



42



Lighthouse, op weg naar een nieuw operationeel model

Van in 'ons kot'
tot bij de klant



4

Lighthouse, op weg naar een nieuw operationeel model



7

Van in 'ons kot' tot bij de klant



11

De koers



12

Kandrup bespaart tijd en geld met Eclipse-drukplaten



15

Remote control: 100%



16

Voor onze beste vrienden



18

Meer productiecapaciteit voor inkjetinkten



20

De bijen van Agfa



22

Water: te kostbaar om te verspillen



26

Drie nieuwe slechtvalken vliegen uit



28

Dikketruieindag: u deed mee



30

Buiten dienst: Lieve Vandevelde en Eddy Gybels

Colofon



nr. 42 – juli 2020



PLUS nr. 43 verschijnt in september 2020

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, Shutterstock

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Birgitte Baten, Eva De Herdt, Maria Dom, Eddy Gybels, Marc Hofman, Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Kristien Van Hoof, Guy Vandecraen, Lieve Vandevelde, Werner Vandevelde.

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

Albe De Coker, Hoboken
Gedrukt op multi art silk FSC 135gr

VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus – Franselei 3 – 2950 Kapellen



Beste collega,

Het eerste kwartaal kort samenvatten was nooit eenvoudiger: COVID-19. Dit nieuwe virus heeft het leven zoals we het kenden en de manier waarop we gewoon waren te werken volledig op hun kop gezet. Door de vele lockdown-maatregelen viel de globale wereldeconomie nagenoeg volledig stil om pas tegen het einde van het tweede kwartaal zeer geleidelijk aan weer op gang te komen. Om als bedrijf operationeel te blijven, hebben we daar snel op moeten inspelen, te beginnen met de noodzakelijke veiligheids- en gezondheidsmaatregelen.

Hiertoe hebben we op elk van jullie een beroep gedaan met – het moet gezegd – niet altijd populaire maatregelen. Wij hebben onmiddellijk niet-essentiële uitgaven en investeringen opgeschort. Met onze kredietverleners werden afspraken gemaakt voor de financiering van onze onderneming. Het topmanagement leverde een percentage op zijn loon in en bonussen werden uitgesteld. Waar het niet anders kon hebben we in de verschillende landen waarin we actief zijn gedeeltelijk tijdelijke werkloosheid ingevoerd.

Ondanks een zekere impact van COVID-19 op onze activiteiten in de drukindustrie leverden we stevige resultaten en genereerden we sterke kasstromen in het eerste kwartaal. Ons programma ter vermindering van het werkkapitaal bleef succesvol, wat ons in staat stelde om onze netto financiële schuld voort te doen dalen tot een heel gezond niveau.

De divisies Radiology Solutions en HealthCare IT hielden in het eerste kwartaal goed stand in toch wel onzekere economische omstandigheden. Anderzijds begonnen bepaalde activiteiten in de drukindustrie de impact van de COVID-19-pandemie reeds te voelen. Deze nieuwe uitdaging komt bovenop de al moeilijke omstandigheden in deze industrie.

Maar er was ook goed nieuws. Begin mei sloten we met succes de verkoop af van een deel van onze HealthCare IT-activiteiten aan de Dedalus Groep voor een ondernemingswaarde van 975 miljoen euro. Dit zal ons de nodige ruimte te geven om enerzijds de pensioenverplichtingen aan te pakken en anderzijds om het operationeel model van de Groep en in het bijzonder van de divisie Offset Solutions te herzien. Met dit transformatieproject willen we in de eerste plaats de rendabiliteit van de Offset-divisie herstellen. Op het niveau van de Groep willen we de concurrentiekracht verhogen. Om dit te realiseren moeten we

de Agfa-Gevaert Groep omvormen tot een kostenefficiënte en waardecreërende, maar bovenal wendbare en minder complexe onderneming die in staat is zich aan te passen aan de veranderende marktomstandigheden. Verder in dit nummer verneem je meer over het transformatieproject van Luc Delagaye, president Offset Solutions, en Peter van den Dorpel, Chief Transformation Officer.

Ik zei in het begin van dit editoriaal al dat COVID-19 onze wereld en onze manier van werken volledig op hun kop heeft gezet. Dat kan beangstigend en verlamvend werken. Anderzijds is het ook het moment bij uitstek om de uitdaging aan te gaan en onze processen kritisch onder de loep te leggen. We kunnen nu nieuwe, inventieve werkwijzen bedenken en uitproberen. Zo was ik zeer blij te zien dat collega's van Radiology Solutions er in slaagden om de ingebruikname van een Enterprise Imaging Platform 100% vanop afstand te begeleiden. Zo las ik ook dat bij gebrek aan direct contact met de klant onze Inkjet-collega's hun eigen virtuele demoroom creëerden. En zo zijn er nog veel mooie voorbeelden van goed ondernemerschap waarover je in dit nieuwe PLUS-nummer meer kan vernemen.

Ik dank jullie allen voor jullie inzet en doorzettingsvermogen in deze bijzondere tijden. Een speciale dank gaat uit naar zij die de productie draaiende wisten te houden en zij die onze klanten bleven bevoorraden en ondersteunen. Samen werken we aan onze toekomst. Ik wil opnieuw besluiten met een warme oproep om goed voor jezelf en voor elkaar te blijven zorgen.

Pascal Juárez



Op weg naar een nieuw operationeel model

LIGHTHOUSE

Na de publicatie van de eerste kwartaalcijfers kondigde CEO Pascal Juéry een allesomvattend transformatieproject voor de Agfa-Gevaert Groep aan. Het wereldwijde project kreeg de naam Lighthouse. Het doel is tweërlei: enerzijds willen we het operationeel model van de Groep herzien en anderzijds willen we de rendabiliteit van de Offset-divisie herstellen. PLUS sprak hierover met Luc Delagaye, president Offset Solutions en projectsponsor, en met Peter van den Dorpel, Chief Transformation Officer.

PLUS: Wat houdt het Lighthouse-project juist in?

PETER VAN DEN DORPEL: Het Lighthouse project heeft twee duidelijke doelstellingen. Algemeen gezien gaan we het operationele model van de Agfa-Gevaert Groep opnieuw uittekenen. Onze onderneming is te complex. Als we een wendbare, competitieve en winstgevendende organisatie willen zijn, moeten we de onderneming absoluut vereenvoudigen. De eerste en belangrijkste vraag die we ons moeten stellen is: wat gaan we doen op het niveau van de onderneming en wat op het niveau van de divisies. Laat ik enkele voorbeelden geven: boekhouding, pensioenen,... dit zijn activiteiten die typisch op bedrijfsniveau moeten worden beheerd. R&D daarentegen, hoort veel dichterbij de businessactiviteiten. Dus dat is de oefening die we nu moeten maken. Definiëren wat tot het bedrijfsniveau behoort, en wat tot het divisieniveau. Wie neemt de verantwoordelijkheid voor wat? We zullen daarom alle verschillende processen en verantwoordelijkheden kritisch onderzoeken en herdefiniëren. We zullen de divisies in staat stellen zich te richten op hun belangrijkste doel: het genereren van omzet. Bovendien moeten we bepalen met wat voor soort organisatie we dat gaan doen. Gaat het via een strikte divisiestructuur die ons misschien sterker maakt of gaan we op zoek naar meer synergie op het vlak van HR, logistiek, R&D, ... om zo schaalvoordelen te creëren? Al deze zaken komen aan bod bij het bepalen van het te realiseren model.

PLUS: De tweede doelstelling richt zich specifiek op de divisie Offset Solutions. Waarom?

PETER VAN DEN DORPEL: Met Offset Solutions moeten we sneller schakelen. Je moet geen visionair zijn om te zien dat de offsetmarkt onder grote druk staat. Deze markt krimpt al geruime tijd. De concurrentie is er bikkelhard en de prijserosie groot. Snel handelen is dan de boodschap. We moeten voor Agfa uitmaken welke toekomst we voor deze divisie zien. Waar en hoe kunnen wij nog waarde creëren voor onze klanten? Doen we dat op eigen houtje, of zoeken we naar verdere samenwerkingsverbanden? Als we dat bepaald hebben, kunnen we een plan van uitvoering opstellen waarmee de Agfa-teams aan de slag kunnen.



PLUS: *De mindere resultaten waar we nu mee worden geconfronteerd zijn toch ook deels te verklaren door de wereldwijde pandemie die we nu doormaken.*

LUC DELAGAYE: Dat klopt. Maar de realiteit is dat COVID-19 het digitaliseringsproces in de offsetmarkt alleen maar versneld heeft. We mogen er ook van uit gaan dat dit grotendeels niet zal worden teruggedraaid eens het virus overwonnen is. Mensen lezen nu nog meer digitaal dan voorheen. Een voorbeeld: de Murdochgroep, een van de grootste mediagroepen ter wereld, gaat honderd lokale krantentitels niet langer in gedrukte versie aanbieden. Kijk naar je brievenbus en je stelt vast dat de hoeveelheid reclameblaadjes heel wat kleiner is geworden. We weten dat de offsetmarkt voortdurend krimpt, maar door COVID-19 zijn we nu ineens op een niveau beland dat eigenlijk pas in 2024 verwacht werd. Daarom moeten we nu ingrijpen en onze strategie voor de toekomst van deze divisie aanpassen aan de nieuwe omstandigheden. Laat ons niet uit het oog verliezen dat Offset Solutions nog steeds 37% van de Groepsomzet vertegenwoordigt. De divisie is echter niet rendabel, integendeel.

PLUS: *Analisten en journalisten stellen vaak dat Agfa een onderneming is die zich eigenlijk voortdurend in een transformatieproces bevindt.*

LUC DELAGAYE: Het klopt dat een onderneming met de omvang van de Agfa-Gevaert Groep zich in een haast

permanente toestand van transformatie bevindt. Dat was vroeger zo en dat is nu niet anders. Wij zijn actief in zeer verschillende markten die elk hun eigen dynamiek hebben. Zo hebben we in de voorbije 25 jaar heel wat nieuwe markten ontgonnen en nieuwe technologieën omarmd. Onze huidige drukplaten-technologie en de inkjetactiviteiten zijn hiervan goede voorbeelden.

“Lighthouse gaat over het vereenvoudigen van de onderneming”

Peter van den Dorpel

wisselende marktomstandigheden of -evoluties. En dat is – zo blijkt vandaag meer dan ooit – nodig om de toekomst van onze onderneming veilig te stellen.

PLUS: *Is de recent aangekondigde sluiting van de productiecentra voor drukplaten in Pont-à-Marcq en Leeds een eerste onderdeel van het Lighthouse-project?*

LUC DELAGAYE: Dit is in de eerste plaats een onderdeel van onze al bestaande strategie om de activiteiten voortdurend aan te passen aan de marktomstandigheden. Om onze drukplaatactiviteiten in de toekomst op een duurzame manier te kunnen voortzetten, moeten we onze wereldwijde productiefaciliteiten op de meest efficiënte en competitieve manier reorganiseren. Beide fabrieken produceren Agfa's Thermofuse-drukplaten, een product waarnaar de marktvraag aanzienlijk

afneemt. De geplande sluitingen zijn dus geen onderdeel van het Lighthouse-project, maar anderzijds hebben zowel de sluitingen als Lighthouse hetzelfde doel voor ogen, namelijk: de toekomst van de Agfa-Gevaert Groep veiligstellen.

PLUS: In welke mate sluit Lighthouse aan bij het Grow-project?

LUC DELAGAYE: Beide projecten zijn gericht op de toekomst van Agfa, op het creëren van een sterkere, slimmere en betere onderneming. In die zin sluiten ze dus bij elkaar aan. Het gebied waarop de beide projecten werken is echter zeer verschillend. Lighthouse heeft betrekking op onze manier van werken, het operationele. Hoe gaan we ons organiseren? Hoe maken we onze onderneming en haar systemen efficiënter, flexibeler, rendabeler en vooral eenvoudiger? Grow daarentegen werkt in de eerste plaats aan een nieuwe bedrijfscultuur en vertrekt daarbij vanuit de kwaliteiten van de medewerkers en de teams. Tussen haakjes de vier beoogde behaviours van Grow zijn niet in tegenspraak met de doelstellingen van Lighthouse.

“Onze onderneming moet efficiënter, flexibeler, rendabeler, maar vooral ook eenvoudiger worden.

Luc Delagaye

PLUS: Vanwaar de naam Lighthouse voor het project?

PETER VAN DEN DORPEL: In het Nederlands betekent Lighthouse vuurtoren of lichtbaken. Het staat symbool voor een ankerpunt in de reis die deze onderneming – ondertussen al ruim 150 jaar – maakt. Het is een lichtpunt dat onze richting bepaalt en dat ons vertrouwen geeft in de koers die we volgen. Zeker in de huidige, economisch woelige wateren.

PLUS: Wat mogen we nu verder verwachten?

LUC DELAGAYE: Eind mei werd het startschot voor Lighthouse gegeven. In de kick-off-meeting maakten de vertegenwoordigers van de verschillende divisies, corporate centers en shared services kennis met het project. In de volgende fases zullen de verbeteringsdoelstellingen en de hiertoe benodigde middelen worden gedefinieerd waarna er een blauwdruk kan worden gemaakt van het beoogde operationele model. Dit plan wordt vervolgens voorgelegd aan de Raad van Bestuur. Na goedkeuring kan dan met de uitvoering begonnen worden in het vierde kwartaal van dit jaar.



Online events. Agfa zit niet stil.



Van in 'ons kot' tot bij de klant



Nu alle beurzen en conferenties uitgesteld of zelfs afgelast zijn door de coronacrisis, grijpen bedrijven naar alternatieve manieren om hun (potentiële) klanten te bereiken. Zo ook Agfa. Om de recentste productontwikkelingen toe te lichten, expertise te delen en bedrijven en ziekenhuizen te ondersteunen, werden de voorbije maanden verschillende nieuwe initiatieven op poten gezet en bestaande uitgebreid. Sommige zijn ongetwijfeld blijvers. Een overzicht.

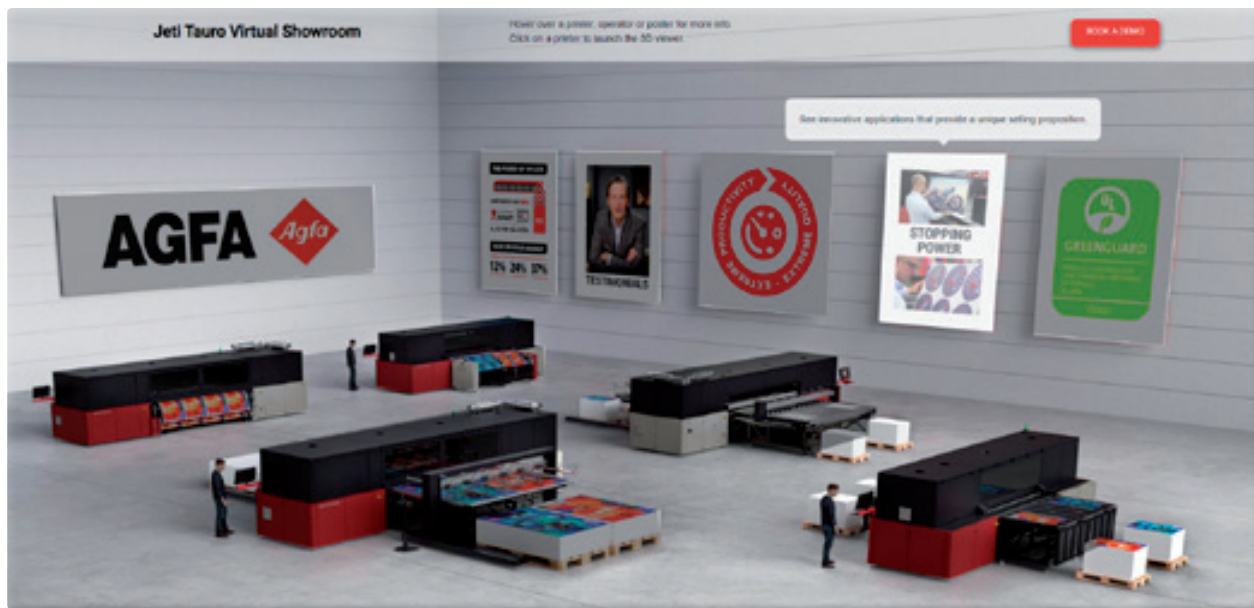
Support webinar

Onder de noemer #countonus zetten verschillende landen en regio's gratis webinars op over diverse onderwerpen, in verschillende talen. Sommige webinars gaan dieper in op de kenmerken en voordelen van producten, andere helpen bestaande klanten om meer functionaliteit te halen uit hun Agfa-producten of om efficiënter te gaan werken. Wie de webinars bijwoont, kan de Agfa-experts naar hartenlust bestoken met vragen. Hier worden de webinars voor de grafische industrie gebundeld: www.agfa.com/printing/know-how/online-training-demos. Wie zijn gading niet vindt, kan ook een webinar op maat aanvragen.

Longonderzoek

Onze Radiology-collega's uit Colombia hebben met een reeks succesvolle webinars aangetoond hoe efficiënt een klantgerichte benadering kan zijn. Samen met het *Colombian College for Radiology* stelden ze een lijst van thema's en trainingsnoden op die belangrijk zijn om de COVID-19-pandemie het hoofd te bieden, en die nog niet door andere webinars in de regio werden behandeld. Aan de hand van die lijst werkten ze drie webinars uit waarin basis- en technische informatie over longonderzoeken gecombineerd werd met tips & tricks om het meeste uit Agfa's oplossingen en software voor radiologie te halen. In de laatste webinar werden radiologen aan het woord gelaten die hun ervaringen en *best practices* deelden. In totaal namen er maar liefst 1.800 radiologen deel.





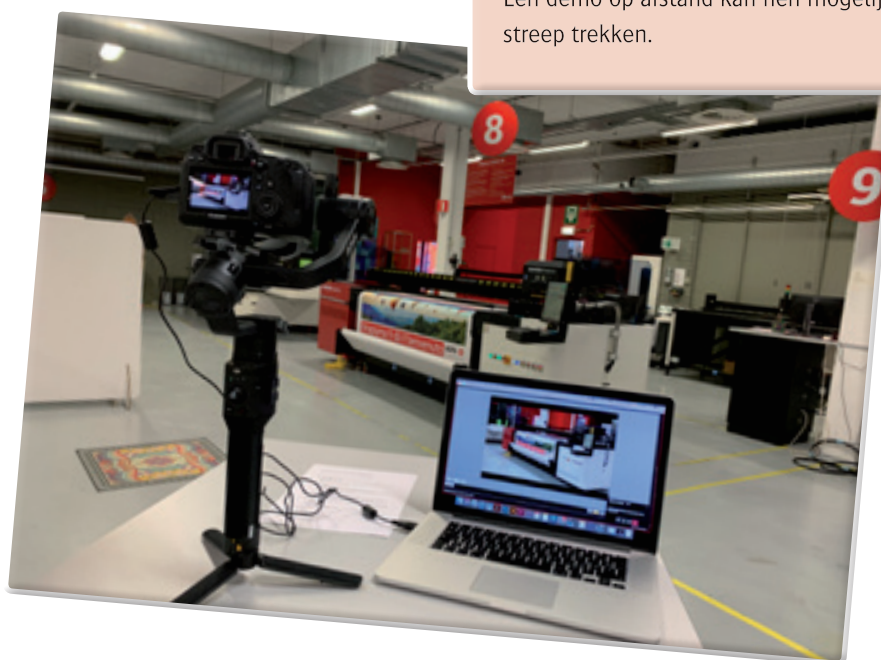
Virtuele showroom voor Inkjet

Alle Jeti Tauro-grootformaatinkjetprinters zijn sinds enige tijd te bewonderen in een virtuele showroom: www.agfa.com/int/tauro-virtual-showroom/

Bezoekers kunnen de printers in een 3D-view laten roteren om ze langs alle kanten te bekijken. Ze kunnen ook doorklikken naar extra info. Via de posters op de muren van de virtuele showroom beland je bij gefilmde of geschreven gebruikersverhalen, filmpjes over bepaalde druktoepassingen en extra info over de inkten of over de voordelen van UV LED-technologie.

Vanuit de virtuele Jeti Tauro-showroom kunnen geïnteresseerden onlinedemo's voor alle grootformaat-inkjetprinters boeken. Sommige van deze live gestreamde demo's zijn voor groepen, andere worden volledig op maat van één Sign & Display-drukkerij gemaakt. De operator geeft uitleg en de potentiële klant kan vragen stellen terwijl de machine ondertussen zijn eigen bestanden print.

Dit soort demo's zal zeker ook na de COVID-19-crisis interessant blijven. Voor veel bedrijven uit Italië, Polen, Zuidoost-Europa, Griekenland en Spanje is de kost van een vliegtuigticket en de reistijd naar België immers een grote drempel om een demo bij te wonen. Een demo op afstand kan hen mogelijk over de streep trekken.



Synaps

THE NEWS

THE LATEST ESSENTIALS ABOUT SYNAPS

Nieuwsbrief

De distributeurs van SYNAPS krijgen sinds het begin van de lockdown een tweewekelijkse nieuwsbrief in hun mailbox.

'THE NEWS' wil in eerste instantie compenseren voor het verbod op fysieke bezoeken van de verkoopmensen, om zo de goede contacten niet te laten verwateren. Elk nummer opent met een stand van zaken van de grafische industrie in deze COVID-19-tijd in een land waar SYNAPS verdeeld wordt. De input hiervoor wordt geleverd door de distributeur in dat land. Daarna volgen nuttige tips en suggesties voor het virusveilige gebruik van SYNAPS, voorbeelden van nieuwe applicaties en informatie over de sterktes van SYNAPS. De newsletter sluit af met een vaste 'DID YOU KNOW'-rubriek.



Best practices

Agfa droeg ook bij aan webinars van derde partijen. Zo sponsorde Radiology Solutions de AHRA (Association for Medical Imaging Management)-webinar 'Navigating the Changing Landscape: Radiography in Times of a Pandemic'. Tijdens deze webinar op 3 juni deelden radiologen hun inzichten over de impact van COVID-19 op hun ziekenhuizen. Ze vertelden hoe hun verschillende afdelingen dit hebben aangepakt en hoe ze zich voorbereiden op een mogelijke tweede uitbraak.

Studio 4D48

Van 18 tot 26 juni, de oorspronkelijke periode voor de grootste grafische vakbeurs *drupa*, hield het Offset Marketing-team een heus virtueel evenement. Onder de noemer Studio 4D48 – een verwijzing naar wat Agfa's standnummer op *drupa* zou geweest zijn – kregen potentiële klanten een overzicht van Agfa's nieuwste ontwikkelingen voor de verschillende segmenten binnen de offsetdruk-industrie. Tijdens deze zesdaagse reeks van webinars wisselden presentaties van experts, gefilmde klantengetuigenissen en vragensessies elkaar af. Twee dagen voor de start werd de vakpers uitgenodigd voor een sneak preview.

Meer info op www.studio4d48.com.





Agfa schenkt iPads aan Multiversum

Als gevolg van de COVID-19-pandemie zijn heel wat mensen in een diep isolement geraakt. Denk maar aan de bewoners van rusthuizen of patiënten in ziekenhuizen en psychiatrische instellingen. Om toch nog een beetje contact te kunnen onderhouden met de buitenwereld zijn pc's, laptops of tablets uitermate geschikt. Dat zette onze collega's van de afdeling marketingcommunicatie van HealthCare IT aan het denken. Ergens in een kast lag nog een zestal verouderde tablets van vroegere events stof te vergaren. Niet meer geschikt voor onze toepassingen, maar mits een kleine update waren ze zeker nog goed genoeg om bijvoorbeeld te skypen of facetimen. Agfa's bedrijfsarts Kristien Van Hoof trok met de tablets richting Multiversum in de Deurnestraat en overhandigde ze aan Lieve De Backer, beleidsarts voor de cluster adolescenten. Die nam de tablets maar wat graag in ontvangst.

Het Multiversum verleent in de Antwerpse regio gespecialiseerde zorg aan mensen met een ernstige psychiatrische aandoening. De zorggroep omvat een psychiatrisch ziekenhuis, psychiatrische verzorgings-
tehuizen en twee Initiatieven Beschut Wonen.



Ierse WebPrint automatiseert met Agfa's PrintSphere

De Ierse kranten- en magazinedrukkerij WebPrint gebruikte traditionele FTP-servers om klantenbestanden binnen te halen en automatisch door te sluizen naar hun Arkitex Production-workflowsoftware voor de drukplaat-productie. Vorig jaar begon het bedrijf Agfa's PrintSphere-software te testen.

"Vanaf het begin geloofden we dat PrintSphere verschillende problemen met de FTP-transfer kon oplossen en een veiliger en stabiel platform zou bieden", zegt productiemanager Barry Noonan. "Het duurde slechts tien minuten om het systeem op te zetten. Ondertussen hebben we al onze klanten probleemloos overgezet op PrintSphere. Ze zijn verbaasd over de snelheid van de bestandsuitwisseling."

In een volgende stap werd het systeem volledig geautomatiseerd en verbonden met WebPrint's Arkitex Production-workflow van Agfa. "We hebben nu een simpel, doeltreffend, veilig en volledig automatisch systeem", zegt Barry. "Daarenboven is er een back-up van alle klantenbestanden in de cloud, voor het geval er iets mis zou gaan. Dankzij dit disaster recovery-systeem kunnen alle bestanden te allen tijde gedownload worden om opnieuw gedrukt te worden op dezelfde locatie, of bij een partner indien nodig. Onze ervaring met PrintSphere is zeer positief. Het is handig in gebruik en vereist weinig onderhoud."



De koers

Enmaal per kwartaal geeft PLUS u een kort overzicht hoe ons aandeel het in de voorbije periode gedaan heeft. We doen dat onder meer aan de hand van wat de analisten van de Agfa-resultaten vinden.



Een transparante communicatie werkt het best

Op 12 mei publiceerde Agfa de resultaten voor het eerste kwartaal. Gezien de omstandigheden en in vergelijking met sommige concurrenten waren die best oké. Als je in deze stormachtige coronatijden een (zij het kleine) nettowinst, sterke kasstromen en een aanzienlijk gedaalde netto financiële schuld kan voorleggen, dan mag je je even op de borst kloppen. Ter vergelijking (maar zonder leedvermaak): eeuwige concurrent Kodak meldde op dezelfde dag een nettoverlies van 111 miljoen US dollar en negatieve kasstromen.

De financiële analisten beaamden dat Agfa's resultaten beter waren dan ze hadden verwacht. Guy Sips van KBC Securities feliciteerde CEO Pascal Juéry op de traditionele telefoonconferentie zelfs met het – in zijn woorden – erg goede eerste kwartaal.

Desondanks zakte het aandeel op de dag van publicatie met zo'n 1,8%. De volgende dag werd dat verlies nog verder uitgediept. Hoe kan dat? Reden nr. 1 is natuurlijk de impact van COVID-19 op de financiële markten in het algemeen. Samen met de rest van de financiële markten is ons aandeel in waarde gedaald. Reden nr. 2 heeft te maken met de marktsegmenten waarin je actief bent. In welke mate worden zij beïnvloed door de pandemie? Het is duidelijk dat dit in ons geval een gemengde impact is. De drukkerijsector en de industriële sector worden sterk beïnvloed in vergelijking met de gezondheidssector. Tot slot hangt op bedrijfsniveau veel af van hoe je op de nieuwe situatie reageert en hoe je met je stakeholders communiceert. Die communicatie moet altijd open en

transparant zijn, maar ook gelijktijdig met al je stakeholders. Dat betekent niet alleen de financiële markten, maar ook het personeel, de klanten,...

In het persbericht over de kwartaalresultaten en tijdens de telefoonconferentie achteraf was Pascal Juéry heel open over de gevolgen van de COVID-19-pandemie op onze activiteiten. Enerzijds bieden de activiteiten in de gezondheidszorg goed weerstand, maar anderzijds werden de activiteiten in de grafische sector wel sterk geraakt. Juéry voorspelde ook dat de impact van COVID-19 op Agfa's offset- en inkjetactiviteiten de volgende kwartalen nog sterker zichtbaar zal zijn. Hoewel dit alles geen verrassing zou mogen zijn voor wie vertrouwd is met de grafische industrie, kon het dit voor sommige beleggers net wel zijn, wanneer ze deze informatie zwart op wit op papier zagen staan.

Tijdens de telefoonconferentie kwamen er ook vragen over hoe Agfa de 975 miljoen euro zal besteden die het ontving bij de verkoop van een deel van de HealthCare-IT-activiteiten. Agfa heeft met dit geld drie prioriteiten: het afbouwen van langlopende verplichtingen (met name pensioenlasten); investeren in de toekomst van de onderneming; en de aandeelhouders belonen voor hun vertrouwen. Juéry was echter heel duidelijk: in deze turbulente periode ligt de focus op de eerste twee prioriteiten. Lees: aandeelhouders moeten niet meteen een dividend of een andere beloning verwachten. Al kan dat in een latere fase uiteraard wel nog.





Kandrup bespaart tijd en geld met Eclipse-drukplaten

De Deense drukkerij Kandrup schakelde onlangs over op Agfa's innovatieve procesloze drukplaat Eclipse. Ze zijn uitermate tevreden over de plaat, niet alleen omdat die hun pers schoonhoudt, maar ook wegens het superieure beeldcontrast en de uitstekende krasbestendigheid.

Het bijna honderd jaar oude familiebedrijf Kandrup Bogtrykkeri A/S is gevestigd in de Deense hoofdstad Kopenhagen. De onderneming voert een groot aantal commerciële drukopdrachten uit, zowel in offset- als in digitaaldruk. Ze zorgt ook voor lay-outs en voor de afwerking van het drukwerk. Kandrup is al meer dan tien jaar klant bij Agfa. De drukkerij bezit een volledige prepressoplossing van Agfa, bestaande uit een plaatbelichter, drukplaten met bijpassend vochtwateradditief en software voor workflowbeheer, impositie en kwaliteitsverbetering.



Indrukwekkende prestatie

Na een uitvoerige testfase, waarbij de drukkerij ook feedback kon geven over haar ervaringen, schakelde ze in de herfst van 2019 over van haar vorige procesloze drukplaat naar de nieuwe Eclipse, samen met de ANTURA fount AFS2-H. Thomas Thomsen, de eigenaar van Kandrup, zegt: “De drukplaat heeft een uitstekend en stabiel beeldcontrast. Zo kunnen er absoluut geen vergissingen gebeuren op de pers. De krasbestendigheid is ook zeer goed, en we zien geen vingerafdrukken op de plaat.”

Thomsen is ook enthousiast over de prestaties op de pers. “We zien aanzienlijke verbeteringen. Naar schatting is de opstart van de pers 40% sneller dan vroeger. We moeten geen tijd of geld verspillen om platen te hermaken, of omdat de pers onvoorzien stilligt. De platen presteren gewoon perfect. De papierinschiet bij de opstart is ook ongeveer 15% lager. Daarenboven resulteert de combinatie van de Eclipse-drukplaten met de ANTURA fount in een stabielere inkt-waterbalans en meer speling bij het drukken.”

De bovenlaag van Eclipse verdwijnt met de eerste vellen papier en vervuult dus de pers niet. Bijgevolg is er minder onderhoud nodig. Thomsen: “Er zit geen bezinksel in

ANTURA fount AFS2

ANTURA fount AFS2 is een fountain solution voor vellenoffsetpersen met FOGRA-label. Ze is geschikt voor het drukken zonder, of met een laag gehalte aan alcohol (maximum 8%). Ze garandeert een snelle opstart, een beperkte papierinschiet en een goede inkt-waterbalans.



ECO³

Agfa verbindt zich tot duurzame innovatie met de focus op ecologie, rendabiliteit en extra gebruiksgemak – of ECO³. De apparatuur, software en verbruiksgoederen maken zowel de drukvoorbereiding als het drukken zelf schoner, kostenefficiënter en gemakkelijker te bedienen en onderhouden.

Het ultieme doel? Meer waarde creëren voor de drukkerij in al haar geledingen!

de perstank, aangezien de coating overgezet wordt op de eerste vellen papier en dus uit de pers verdwijnt. Daardoor moeten we de filters minder vaak schoonmaken. Het vochtwaterbad gaat meer dan dubbel zo lang mee met Eclipse. We schatten dat dit ons jaarlijks een besparing van 25% oplevert.”

Doorgedreven kleurconsistentie

Sinds een aantal jaren maakt Kandrup gebruik van Agfa's InkTune-software, die deel uitmaakt van de ECO³-strategie. De software verbetert zowel beeldkwaliteit als kleurconsistentie, terwijl hij ook inkt bespaart door een deel van de CMY-inkten te vervangen door zwarte inkt. “InkTune biedt ons een aantal voordelen in de productie. Dankzij InkTune zien we een verbeterde kleurconsistentie tijdens drukopdrachten, vooral op niet-gecoat papier. We zien ook dat er minder inkt overgedragen wordt op de andere vellen dankzij de dunnere inktlaag, die sneller droogt. Ik moet wel toevoegen dat deze verbeteringen mede het resultaat zijn van een intense samenwerking met het Plate Support System-team van Agfa, en hun hulp bij het optimaliseren van onze perscurves,” zegt Thomsen.





Thomsen hecht veel waarde aan de service en ondersteuning die Kandrup van Agfa krijgt. “De medewerkers bij Agfa bespreken nieuwe trends en ontwikkelingen met ons, geven ons advies, doen voorstellen en delen tips en tricks. We werken uitstekend samen. De producten zijn betrouwbaar en de service is uitstekend, zowel voor de apparatuur, de drukplaten als de software. Het is erg belangrijk voor ons om een partner te hebben die ons begrijpt, die ons kan helpen – van op afstand of bij ons – en die steeds klaarstaat voor ons.”



InkTune

InkTune is een krachtig softwarepakket waarmee drukkerijen tot 30% kunnen besparen op inktkosten, terwijl de droogtijden ingekort worden. InkTune verbetert ook de kleurstabiliteit op de pers, evenals de beeldkwaliteit en -consistentie – waardoor de pers sneller op kleur is en er minder papier verloren gaat. InkTune maakt deel uit van de drukvoorbereidingsworkflow.



Virtuele bijeenkomst is voltreffer!

Radiology Solutions: Spring market summit 2020

Van 5 tot 8 mei organiseerden onze marketingcollega's van de divisie Radiology Solutions hun jaarlijkse Radiology Spring Market Summit. Wereldwijd namen ongeveer 80 collega's deel. Omwille van de COVID-19-pandemie was het onmogelijk de gebruikelijke face-to-face meeting te organiseren. Dit werd echter aangegrepen als een mooie kans om te experimenteren met een worldwide online event. Het resultaat mocht er zijn: het werd een succesvolle editie met veel interactie en dynamiek.

Het goedgevulde, informatieve programma werd afgewisseld met leuke, ontspannende activiteiten. Behalve de resultaten en toekomstperspectieven van de divisie werden ook de lopende campagnes besproken; de regio's deelden dan weer hun 'best practices'.

R&D-collega's demonstreerden zes lopende innovatieprojecten en carroussels werden gebruikt als platform voor constructieve discussies tussen regio's en HQ. Ook CEO Pascal Juéry en bestuurder Helen Routh deelden enkele waardevolle inzichten met de groep.

Naast het afwerken van een goedgevulde agenda, hebben onze collega's in deze eerste online editie bewezen dat ze zich snel kunnen aanpassen aan veranderende omstandigheden en dat met de nodige creativiteit ook online nuttige en aangename workshops kunnen worden verzorgd.





Remote control: 100%

Agfa HealthCare ondersteunt vanop afstand de ingebruikname van Enterprise Imaging in het Children's Minnesota Hospital

In oktober 2019 tekenden Agfa HealthCare en het Children's Minnesota Hospital (VS) een contract voor de integratie van de cardiovasculaire IT-systemen van de ziekenhuisgroep in Agfa HealthCare's Enterprise Imaging Platform. Vijf maanden later werd het systeem zoals gepland in gebruik genomen, in volle COVID-19-crisis.



Door de COVID-19-pandemie was de ziekenhuisgroep genoodzaakt om de toegang van leveranciers tot haar vestigingen te beperken. Je zou denken dat dit de ingebruikname van grote IT-installaties zoals het Enterprise Imaging Platform aanzienlijk zou vertragen. Het team van Agfa HealthCare en Children's Minnesota dachten daar anders over. Omdat ze de oplossingen van Agfa HealthCare al kenden en omdat ze vertrouwden op de knowhow en de toewijding van de Agfa HealthCare-teamleden, waren de managers van Children's Minnesota er gerust in dat de ingebruikname ondanks COVID-19 volledig volgens plan zou kunnen doorgaan.

En zo gebeurde het ook. Het Agfa HealthCare-team werkte zich uit de naad om van de ingebruikname een succes te maken. Ze ondersteunden het hele proces vanop afstand zonder de vestigingen van de ziekenhuisgroep te bezoeken. Samen slaagden de teamleden er in om de eerste volledig van op afstand ondersteunde ingebruikname van een Enterprise Imaging-systeem te realiseren.

Proficiat aan het team dat dit heeft waargemaakt: Jen Swan, Scot Deschane, Raf Philtjens, Karla Owens, John Chan en Scott Christensen.



Children's Minnesota is een van de grootste zelfstandige pediatrie zorgsystemen in de Verenigde Staten. De organisatie telt 28 vestigingen, waaronder twee ziekenhuizen.





Voor onze beste vrienden

Voor Aldo Vezzi, een wereldberoemde veearts gespecialiseerd in orthopedie, is honden hun mobiliteit teruggeven een zeer bevredigend maar uitdagend werk. Zijn succesvolle resultaten vereisen volgens hem een combinatie van vakmanschap en eerste klas apparatuur. Daarom vertrouwt hij in zijn eigen Clinica Veterinaria Vezzi in Italië op Agfa's Computed Radiography (CR) systemen.

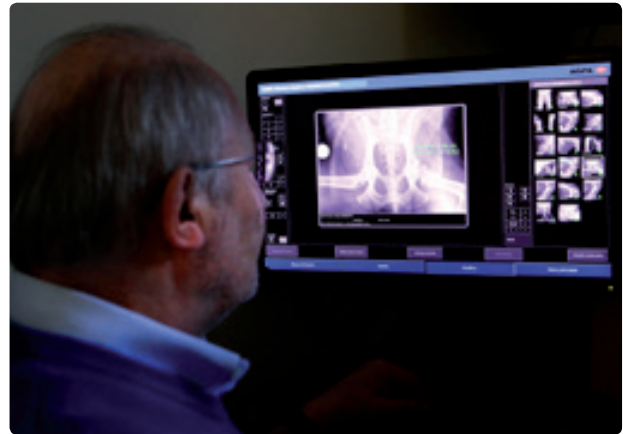
Voor het orthopedische werk van Dr. Vezzi is het belang van een hoogwaardige beeldvorming duidelijk. "We hebben ongeveer 300 orthopedische patiënten per maand. We maken een volledig beeldoverzicht van elke patiënt waarbij we alle gewrichten in de voor- en achterpoten controleren. Bij honden ouder dan vijf jaar maken we ook foto's van de thorax en wervelkolom om onderliggende problemen te kunnen uitsluiten. Voor nieuwe patiënten betekent dit al snel 10 tot 20 röntgenfoto's. Voor terugkerende patiënten hebben we slechts een vijf à tien nieuwe opnames nodig", verklaart hij.



Agfa's CR15-X is hierbij een belangrijk hulpmiddel, niet alleen voor de diagnose maar ook voor het plannen van een operatie zegt hij. "Om een voorbeeld te geven, voor het voorbereiden van een heup of knie vervanging, zijn deze X-Ray beelden belangrijk om de juiste maat van implantaten te berekenen."

Beeldconsistentie is ook van cruciaal belang bij orthopedie verklaart hij: "we moeten afbeeldingen kunnen vergelijken bijvoorbeeld om de oorzaak van een heupdysplasie te kunnen nagaan. Dit vereist een goede beeldvorming maar ook een goede positionering door de technicus."

Volgens Dr. Vezzoni zijn veel dierenartsen zich niet bewust van het belang van een goede beeldverwerkingssoftware. Alle Agfa CR systemen worden geleverd met MUSICA beeldverwerkingssoftware. MUSICA werd aangepast aan de specifieke veterinaire behoeften en verwerkt alle afbeeldingen elke keer nauwkeurig, onafhankelijk van de dosis, de plaats, de grootte van het dier of wie de opname doet... "De beeldkwaliteit is natuurlijk erg belangrijk, en Agfa' CR oplossingen leveren dit", zegt Dr. Vezzoni, "maar voor mij persoonlijk, wat Agfa echt onderscheidt,



is het gebruiksgemak; voor orthopedie zijn dit vooral de planning- en meetinstrumenten." Hij vervolgt, "Het MUSICA-werkstation is eenvoudig in gebruik. Ik heb gewerkt met systemen van andere leveranciers, ze zijn niet zo gebruiksvriendelijk als Agfa."

Ondersteuning en service zijn fundamenteel om de beeldvorming workflow in de kliniek soepel en productief te houden. "Agfa werkt met ons samen om te verzekeren dat aan alle specifieke eisen van orthopedie tegemoet gekomen werd."





Meer productiecapaciteit voor inkjetinkten

Om het hoofd te bieden aan de groeiende vraag naar inkjetinkten, investeert Agfa aanzienlijk in de uitbreiding van de productiecapaciteit. Een nieuwe productie-eenheid in Morsel zal zich richten op inkjetinkten op waterbasis.

Dankzij de nieuwe productiefaciliteit kan Agfa zich verder ontplooiën tot een toonaangevende leverancier van watergebaseerde inkjetinkten voor een breed scala aan nieuwe toepassingen. Het zal zich in het bijzonder richten op de groeiende markt van het drukken op decorpapier voor de productie van laminaatvloeren en meubelpanelen.



In combinatie met Agfa's bestaande productievoorzieningen zal de nieuwe fabriek een flexibel en uiterst efficiënt productiecentrum vormen, waarin zowel R&D- als kwaliteitscontroleteams zijn ondergebracht. De productiecapaciteit zou voldoende moeten zijn om de verwachte toename van inktvolumes in de komende vijf tot tien jaar te dekken.

“Onze inkjetinkten en vloeistoffen onderscheiden zich door hun kwaliteit en prestaties. De inktbusiness is een van onze groeipijlers”, zegt Tom Cloots, Director Industrial Inkjet. “In de afgelopen twintig jaar hebben we een platform voor inkjetinkten gebouwd dat wordt ingezet voor het hele productieproces, van de eerste testen tot de

inktproductie op volledige schaal. De pigmentdispersie, uitgebreide kwaliteitscontrole en programma's voor inktconsistentie zijn er in vervat. Onze inktverkoop is jaar na jaar gestaag gegroeid en we hebben de productiecapaciteit geleidelijk aan vergroot. Het is tijd voor een nieuwe investering om de groeiende vraag bij te houden.”



Agfa's inkjetinkten

UV-uithardende inkten

- Agfa's eigen grootformaat-UV-inkjetprinters (Anapurna's, Jeti's en de nieuwe Oberon) maken gebruik van door Agfa zelf ontwikkelde en geproduceerde inkten. De inktformuleringen zijn perfect afgestemd op de printercomponenten (printkop, uithardingswijze, enz.), de software voor kleurenbeheer en de printcondities (bijv. het aantal drukgangen). Op die manier kunnen ze het laagste inktverbruik en dus de laagste gebruikskosten bieden.
- Daarnaast ontwikkelt en produceert Agfa UV-inktsets in nauwe samenwerking met een groot aantal OEM-leveranciers van multi-pass- en single-pass-printsystemen. Deze inkten leveren niet alleen een hoge printkwaliteit en continu betrouwbare printresultaten, maar ze onderscheiden zich ook door hun brede kleurengamma, uitstekende

jet-betrouwbaarheid, superieure houdbaarheid en uitzonderlijke consistentie.

Inkten op waterbasis

Agfa is al lang actief op het gebied van waterige inkjetinkten, gebaseerd op specifieke pigmentdispersie- en inkttechnologie. OEM-leveranciers gebruiken deze inktsets in hun inkjetprintsystemen voor diverse toepassingen, waaronder laminaat (vloeren en meubels, printen op decorpapier), golfkarton en documentdruk, maar ook voor nieuwe ontwikkelingen zoals verpakkingstoepassingen. De inktsets zijn afgestemd op het printsysteem en op specifieke druknoden. De focus ligt vooral op de uptime van de printer en de hoogste consistentie van de printresultaten, dag na dag, week na week en maand na maand.



Sinds maart staan er in het parkje rond het Varenthof twee bijenkasten. Dat is het resultaat van de samenwerking tussen de overkoepelende personeelsvereniging ABC en de Mechelse stadsimkerij De Nectarist. In de volgende PLUS-nummers volgen we – op het ritme van de seizoenen – het wel en wee van deze belangrijke diertjes. Een ding is duidelijk: bij het houden van bijen komt heel wat kijken.



De bijen van Agfa



Sinds begin maart staan deze twee bijenkasten in het parkje rond het Varenthof.



Door het plaatsen van bijenkasten in stedelijke gebieden wil De Nectarist de problematiek rond de bijensterfte onder de aandacht brengen. In tegenstelling tot wat je zou vermoeden, vormen steden wel degelijk een ideale habitat voor bijen. Denk maar aan de vele tuinen en parken waar er altijd wel iets in bloei staat. Sinds 2015 mogen stadsdiensten ook geen bestrijdingsmiddelen meer gebruiken voor het onderhoud van hun openbare domeinen. Ideaal dus voor de bijtjes.

Op het platteland is de omgeving iets minder bijenvriendelijk. Er is een schrijnend gebrek aan voedsel voor de diertjes. Het gebruik van bestrijdingsmiddelen, maar ook het grootschalig kweken van voor bijen oninteressante monoculturen (het telen van één enkel gewas) zoals maïs, hebben ervoor gezorgd dat bijen en andere insecten amper kunnen overleven op het platteland.

Maar er is hoop. Het duurzaam bewustzijn groeit bij de bevolking. Particulieren planten heel wat bloemen en gebruiken nog amper of helemaal geen bestrijdingsmiddelen. Bedrijven investeren meer en meer in een duurzame toekomst en de overheden lanceren heel wat 'bij-vriendelijke' campagnes.

ABC sponsort sinds begin dit jaar twee bijenkasten. Die worden beheerd door De Nectarist. In maart werd op en rond onze site uitgekeken naar de meest geschikte plek. Het parkje rond het Varenthof kreeg al gauw de voorkeur.

Er is daar en in de directe omgeving genoeg voedsel voor de bijen. Voorts is er voldoende afwisseling tussen zon en schaduw en is er voldoende water aanwezig. Een perfecte omgeving!

Eens de temperatuur in de natuur boven de 20°C stijgt, opent de imker de kasten en dan kan de bijenpopulatie aan de slag. Wat op het eerste oog een chaotische bedoening lijkt, is in werkelijkheid een goed georganiseerde samenleving. Alle leden van de gemeenschap – koningin, werkbij of dar – streven hetzelfde doel na: het voortbestaan van de kolonie en zijn nakomelingen. Om dit doel te bereiken zijn de honingbijen op basis van hun werkzaamheden onder te verdelen in duidelijke categorieën. In dit nummer lichten we de rol van de baas van de bijenkast toe.

De koningin

Elke kolonie heeft altijd maar één koningin. Ze leeft zo'n vijf jaar. In die tijd is ze de enige die voor nakomelingen zorgt. Net als de vrouwelijk werkbij, is de koningin ontstaan uit een bevruchte eicel. Gedurende het gehele stadium van larf wordt zij door andere bijen in een koninklijke cel gehouden en gevoed met een dieet van koninginnengelei. Als de koningin na ongeveer 16 dagen voor het eerst in actie komt, gebruikt ze haar angel voor de eerste en laatste keer. Ze doodt er haar rivalen mee. Een gemeenschap kan immers slechts één koningin hebben. Dan gaat ze op een soort bruidsvlucht met de darren. Ze neemt dan eenmalig tot wel 10 miljoen zaadcellen op. Daarna legt ze tot 2.000 bevruchte en onbevruchte eitjes per dag in de daarvoor bestemde broedcellen. Uit de bevruchte eitjes komen de werkbij en de nieuwe koningin; de onbevruchte eitjes leveren darren op.

Elk jaar maakt de koningin plaats voor een opvolgster. Voordat ze met een zwerm van duizenden bijen aan het begin van de zomer de bijenkorf verlaat, legt ze eitjes voor haar gemeenschap in hiertoe voorbereide koninginnencellen. Hieruit wordt de nieuwe koningin geboren. De zwerm verzamelt zich in een enorme en bruisende tros en zoekt naar een nieuwe thuis. Dit tot grote vreugde van de imker, die de zwerm uit een boom kan halen en in een nieuwe bijenkorf kan huisvesten. Ook de bijen hebben hier voordeel bij, want honingbijen kunnen niet zonder behuizing in het wild overleven.



Ondertussen zijn de kasten geopend en wordt er volop honing geproduceerd.

Om de 10 dagen doet de imker een controle van de bijenkast. Dat doet hij of zij om te controleren of er geen nieuwe koningin in de maak is. Doe je dat niet, dan vertrekt de huidige koningin met een groot deel van de bijenpopulatie.



Wistjedatjes

- Bijen produceren al meer dan 10 miljoen jaar honing.
- Een bij maakt ongeveer 10 tot 15 reizen per dag en bezoekt tijdens een reis maximaal honderd bloemen.
- Om 1 kg honing te maken zou een bij ongeveer 200.000 vluchten moeten maken.

Interesse?

- Op geregelde tijdstippen kan je samen met de imker ook een kijkje gaan nemen. Wanneer dat kan, wordt aangekondigd in InfoPLUS. Je meldt je dan best via mail aan bij Marc Bollyn (AMDZN).
- Tot slot is er ook op de ABC-website een pagina over dit bijzondere project: www.agfa.be/abc/nectarist.



Sinds het begin van de metingen van het KMI viel er in België in de maanden april en mei nooit minder neerslag dan dit jaar. In Ukkel viel in die periode maar 24,4 mm neerslag, terwijl dat normaal bijna 120 mm zou moeten zijn. En dat terwijl de grondwaterreserves nog niet aangevuld zijn na de extreem droge zomer van vorig jaar. Sommige weerdiensten voorspellen dat ons dit jaar opnieuw een warme en droge zomer te wachten staat. Als dat zo is, zullen onze drinkwaterreserves nog meer onder druk komen te staan.

Water: te kostbaar om te verspillen

Chronisch watertekort

Vlaanderen heeft nooit een grote waterreserve, ook niet bij 'normale' weersomstandigheden. Doordat Vlaanderen dichtbebouwd is, is 15% van de grond verhard. Dat is dubbel zoveel dan het Europese gemiddelde. Hierdoor heeft regenwater niet de kans om in de bodem door te sijpelen. Het water vloeit via de riolering rechtstreeks naar de zee. De Vlamingen hebben per persoon zelfs minder water ter beschikking dan de Spanjaarden en de Portugezen. Als we niet oppassen, kampen de gezinnen, de landbouwers en de bedrijven binnen afzienbare tijd met een chronisch watertekort.

Niet knoeien!

Het is dus erg belangrijk dat we ons kostbare water niet verspillen. Op Agfa meld je lekkende kranen en andere mankementen best zo snel mogelijk via het nummer 2121 of via het intranet: <http://melding2121.agfa.net/>. Laat kranen ook niet langer lopen dan nodig is.

Waterverbruik bij Agfa

- Voor de productie, de kantoren, de eetzaal,... in de vestiging in Mortsel koopt Agfa jaarlijks ± 540.000 m³ stadswater aan.
- De eigen waterzuiveringsinstallatie recupereert 105.000 m³ afvalwater van de productie.
- 20% van het productieafvalwater kan terug in de productie ingezet worden.

Ook thuis kan je dankzij enkele eenvoudige tips veel water besparen:

- Laat de kraan niet lopen terwijl je je tanden poetst, je scheert, je aan de wastafel wast, de afwas doet. Door een kraan stroomt per minuut meer dan 10 liter water.
- Doe liever één grote hoeveelheid was in de wasmachine dan tien kleintjes.
- Gebruik regenwater voor het toilet, de was, de planten.
- Neem liever een douche dan een bad.
- Spoel borden niet schoon voordat je ze in de vaatwasser zet. Moderne vaatwassers weten wel raad met vuile borden.
- Sproei de planten in de tuin liever één keer per week langdurig dan elke dag kortstondig.
- Hou je waterteller in de gaten. Herstel lekken zo snel mogelijk.



Een Belg verbruikt per dag gemiddeld 100 liter drinkwater

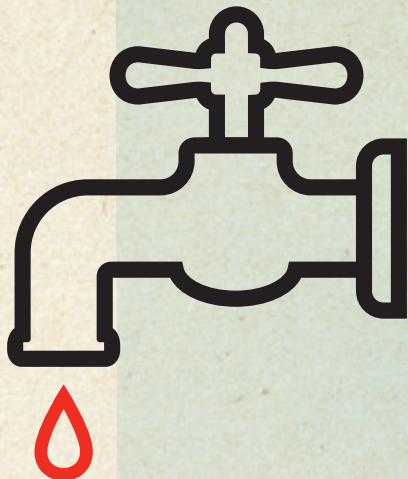
Enkele grote slokken:

- Auto wassen: 200 liter
- Een bad: 150 tot 200 liter
- Een douche: 30 tot 80 liter
- Eén keer het toilet doorspoelen: 10 liter
- Eén was in de wasmachine: 40 tot 70 liter

Op de website van de Vlaamse Milieumaatschappij (<https://www.vmm.be/tips/tips-bij-droogte>) vind je nog veel meer tips, ook voor wanneer het watertekort echt nijpend zou worden.



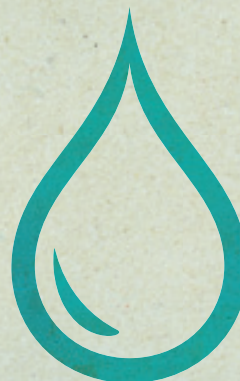
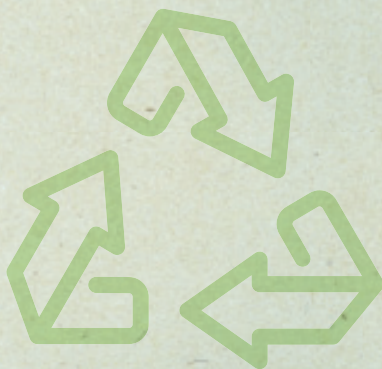
Laat **water**verspillende monsters niet lopen!



Een druppelende kraan levert een verlies op van 2.000 liter per jaar. Komt overeen met 40 douchebeurten. Een lopend toilet verbruikt nog honderd keer meer. Actie vereist dus.

Zie je ergens water druppelen? Blijft een wc lopen? Meld dat dan zo vlug mogelijk.

Samen voor minder verspilling!



AGFA 



Zeg het met een bloemetje: Bedankt!

De Nederlandse HealthCare IT-collega's zochten een gepaste manier om hun klanten een hart onder de riem te steken in deze zware COVID-19-tijden. De oplossing was snel gevonden: een bloemetje. Je bent Nederlander of je bent het niet!

En dus trok het team naar onder meer de Noordwest Ziekenhuisgroep en het Maxima Medisch Centrum om de zorgverleners in de bloemetjes te zetten. De talrijke bedankjes op LinkedIn doen in elk geval vermoeden dat het gebaar op prijs werd gesteld.



Oh ja, of er een rechtstreeks verband is weten we niet, maar eind mei kon het Nederlandse Agfa-team melden dat Maxima Medisch Centrum het Enterprise Imaging Platform gekozen had als het centrale platform voor de bewerking, opslag en archivering van hun medische beelden.

6 op 8 kiezen voor Agfa's Enterprise Imaging

Becker's Hospital Review identificeert de zorginstellingen die het meest vernieuwend zijn op het vlak van zorgverlening en kwaliteitsverbeteringen. Zes van de acht meest innovatieve ziekenhuizen gebruiken de Enterprise Imaging-oplossingen van Agfa. We zijn trots op dat cijfer en we vinden het een eer dat we de innovatiestrategieën van deze leiders in de gezondheidszorg kunnen ondersteunen. Samen vernieuwen we de zorgverstrekking.



Agfa stelt gratis COVID-19-update ter beschikking

Samen met zijn partner voor cardiologische oplossingen, MediReport, stelde Agfa zijn klanten een gratis update in de CardioReport-rapportagemodule ter beschikking die specifiek gericht is op COVID-19. Deze update helpt om de COVID-19-status van de patiënten beter en eenvoudiger te documenteren.

Agfa's DR voor Angola

Begin mei tekende Agfa een contract met het Ministerie van Gezondheid in Angola voor een natie-brede installatie van 50 DR 400 units, 38 mobiele DR 100e oplossingen, 38 CR 15 systemen en 88 printers. Levering hiervan wordt verspreid over een periode van drie jaar. De eerste installaties zijn gepland in september 2020. Het is de eerste keer dat Agfa toegang krijgt tot de DR markt in Angola.



Agfa en de Task Force against Corona

In het kader van de crisis veroorzaakt door COVID-19 analyseerde een Task Force 'Data & Technology against Corona' van de federale overheid dagelijks nuttige initiatieven in de strijd tegen het virus.

In de lijst van nuttige initiatieven stond onze XERO Viewer op een prominente plaats. We lazen dat 'de Xero Viewer radiologen en klinici een veilige toegang biedt tot het volledige medische beeldvormingsdossier van patiënten, in één oogopslag, van overal. Zonder download zijn beelden en verslagen beschikbaar, mobiel en op PC, voor real-time besluitvorming dichtbij de patiënt. De chat en share tools ondersteunen de samenwerking binnen en buiten het ziekenhuis: gebruikers kunnen tegelijkertijd eenzelfde beeld bekijken, markeringen aanbrengen, terwijl ze direct online communiceren. XERO Viewer ondersteunt de samenwerking over quarantainegrenzen heen, tussen teams in ziekenhuizen en teams in quarantaine, wat de continuïteit van radiologierapportering garandeert. Ook de gegevensuitwisseling tussen netwerken van ziekenhuizen die samenwerken om bv. de belasting te spreiden, is mogelijk door XERO Viewer.

Wij zouden het niet beter kunnen verwoorden.



Agfa en Microsoft zorgen voor efficiënte samenwerking tijdens COVID-19-crisis

Meer dan ooit is het tijdens de COVID-19-crisis van levensbelang dat zorgverleners snel en efficiënt kunnen samenwerken, over de grenzen van afdelingen en zelfs ziekenhuizen heen. Daarom hebben Agfa en Microsoft hun krachten gebundeld. Ze hebben Agfa's XERO Universal Viewer en Microsoft Teams met elkaar verbonden om zo een krachtig middel te vormen voor het samenwerken rond medische beeldvorming.

Het Princess Alexandra Hospital in het Verenigd Koninkrijk ging als eerste aan de slag met de geïntegreerde oplossing. Meer dan 450 zorgverleners maken er intussen gebruik van. Bij het bestrijden van het coronavirus bleek de integratie al snel een onmisbare tool. De functionaliteit stelt artsen in staat om individuele gevallen veilig te delen en te bespreken met collega's die zich op een andere locatie bevinden. Dat kan gewoon via hun computer, laptop of mobiele telefoon.

Agfa's XERO-technologie strijdt tegen COVID-19

Het XERO Exchange Network, Agfa's nieuwe Enterprise Imaging-oplossing voor het delen van beelden, werd door het Yorkshire Imaging Collaborative (YIC) in gebruik genomen. Het YIC is een samenwerkingsverband van een zevental NHS-ziekenhuistrusts. Samen dienen die meer dan drie miljoen inwoners van het Engelse graafschap Yorkshire. Het XERO Exchange Network stelt de aangesloten ziekenhuizen in staat om een veel snellere diagnose te stellen van patiënten die van de ene naar de andere locatie worden overgebracht. De vraag naar snellere diagnoses is door het uitbreken van de COVID-19-pandemie alleen maar toegenomen.



Voor de patiënten hebben baat bij deze nieuwe technologie. Doordat in heel wat gevallen minder scans nodig zijn, worden de patiënten aan minder straling blootgesteld. Ze moeten ook minder vaak naar het ziekenhuis.

Danie Fresca, klinisch hoofd van het Yorkshire Imaging Collaborative, zei: "Agfa HealthCare's XERO-technologie zal een snellere diagnose mogelijk maken en zo de druk op de radiologiediensten in de hele regio verlichten in deze periode van verhoogde vraag." Het project trok zelfs de aandacht van de BBC. Collega Graeme Dixon, Technical Deployment Manager voor Agfa HealthCare in de UK, maakte gebruik van dit enorme platform om de kwaliteiten van Agfa's XERO-oplossing extra in de verf te zetten. De reportage staat op de website van de omroep: <https://www.bbc.com/news/av/technology-52755683/covid-19-brings-remote-medicine-revolution-to-the-uk>.



Op 13 april was het feest in de nestkast aan de grote schoorsteen in Mortsel. Moeder en vader slechtvalk zagen drie volledig coronavrije kuikens uit hun eieren komen. Sinds 2002 heeft het paar al 34 kuikens op de wereld gezet.

Drie nieuwe slecht



De drie kuikens op een rijtje. Ze waren toen zo'n 3,5 weken oud.

Slechtvalken vliegen uit

De drie nieuwe slechtvalken begonnen zo'n zes weken nadat ze zich van hun schaal bevrijd hadden tochtjes boven de fabriek te maken. Dat ze nieuwsgierig zijn naar de wereld rondom hen, konden de collega's op de zevende verdieping van gebouw 65 met eigen ogen aanschouwen. Een van de drie belhamels kwam er doodleuk wat uitrusten op de vensterbank. Gelukkig was Jos Louwet niet te verbaasd om er een foto van te nemen.

Intussen zijn de kuikens volledig zelfstandig. Ze zullen na de zomer het luchtruim van Agfa verlaten, op zoek naar nieuwe horizonten. Hopelijk kunnen we volgend jaar weer nieuwe slechtvalken rond de schoorsteen zien cirkelen.



De vogels werden geringd en gewogen. Deze is duidelijk een crème van een kuiken.



Al 18 jaar slechtvalken bij Agfa

De slechtvalkenkast werd in 2002 aan de schoorsteen bevestigd. Dat gebeurde in samenwerking met het Fonds voor Instandhouding van Roofvogels (FIR). Bijna 30 jaar lang was de slechtvalk in onze contreien volledig uitgestorven. Nu is de vogel dankzij het plaatsen van nestkasten aan een mooie comeback bezig.



Deze jongeling ambieert een carrière als laborant.





Twee edities geleden vroegen we je om massaal mee te doen aan Dikketruiendag op 11 februari. Sterker nog, we vroegen je om als het even kon ook een foto van je deelname te bezorgen. Goed ingeduffeld of eerder ludiek, het maakte niet uit. Zolang je de boodschap van Dikketruiendag maar begreep: die thermostaat een paar graden lager maakt qua gewaarwording niet zo veel uit, zeker niet omdat je je kleding kan aanpassen. Voor het milieu maakt het echter wel een verschil.

Dikketruiendag: u deed mee

Met deze actie verbrandden we zo 12.000 kWh minder fossiele brandstof. Dat is de helft van het jaarlijks gasgebruik van een gezin. Of 20.000 kilometer met de wagen.

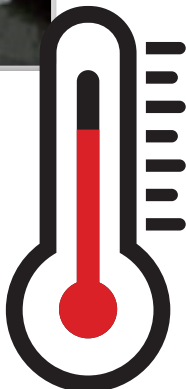
Uit de inzendingen kozen we de volgende foto's. De ene was al spitsvondiger dan de andere, maar allemaal waren ze leuk of goed gevonden. De inzenders mogen binnenkort dan ook een warme attentie verwachten om de volgende ijsdij te trotseren.



Collega
Marc Hofman van de Milieudienst was in elk geval op het ergste voorbereid. Hij verwachtte Noorse toestanden.



Ronny Verelst, ploegbaas in de afdeling Grafische confection, had blijkbaar toch wat last van de koude, of was hij te warm aangekleed?



Koen Lemmens zocht heil in een jas en een sjaal. Voor hem mocht er een graad of 'drij' af! De onscherpe foto doet toch wel een zekere rilling vermoeden.



Uiteindelijk viel er slechts één slachtoffer te betreuren en dan nog wel op de afdeling HealthCare. Maar ook het slachtoffer werd door Lieselot Kerremans van een dikke trui voorzien!



Luc Van Camp, technicus meet- en regeltechnieken, nam het zekere voor het onzekere en diepte zijn Guust Flater-trui op. *Nou moe!*



Voor Eva Vandersmissen, researcher op de afdeling Radiology Solutions, was het warm genoeg. Wat extra beweging tijdens de trampolinesessie tussen de middag houd je ook warm!

Marnix Van Casteren van GTI Confectie zocht warmte in trui, muts, sjaal en... een warm drankje. Zo kon hij vlot 16°C weerstaan.



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 collega's **Lieve Vandeveld** en **Eddy Gybels**.

Op 29 april lanceerde het Rode Kruis vanwege de coronacrisis een alternatief voor zijn jaarlijkse stickeractie. 770.000 gezinnen kregen een gratis exemplaar van de bekende Rode Kruis sticker in de bus, samen met de vraag om de lokale Rode Kruis afdelingen een financieel duwtje in de rug te geven. De alternatieve actie leverde maar een fractie op van wat de stickeractie normaal opbrengt: 308.000 euro in plaats van 3,2 miljoen. Dat is een probleem voor de 241 lokale afdelingen van het Rode Kruis. Voor hen is de stickeractie de belangrijkste bron van inkomsten. Gelukkig zijn er nog mensen zoals collega Lieve Vandeveld van de Bedrijfsgezondheidsdienst. Zij besliste om mondkmaskers voor het Rode Kruis te gaan maken. Haar collega Eddy Gybels was daar zeer tevreden mee. Waarom? Dat verneem je hieronder.

PLUS: *Lieve, waarom ben je mondkmaskers beginnen maken?*

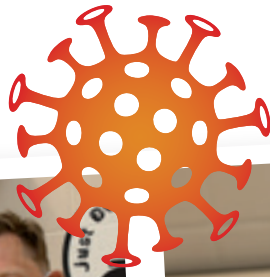
LIEVE: Mijn dochter werkt voor het bloedtransfusiecentrum van het Rode Kruis. Na een maand ouderschaps-

verlof stelde ze begin mei vast dat er op het centrum nog steeds geen mondkmaskers ter beschikking waren. Dus haalde ik de naaimachine boven en begon ik – als bezorgde moeder – mondkmaskers voor hen te maken.



Maskers





voor het Rode Kruis

PLUS: *En je bent niet gestopt na een paar exemplaren. Was het ook niet een beetje uit verveling?*

LIEVE: Ja en neen. De echte reden dat ik maskers ben blijven maken, is dat ik overal rond mij mensen initiatieven zag nemen voor een goed doel, voor mensen of instellingen die door de pandemie alle hulp konden gebruiken. En ja, normaal ben ik een bezige bij die vijf dagen per week 's avonds allerlei activiteiten op de agenda heeft staan. Dat viel nu allemaal weg, dus wat doe je dan? Ik richtte al die energie op het maken van mondmaskers. Ze zijn nu ook te koop voor twee euro. Dat bedrag gaat integraal naar het goede doel: de Rode Kruis-afdeling in Haacht waar mijn collega Eddy in zijn vrije tijd actief is. Zoals je weet is door COVID-19 hun jaarlijkse stickeractie in het water gevallen.

PLUS: *Hoeveel maskers heb je tot nu toe verkocht?*

LIEVE: Ik heb er nu een driehonderdtal gemaakt. Daarvan heb ik er zo'n tweehonderd verkocht. Het voorlopige resultaat is een goede 640 euro. Ik heb me voorgenomen om toch nog even door te gaan zodat ik 1.000 euro aan het Rode Kruis kan schenken.

PLUS: *Je maakt het geld integraal over; maak je dan niet veel kosten?*

LIEVE: Dat valt heel goed mee, want de stof heb ik gekregen van collega Marc Bollyn. Ik heb dus eigenlijk alleen maar wat elastiek moeten bestellen.

PLUS: *Over naar je collega. Eddy, wat gaat je Rode Kruis-afdeling met het geld doen?*

EDDY: Eigenlijk gaan we er gewoon onze dagelijkse werking mee financieren, want heel wat van onze inkomsten zijn nu weggevallen. Niet alleen is er de tegenvallende stickeractie, maar vermits er geen evenementen worden georganiseerd, hebben we ook daarvan geen inkomsten te verwachten. Tegelijk moeten we wel onze vaste kosten blijven betalen: het onderhoud van een ambulance en een materiaalwagen, de verzekering, vervallen medicijnen vervangen, de huur en energiekosten van ons lokaal, het onderhoud van de uitleendienst voor hulpmiddelen zoals rolstoelen, krukken,...

PLUS: *Kunnen mensen nog steeds maskers kopen?*

Lieve en Eddy: Uiteraard. Zoals gezegd: we gaan door tot we aan 1.000 euro geraken. Een mailtje volstaat.

PLUS: *Succes nog en voor mij twee maskers graag!*



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.



TVE voelt Oberon aan de tand

De Nederlandse Sign & Display-drukkerij TVE Reclame-producties test de nieuwe Oberon RTR3300-rolprinter van Agfa al bijna een jaar. Volgens directeur Hennie van Osch is het een robuuste machine.

“Gebouwd naar Europese maatstaven”, zegt van Osch. En ook nog: “Het mediabereik is groot. Kun je media niet op de Oberon printen, dan kun je die nergens op printen.”

Met de ‘dual roll’- optie kunnen tegelijkertijd twee rollen van elk maximaal 1,6 meter breed worden geprint. “Dat werkt heel fijn”, zegt van Osch. “Het zijn twee losse assen die onafhankelijk van elkaar de media op de juiste spanning houden bij het op- en afwikkelen.”

Ook met de inktten zijn ze blij bij TVE. Die zijn immers geoptimaliseerd voor flexibele media en blinken uit in het printen van volvlakken. Ze behaalden bovendien de hoogste categorie Greenguard Gold-certificering, waarmee ze voldoen aan de strengste normen voor chemische emissies. Van Osch: “Ideaal voor bijvoorbeeld naadloos behang voor gevoelige interieurtoepassingen. Denk aan scholen en zorginstellingen.”

Lees het hele artikel op www.agfa.com/printing/klantenbericht/oberon-rtr3300-tve-reclameproducties/?lang=nl



Maskers voor COVID-19

Dat er op bepaalde momenten heel wat te doen was rond het tekort aan beschermingsmiddelen en vooral dan mondmaskers is je zeker niet ontgaan. Maar ook hier heeft Agfa een steentje kunnen bijdragen. Zo bleek dat Agfa’s transparante PET-film best kon gebruikt worden voor maskers die het gezicht volledig beschermen. Uitermate geschikt dus voor het medische personeel dat wereldwijd aan de slag is.

Zo vertrokken er midden april twee paletten met 80.000 PET-vellen op A4-formaat richting Luik.

iC, wat staat voor initiative-citoyenne, toverde samen met een organisatie van 3D-printers de vellen om tot volwaardige gezichtsmaskers die gratis ter beschikking werden gesteld!


Een gelijkaardig initiatief vond ook plaats in Argentinië, waar de Mercedes-Benz fabriek met onze film ook gezichtsmaskers produceerde om de lokale noden het hoofd te bieden.





Hier is weer een nieuwe cryptokwis. In het rooster vul je de antwoorden op de cryptische omschrijvingen in. Heb je alles goed ingevuld dan lees je een naam of een begrip dat aan bod komt in dit nummer van PLUS. De cijfertjes in het rooster zijn er om je indien nodig wat te helpen. Hetzelfde cijfer staat voor dezelfde letter. Het antwoord kan je inzenden voor 26 augustus 2020 per e-mail: plus@agfa.com of naar **8933** met de binnenpost. Uit de juiste inzendingen trekken we een gelukkige winnaar die twee filmtickets ontvangt. Let op: de 'ij' telt ook nu weer voor één letter. Succes!

- A Heffing voor duiven.
- B Halfacht.
- c Turnjuwelen.
- D Completer.
- E Zo word je lid van de Mile High-club.
- F Gevangenisstraf?
- G Lekker snoepje. Lekker snoepje.
- H Cursus ramenlappen.
- I Groot geschapen.
- J Moeder van een mannelijke hond.
- K Huwelijkstrouw.
- L Plechtige vis.
- M Prijs van een kasteel.
- N Deel van een legeruniform.
- o In koeien van letters.
- P Britse stad in Frankrijk.
- q Nauwelijks gedronken.



A	1										
B		2			3						
C	3		8								
D				4	14	3					
E	9			5			13				
F	6		4	1					7		
G	10		8	10		8					
H			5			8	13				
I	5		3				2				4
J			3				12				
K	14	14	8		11	3					
L	5		6				4				
M			4			5		12			
N	2		6	9			11				
O			2								
P			8								
Q	8		7								

Om de sudoku op te lossen moet je op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heb je beide sudoku's opgelost, dan maak je kans op twee filmtickets als je de twee cijfers in de lichtgekleurde vakjes inzendt. Je oplossing stuur je voor 26 augustus 2020 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!



Moelijk?

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



Bijlange niet!

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