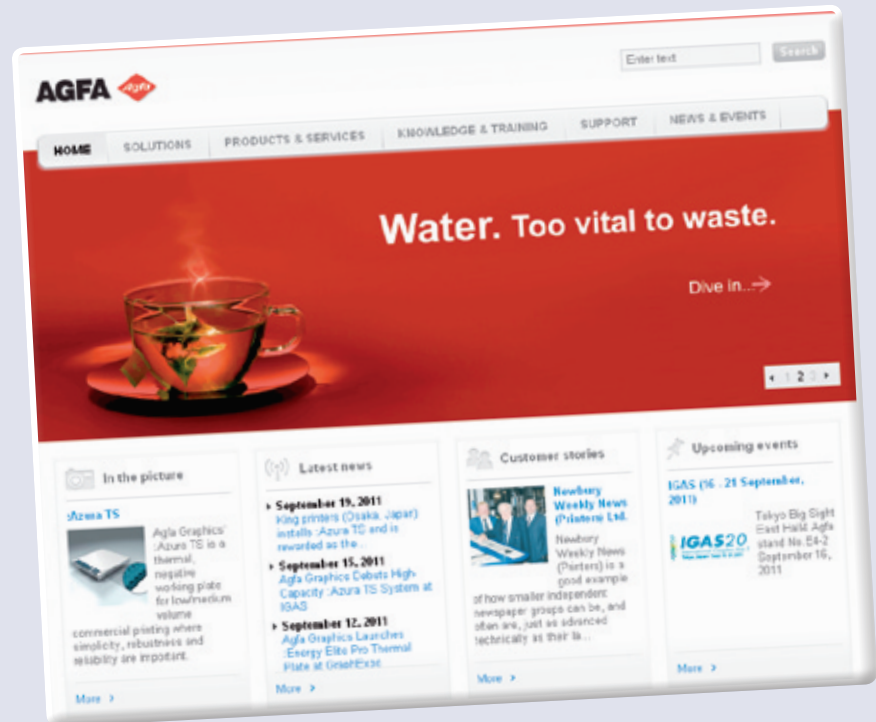


Aan de vooravond van de grote première op 27 juli werd het dorp omgedoopt tot Schellebollywood. Megaletters prijken sindsdien in ware Hollywoodstijl op het sfeervolle dorpsplein.

Graphics heeft vernieuwde website ...

Agfa Graphics stak onlangs zijn publieke website www.agfagraphics.com in een nieuw kleedje. De nieuwe bredere lay-out volgt die van Agfa HealthCare, maar dan met het voor Agfa Graphics zo karakteristieke rood prominent aanwezig. Het resultaat is een frissere en meer dynamische website. De bezoeker vindt er grote banners, filmpjes, klantengetuigenissen, links naar evenementen...

Ondertussen verfijnt het webteam de site verder. In een volgende stap ligt de focus op het overzetten van de bestaande landenwebsites naar de nieuwe lay-out en op de integratie van web 2.0-functionaliteiten om zo de interactiviteit met bezoekers te verhogen.



... en YouTube-kanaal

Niet alleen de website is vernieuwd, Agfa Graphics kreeg onlangs ook zijn eigen YouTube-kanaal www.youtube.com/agfagraphics. Alle bestaande en nieuwe filmpjes worden hier verzameld. De voordelen van deze gecentraliseerde aanpak zijn o.a. efficiënter beheer, uitgebreide meet- en analysemogelijkheden, optimalisering voor zoekmachines en last but not least de bescherming van het 'Agfa Graphics'-merk.



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 **Bruno Peeters**



Playmobilmans "BRUBIL"



Collega Bruno Peeters werkt als polyvalent operator op de afdeling Emulsiebereiding. Hij volgt er de verschillende emulsiebereidingen voor de Agfa-films op in alle fases van het productieproces. Een afwisselende job want als polyvalent medewerker oefent hij eigenlijk om beurten een viertal jobs uit. In zijn vrije tijd is er heel wat minder afwisseling. Dan is er alleen ruimte voor zijn grote passie: het maken van diorama's, een opstelling rond een bepaald thema, met Playmobil gespeeld.

PLUS: *Een volwassen man, een vijftigplusser, die zich bezig houdt met Playmobil. Dat vraagt om wat uitleg?*

BRUNO: Ik had al heel lang het idee om iets creatiefs te doen. Ik wilde meer bepaald diorama's maken. Om een of andere reden kwam het er echter nooit van. Tot ik zo'n tien jaar geleden de mogelijkheden van Playmobil ontdekte via het dochtertje van mijn tweede echtgenote. Niet alleen de kwaliteit van de figuurtjes was voor mij een openbaring, maar ook de mogelijkheden om met het bestaande materiaal helemaal nieuwe dingen te creëren waren mij direct duidelijk.

PLUS: *En hoe ben je er dan mee gestart?*

BRUNO: Het begon eigenlijk met een grote drang om creatief iets te verwezenlijken met Playmobil. Op een gegeven moment besloot ik om eens rond te kijken op het internet en uit te vissen of er nog van die 'Playmobil-zotten' rondliepen. En wat bleek? Ik was niet alleen. Geregeld worden er in Europa echte beurzen georganiseerd waar gelijkgestemden tweedehands materiaal te koop aanbieden. Om zo'n beurs wat 'aan te kleden' laat men liefhebbers een Playmobil-opstelling maken met bestaande en aangepaste Playmobil-onderdelen. Toen ik zo'n opstelling zag, dacht ik: dat kan ik ook en beter.



PLUS: Hoe ga je nu te werk?

BRUNO: Van in mijn jeugd was ik al gefascineerd door de Romeinse en Egyptische geschiedenis. Ik heb dan met dat thema een aantal diorama's gemaakt met de authentieke Playmobil-onderdelen. Dat was niet zo eenvoudig want er waren toen geen poppetjes of toebehoren die naar die periode verwezen. Dus moet je met al de bestaande onderdelen nieuwe figuurtjes creëren. Maar dat is natuurlijk net het leuke van mijn hobby.

Zo heb ik op een van de eerste tentoonstellingen een diorama van een paar vierkante meter over dit thema gemaakt. Voor het ontwerp zelf documenteer je jezelf goed, maar het blijft natuurlijk speelgoed en dus hoeft het niet altijd een exacte kopie zijn. Anderzijds probeer je natuurlijk echte flaters wel te vermijden. Door onze fantasierijke ontwerpen inspireren we trouwens de mensen van Playmobil zelf. Zo hebben zij later dan ook een reeks over de Romeinen uitgebracht.

PLUS: Hoe kom je aan al je materiaal, want dat moet toch flink wat geld kosten?

BRUNO: Het is inderdaad een dure hobby, maar ik ken nog andere hobby's die ook heel duur zijn, hoor. Je moet het er voor over hebben. Bovendien tracht ik de kosten te drukken door tweedehands materiaal op de kop te tikken. De respons op mijn eerste grote diorama op een beurs was enorm. Maar ook de volgende keren ben ik er in geslaagd de liefhebbers te verrassen met mijn creaties. Dat heeft ook het algemene niveau van de verschillende ontwerpers naar boven geholpen, maar het heeft voor mij ook heel wat deuren geopend.

PLUS: Je bent dus echt een autoriteit geworden?

BRUNO: In alle bescheidenheid mag ik dat toch wel stellen. Een paar jaar geleden ben ik in contact gekomen met Richard Unglik, een Frans graficus, auteur én Playmobil-fan. Hij had van Playmobil de toelating gekregen om een boek met Playmobil-creaties te maken en uit te geven. Voor zijn derde boek, De Grote Wereldreis, vroeg hij me om met hem samen

te werken. Dat boek is dan vorig jaar bij uitgeverij Casterman uitgebracht. Het brengt het verhaal van een reis rond de wereld door 30 landen. Nagenoeg alle opstellingen voor de foto's van dit boek zijn van mijn hand.

Sindsdien word ik door Playmobil zelf ook gecontacteerd voor deelname aan bepaalde beurzen, zoals PlaymoPlanet, de grootste Playmobil-beurs ooit in Utrecht. Daar was ook heel wat media-aandacht. Ik moest er zelfs verschillende interviews geven.

PLUS: Kan men je werk in België bewonderen?

BRUNO: Jammer genoeg nog niet, maar ooit komt die gelegenheid. De grootste beurzen vinden wat mij betreft plaats in Duitsland, Luxemburg en Nederland.

PLUS: Eigenlijk ben je een heuse PR-man voor Playmobil geworden?

BRUNO: Dat is misschien wat sterk uitgedrukt, maar het klopt wel dat ik in de loop der jaren een positieve reputatie heb opgebouwd. Mijn werk krijgt ook heel wat waardering van de eigenares van Playmobil. Daardoor krijg ik al eens wat demo-materiaal van de tentoonstellingen en kan ik ook wel wat aparte onderdelen bestellen voor mijn kunstwerken. Privilèges die ik anders niet gehad zou hebben.

PLUS: Bedankt voor dit gesprek en veel succes nog met je diorama's!



Wil je meer weten over de Playmobil-diorama's van Bruno dan kan je hem steeds contacteren op brubil@telenet.be. Heb je zelf een verhaal dat de moeite waard is of heb je een collega met een bijzondere hobby of die van plan is een wereldrecord (het mag ook iets minder zijn) te breken? Laat het ons weten: plus@agfa.com.

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.

‘Ik hou er van om verschillende culturen te leren kennen!’



Op maandag 19 september verwelkomden we collega Genady Knizhnik in Mortselsel. Genady mag dan wel nieuw zijn in Mortselsel, hij is allerm minst nieuw bij Agfa. Genady heeft een bachelordiploma in informatica en een MBA. Hij groeide op in Rusland en woonde vervolgens 10 jaar in Israël. In die periode werkte hij op de IT-afdeling van een ziekenhuis en bij enkele medische start-up bedrijven. Zo zette hij zijn eerste stappen in de wereld van de medische IT. Zijn volgende thuishaven was Canada, waar hij ook 10 jaar verbleef en het Agfa HealthCare team verwoegde. Nu is hij klaar voor een nieuw avontuur en is hij voor twee tot drie jaar neergestreken in België. Kortom, we hebben hier te maken met een echte globetrotter.

PLUS: *Je hebt al een hele weg afgelegd bij Agfa HealthCare. Hoe ben je bij onze organisatie terechtgekomen en in welke functies heb je gewerkt?*

GENADY: Ik ben gestart bij Mitra in Canada in december 2001. In 2002 werd Mitra overgenomen door Agfa en werd ik een medewerker van Agfa HealthCare. In de beginjaren was ik actief bij R&D, waar ik me vooral toespitste op de integratie van systemen. Vervolgens was ik van 2007 tot 2010 voor 'Regional Health' Solutions Architect in diverse settings. In maart 2011



– toen ik benoemd werd in mijn huidige functie van Business Development Director Regional Health EMEA – maakte ik de overstap naar de Europese organisatie. Ook al reisde ik al vaak naar Europa (naar de hoofdzetel van Agfa in Mortsel, naar andere Agfa-sites en naar klanten) en ook al beschikte ik over alle nodige middelen om moeiteloos te communiceren met mijn collega's, toch was het voor mijn huidige baan noodzakelijk om in de omgeving van Mortsel te wonen.

PLUS: 'Business Development Director Regional Health EMEA': dat is een hele mond vol. Welke lading dekt deze vlag?

GENADY: Ik ondersteun de Europese verkooporganisatie met het doel van 'Integrated Regional Care' een succesverhaal te maken in Europa. Ziekenhuizen en zorgorganisaties worden steeds groter, bv. door fusies. Tegelijkertijd staan ze onder druk om een betere zorg te verlenen tegen een lagere kostprijs. De behoefte om beelden en informatie te delen tussen de radiologiediensten onderling, en deze informatie ook vlot beschikbaar te maken voor de andere afdelingen, wordt steeds groter. De ICT-infrastructuur moet dus geconsolideerd worden.

Dankzij het 'Integrated Regional Care'-aanbod – met als basiscomponenten IMPAX Data Center, de digitale opslagplaats voor beelden en de software om deze beelden op te halen, onze PACS, RIS en integratietechnologieën – heeft Agfa HealthCare alles in huis om aan deze behoeften tegemoet te komen.

PLUS: Wat vond je zo aantrekkelijk aan je nieuwe job?

GENADY: Ik voelde me aangetrokken tot de Europese markt. Mijn ervaringen in Canada en de V.S., waar ons 'Integrated Regional Care'-concept bleek aan te slaan, hebben me ervan overtuigd dat dit concept ook succes zal hebben in Europa. Ik hoop alleen dat de economische crisis de Europese ziekenhuizen niet zal verhinderen om te investeren in 'Integrated Regional Care'. Een tweede reden om deze job te aanvaarden en de oceaan over te steken, is dat ik ervan houd om verschillende culturen te leren kennen en nieuwe ervaringen op te doen. Ik ben dan ook erg blij dat mijn vrouw en mijn 7-jarige dochter, Nia, samen met onze kersverse dochter, Erin, enthousiast waren om mee de oversteek te wagen naar België.

PLUS: Succes!



WK-kampioen André Aertgeerts komt ten val

Zo dicht kunnen geluk en ongeluk bij elkaar liggen. Op 7 augustus jongstleden fietste collega André Aertgeerts van de afdeling Telecom zich naar de ICF-wereldtitel in de categorie 50+ in het Nederlandse Hoofdplaat. In de laatste ronde reed André weg uit een kopgroep van 18 amateur-renners om solo de aankomst te bereiken.

Nog geen twee weken later vernamen we echter dat André bij een fietsongeluk zwaar ten val was gekomen. Hij werd met een gebroken nek- en ruggewervel in het AZ Leuven opgenomen.

We hadden onze collega graag van harte gefeliciteerd met het behalen van zijn welverdiende regenboogtrui, maar we hopen nu vooral dat hij vlug weer de oude wordt en wensen hem bij deze veel sterkte bij zijn revalidatie!



Zoon van collega Frieda De Haes naar OS'12

Mountainbiker Kevin Van Hoovels, zoon van collega Frieda De Haes (HealthCare), heeft als eerste Belgische mountainbiker een selectie kunnen afdwingen voor de Olympische Spelen in Londen volgend jaar. Dat deed hij begin september op het WK mountainbiken in Champéry in Zwitserland.

Kevin eindigde er knap 15de, ondanks een val en een lekke band in de laatste ronde. Ook hier welgemeende felicitaties aan Kevin en zijn supporter nr. 1, Frieda!



Agfa haalt goud en brons!

Van 22 tot 26 juni vonden in Hamburg de 18de Europese (zomer) Bedrijfsspelen plaats. 6.900 atleten, nooit waren het er zo veel, uit 24 verschillende landen namen het tegen elkaar op in 25 verschillende sporttakken. België was met 205 deelnemers zeer sterk vertegenwoordigd. Onder hen bevond zich de volleybalploeg van Agfa die aantrad in de categorie Heren +40. Agfa moest er aantreden tegen ploegen uit Kroatië, Letland, Duitsland en België. Er werd telkens gespeeld naar 2 winnende sets.

De Duitsers en Belgen werden verslagen met 2-0. Tegen de Letse ploeg zat er in de tweede set winst in, maar het mocht niet zijn. De Kroaten (ex-profs) waren een maatje te sterk voor het Agfa-team. Kroatië won uiteindelijk goud, Letland zilver en Agfa behaalde een mooie bronzen medaille; de enige Vlaamse ploeg met een medaille.

Vermelden we zeker ook Judy Claes, aangesloten bij de Agfa-atletiekvereniging die maar liefs 3 gouden medailles behaalde. In het totaal behaalden de Belgische atleten 14 gouden, 3 zilveren en 12 bronzen medailles.





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 via e-mail: **plus@agfa.com** of naar **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 **Leden van de familiezaak?**
- B **Moeilijkheden bij het lijnen.**
- c De belangrijkste autorace van het jaar in de VS wordt op dit circuit gereden.
- D **Om terug te komen moet je het opnieuw reinigen.**
- E De hoofdstad van de provincie Rogaland en het centrum van de Noorse olie-industrie.
- F Zijn meest gebruikelijke uitspraak is: "Ik krijg jullie wel, ellendige Smurfen!"
- G Andere naam voor 'Het nieuw arlequinspel' een spel waarbij met een kaart en twee gewone dobbelstenen wordt gespeeld.
- H Frans schrijver, filosoof en kunstcriticus uit de 18de eeuw en co-auteur van een befaamde encyclopedie.
- I **Dat lekker kippetje is toch ook een slons.**
- J Marihuana roken.
- K Een van de twee nationale officiële talen van India en tevens een van de meest gesproken talen ter wereld.
- L Stikstof.

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

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

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. Per e-mail naar **plus@agfa.com**, per binnenpost naar **8933**. Succes!

Gewoon je best doen

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

Nooit opgeven!

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