



43

Een monument van
een **schoorsteen**

Studio 4D48: de vakbeurs
heruitgevonden



4

Studio 4D48: de vakbeurs heruitgevonden



7

De koers



8

Een miljoen liter extra inkt – om te beginnen...



12

Laat je inspireren!



Enterprise Imaging Platform

14

Nieuwe huisstijl voor Agfa HealthCare



16

Digitale beeldvorming maakt het verschil



18

Een monument van een schoorsteen



20

Frank Aranzana nieuwe voorzitter van de Raad van Bestuur



22

XERO Viewer en Microsoft Teams



24

Zirfon, voor een klimaatneutraal Europa



26

De bijen van Agfa



30

Buiten dienst: Paul Jongeneelen

Colofon



nr. 43 – september 2020



PLUS nr. 44 verschijnt in december 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, Christel Bertels, Eva De Herdt, Maria Dom, Paul Jongeneelen, Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Katoesja Van der Hoeven, Guy Vandecraen, Werner Vandeveld.

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,

Ook in het tweede kwartaal bleef de COVID-19-pandemie onze resultaten en onze manier van werken beïnvloeden. Ik ben enorm trots op alle collega's die zich dubbel plooiën om onze onderneming en onze productie draaiende te houden en onze klanten te bevoorraden en te ondersteunen. Een uitstekend voorbeeld hiervan in het tweede kwartaal is de levering van een omvangrijke Enterprise Imaging-oplossing aan de toonaangevende AdventHealth-zorgorganisatie in Florida (VS). Ondanks alle COVID-19-uitdagingen zorgden onze collega's ervoor dat de ingebruikname kon doorgaan als gepland.

Op het vlak van de resultaten zien we een contrastrijk beeld. Enerzijds is er het goede resultaat van de HealthCare IT-divisie die haar rendabiliteit sterk kon verbeteren. Anderzijds werden onze activiteiten in de drukindustrie hard geraakt. In de offsetindustrie kwam de pandemie bovenop de al aanwezige structurele problemen, wat resulteerde in een omzetzak van nagenoeg 25%. Om in deze business te overleven moeten we jammer genoeg ingrijpende en soms ook moeilijke maatregelen treffen, zoals de afbouw van de productiecapaciteit voor drukplaten in Europa.

In de divisie Radiology Solutions bleef de omzet van het hardcopy-gamma, met uitzondering van de activiteiten in China, beïnvloed worden door COVID-19. Daartegenover staat dat we ons marktaandeel met onze mobiele DR-oplossingen konden vergroten en dat we de rendabiliteit van ons DR-gamma gevoelig konden verbeteren.

Wat de divisie Digital Print & Chemicals betreft, zorgt COVID-19 er niet voor dat we ons vertrouwen verliezen. We hebben de juiste middelen en producten die ons in staat zullen stellen om in de toekomst – als de toestand zich opnieuw normaliseert – weer te kunnen groeien.

We kunnen ook nog andere bemoedigende elementen rapporteren. Zoals jullie weten hebben we met succes een deel van de HealthCare IT-activiteiten verkocht voor een ondernemingswaarde van 975 miljoen euro. Daardoor hebben we nu een kasoverschot in plaats van een netto financiële schuld. Zowat 350 miljoen euro van de opbrengst zal gebruikt worden om de positie van de pensioenregelingen in België, het VK en de VS te verbeteren. Gezien de onzekerheid van de huidige economische context, kiezen we er op dit moment voor om de rest van de opbrengst van de verkoop te gebruiken om de toekomst van de onderneming veilig te stellen en om de strategieën van de divisies voort uit te voeren.

Onze strategie voor de toekomst wordt momenteel uitgewerkt in het Lighthouse-project. Het verheugt me dat velen onder jullie uitkijken naar de resultaten van het project. Op dit ogenblik is het echter nog te vroeg om naar buiten te treden met de concrete plannen. We bekijken nu met alle betrokken partijen de verschillende opties voor de vele vraagstukken die we moeten aanpakken. Laat me een voorbeeld geven. Het huidige IT-landschap van de Groep is een belangrijk element in de complexiteit van onze onderneming. Dit oplossen is noodzakelijk, maar het moet weloverwogen gebeuren, rekening houdend met zowel de voor- en nadelen van alle verschillende mogelijke oplossingen. Dat vraagt tijd. Naar het einde van het jaar toe zal er ongetwijfeld veel meer duiding en richting kunnen gegeven worden.

Dit betekent niet dat we tot dan rustig moeten afwachten. Waar we mogelijkheden tot een verbetering van de efficiëntie zien, moeten we niet aarzelen. Waar we nieuwe uitbreidingsmogelijkheden zien voor onze kerncompetenties en -activiteiten, moeten we niet aarzelen. Waar we met innovatieve ideeën onze concurrentiepositie kunnen versterken, moeten we niet aarzelen.

Ik eindig met de hoop dat jullie in de gegeven omstandigheden toch van een deugddoende vakantie hebben kunnen genieten en dat jullie de batterijen hebben kunnen opladen voor wat ook nu weer een tweede jaarhelft met vele uitdagingen wordt. Blijf gezond en hou het veilig!

Pascal Juárez





Studio 4D48: de vakbeurs heruitgevonden

In een tijd waarin alle vakbeurzen geschrapt of uitgesteld worden, zit er maar één ding op om in contact te blijven met de klant: webinars en virtuele evenementen. We schreven er al over in het vorige PLUS-nummer. Eind juni werd binnen Offset Solutions een eerste grootschalig virtueel evenement op poten gezet onder de naam Studio 4D48. PLUS sprak met collega's van Marketing en Marketing Communications over de voorbereiding, het verloop en de toekomst van dergelijke evenementen.

PLUS: Vanwaar de naam Studio 4D48?

KRISTOF VAN CLEEMPUT, GLOBAL COMMUNICATIONS MANAGER VOOR DE DIVISIES OFFSET SOLUTIONS EN DIGITAL PRINT & CHEMICALS:

“Dat is heel eenvoudig: 4D48 zou dit jaar ons standnummer geweest zijn op drupa, de grootste grafische vakbeurs ter wereld, die om de vier jaar plaatsvindt. We organiseerden Studio 4D48 tijdens de oorspronkelijke drupa-periode en we besloten gewoon om dat nummer te behouden voor onze virtuele beurs.”





Guy Desmet

PLUS: Waarom een virtueel evenement? Wat waren de topics?

GUY DESMET, HOOFD MARKETING OFFSET

SOLUTIONS: “Het is niet omdat drupa niet kon doorgaan, dat wij niet konden tonen wat we voor onze (potentiële) klanten kunnen betekenen. Gespreid over

zes dagen organiseerden we zes verschillende sessies, telkens toegespitst op een bepaald marktsegment van de grafische industrie: commerciële vellendruk, offset-verpakkingsdruk, krantendruk, grootformaathandels-drukwerk. Voor het laatste marktsegment hadden we ook nog een extra sessie over de robotlader voor drukplaten. Studio 4D48 was niet bedoeld als verkooppraatje, maar als een manier om te focussen op markt- en technologietrends en om onze visie en expertise te delen met drukkerijen. We wilden hen tonen hoe onze oplossingen – bestaande uit drukplaatsystemen en een uitgebreid gamma van softwareoplossingen (workflow, inktbesparing, kleurenbeheer, rastering, standaardisering) – een echte meerwaarde voor hen kunnen betekenen. Alle oplossingen die we belichtten, passen in onze ECO³-strategie: ze besparen kosten, verkleinen de ecologische voetafdruk of leiden tot extra gebruiksgemak.

PLUS: Wat komt er allemaal bij kijken om zo’n virtueel evenement op poten te zetten? Hoe gaat het in zijn werk?

KRISTOF VAN CLEEMPUT: “Een virtueel evenement is meer dan een simpele webinar, waarin je een spreker hoort en tegelijk zijn of haar PowerPoint-slides te zien krijgt. In het geval van Studio 4D48 werden er vooraf door een professionele cameraman filmpjes opgenomen waarin het Marketing Offset-team toelichting gaf bij het productgamma en de visie van Agfa. Dat gebeurde met een green screen in de achtergrond, zodat er nadien extra beeld en tekst kon toegevoegd worden. Elk van de zes sessies was bovendien doorspekt met extra interviews, zowel met collega’s van R&D, als met klanten die getuigden over de voordelen van hun Agfa-producten. Die klantengetuigenissen waren ofwel ter plaatse opgenomen door een collega van de lokale verkooporganisatie, ofwel via webinar met een collega van marketing, ofwel door de klant zelf. Alle opnames werden uiteindelijk samengevoegd tot een dynamisch geheel, aangevuld met ondersteunende beelden, grafieken en teksten.”

PLUS: Hoe werden de deelnemers aangetrokken?

KRISTOF VAN CLEEMPUT: “Uiteraard moet je promotie voeren voor zo’n virtueel event. Een aparte website gaf een overzicht van de verschillende sessies en het doelpubliek werd aangezet om zich in te schrijven door middel van zowel gedrukte als digitale uitnodigingen. De sessies voor klanten werden voorafgegaan door een gerichte, samenvattende sessie voor de vakpers, en ook een persbericht zorgde voor extra aandacht voor het initiatief. Net voor elke broadcast kreeg wie zich geregistreerd had nog een herinneringsmailtje.”

PLUS: Was Studio 4D48 een succes? Hoe verloopt de opvolging?

GUY DESMET: “We kunnen het zeker een succes noemen. Voor alle sessies samen schreven zich maar liefst 1.290 mensen in, naast onze eigen verkoopteams. Door de extra promotie via de sociale media waren er nog meer geïnteresseerden die op het moment zelf de weg vonden naar de uitzendingen. Aan het einde van elke sessie konden de toeschouwers live vragen stellen aan het Offset Marketing-team via de chatfunctie. Op het einde van elke ‘uitzenddag’ ontvingen alle geregistreerden een link naar de opnames. Zo kon wie dat wou de sessie nog eens bekijken. En wie ze gemist had, kon ze alsnog inhalen. De reacties van journalisten, klanten en Agfa-medewerkers waren zeer positief.”

“Iedereen die zich registreerde voor een broadcast werd opgenomen in een aparte database in het klantenopvolgsysteem Syracuse. Zo kunnen we deze groep ook in de toekomst nog met gerichte campagnes bereiken. Aan sommige Studio 4D48-sessies hebben we ook



opvolgessies gekoppeld, waarin we in meer detail ingingen op de functionaliteiten van nieuwe producten. Het is fijn om vast te stellen dat ons initiatief ondertussen ook al tot verschillende verkoopsuccessen heeft geleid.”

PLUS: Zullen er nog virtuele evenementen volgen?

KRISTOF VAN CLEEMPUT: “Zeker. Ook FESPA, de jaarlijkse vakbeurs voor sign & display- en zeefdrukbedrijven, werd verplaatst van maart naar oktober. Maar ook op die nieuwe datum zal ze nog niet doorgaan. Op dit moment werkt het MarCom-team met de collega’s van inkjetmarketing aan de voorbereiding van een virtueel evenement in oktober, waarop we Agfa’s verschillende oplossingen voor deze markt zullen voorstellen. Ook dit virtueel event krijgt zijn naam van ons standnummer op de beurs: Studio 5D10 (zie www.studio5D10.com). Trouwens, heel snel na de start van de COVID-19-crisis, begonnen we in april al met online productdemo’s vanuit onze inkjetdemocenters in Mortsel en in Mississauga (Canada). Dat verloopt zeer vlot.”

PLUS: Is de organisatie van virtuele evenementen anders voor Radiology Solutions dan voor Offset en Digital Printing?

MARC DE FRE, GLOBAL MARCOM DIRECTOR: “Het marktaandeel van Agfa bij drukkerijen en sign & display-bedrijven is groot. De meeste potentiële klanten kennen Agfa, en willen op de hoogte blijven van nieuwe productintroducties. Binnen Radiology Solutions ligt dat enigszins anders. Radiologen die beurzen bezoeken, doen dat in de eerste plaats voor de conferenties en de opleidingsmogelijkheden die ermee gepaard gaan. Als Agfa dus beslist om voor hen een virtueel evenement te organiseren, zullen we die ‘kennislink’ moeten inbouwen om hen überhaupt aan te trekken – denk bijvoorbeeld aan een samenwerking met experts uit de gezondheidssector. Daarover wordt momenteel nagedacht binnen de divisie.”



PLUS: Is dit de toekomst voor evenementen tout court? Is zo een virtueel evenement een volwaardig alternatief voor een vakbeurs?

GUY DESMET: “In de gegeven situatie was Studio 4D48 zeker een waardig alternatief. Door de afwisseling van opgenomen productpresentaties, klantenverhalen en live chatsessies konden we wel heel gericht een boodschap overbrengen en communiceren met ons doelpubliek. Voor Agfa’s Offset Solutions-divisie zie ik niet langer een meerwaarde in deelname aan grote, algemene vakbeurzen. De toekomst ligt bij evenementen die we zelf organiseren. Die zullen in toenemende mate virtueel zijn, omdat je je doelpubliek op een zeer efficiënte manier kunt informeren. Maar ook kleinschalige, quasi gepersonaliseerde klantenevenementen, zoals onze Value Conference, leveren een belangrijke bijdrage. Beide hebben een veel hogere return on investment dan traditionele vakbeurzen.”

TOM VERMEULEN, HOOFD VAN DE BUSINESS UNIT INKJET SIGN & DISPLAY, vult aan: “Naast de

demo’s in ons democenter, organiseren wij in deze tijd ook virtuele demo’s voor potentiële klanten. En zoals gezegd zetten we in oktober met Studio 5D10 ook een eigen ‘virtuele beurs’ op poten. Maar een inkjetdrukker wil toch graag zelf de machine en de bedrukte media zien en voelen.

Bovendien gaat er natuurlijk niets boven een persoonlijk contact met je klanten. We hopen dan ook zo snel mogelijk terug te kunnen starten met demo’s op maat en opendeurdagen, zoals de *Red Carpet events*. Daarnaast zullen we – als de situatie het toelaat – in 2021 opnieuw zo veel mogelijk aanwezig zijn op lokale en internationale shows om onze nieuwe ontwikkelingen voor te stellen.”



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.



“Le nouveau Agfa va arriver!”

Het nieuwe Agfa is op komst. Daarmee opende KBC Securities-analist Guy Sips het analistenrapport over Agfa dat verscheen aan de vooravond van de publicatie van de kwartaalresultaten. Sips bedoelde daarmee dat Agfa voor het eerst de kwartaalresultaten zou rapporteren zonder het verkochte deel van HealthCare IT. De analisten zouden dus een zicht krijgen op hoe Agfa in het algemeen en de HealthCare IT-divisie in het bijzonder presteren zonder deze verkochte activiteiten.

Uit de commentaren van de analisten na de publicatie bleek dat de cijfers binnen hun verwachtingen vielen. Iedereen wist vooraf al dat COVID-19 een zware impact zou hebben op de activiteiten in de grafische industrie en dus ook op de Agfa-Gevaert Groep in haar geheel. Ze waren tevreden te zien dat de activiteiten in de gezondheidszorgsector hun marges konden verbeteren. Sips toonde zich als wel vaker de analist met het grootste vertrouwen in Agfa. Hij raadt aan het Agfa-aandeel te kopen en hij verwacht dat het op termijn tot 5,8 euro waard kan worden.

Ondanks het begrip van de analisten voor de impact van COVID-19 op de resultaten, zakte het aandeel op de dag van de publicatie toch met zo'n 9%. De reden daarvoor hoeven we niet ver te zoeken. Samen met de analisten waren heel wat aandeelhouders ontgoocheld dat Agfa niet bekendmaakte dat het een stuk van de opbrengst van de verkoop van een deel van de IT-activiteiten zou gebruiken om de aandeelhouders te belonen. Dat staat inderdaad niet in het persbericht over de kwartaalcijfers. Een deel van de opbrengst wordt – overigens zeer tot genoegen van de analisten – gebruikt om de toekomstige kasuitstromen voor pensioenen te verminderen. Daarnaast zegt het persbericht dat Agfa er op dit moment

voor kiest om de rest van de opbrengst van de verkoop te gebruiken om de toekomst van de onderneming veilig te stellen en om de strategieën van de divisies voort uit te voeren. CEO Pascal Juéry stelde achteraf dat uitstel geen afstel is. Agfa is nog steeds van plan om de aandeelhouders te belonen, maar dus niet meteen.

Gezien de huidige economische omstandigheden is dat een logische beslissing. In onzekere tijden is het voor een onderneming niet verkeerd om over extra cash te beschikken. Heel veel bedrijven – ook ondernemingen die doorgaans heel gul zijn tegenover de aandeelhouders – beslisten recent om die reden voorlopig geen dividenden meer uit te keren. De goede huisvaders onder de aandeelhouders zullen ook wel beseffen dat zeker in COVID-tijden voorzichtigheid geboden is. Desondanks was de teleurstelling bij een aantal beleggers groot genoeg om tot verkoop van het aandeel over te gaan.

Twee dagen na de publicatie van de kwartaalresultaten raakte ook bekend dat 'le nouveau Agfa' ook een 'nouveau président' krijgt. Klaus Röhrig geeft de voorzitterszetel door aan Frank Aranzana. Röhrig blijft zich als lid van de Raad van Bestuur wel inzetten voor de onderneming. De aankondiging leidde tot onrust bij beleggers en speculaties van analisten. Terwijl de echte reden gewoon in het persbericht over de voorzitterswissel staat. Röhrig vond dat hij door de COVID-19-reisbeperkingen niet voldoende in Mortsel aanwezig kon zijn. Hij woont immers in Oostenrijk. Van in het begin van zijn voorzitterschap was bovendien duidelijk dat hij de post slechts tijdelijk zou bekleden. Frank Aranzana is Fransman, maar hij woont al ruim 20 jaar in België. Hij maakt sinds vorig jaar deel uit van de Raad van Bestuur.

Een miljoen liter extra i



In het vorige PLUS-nummer kon je lezen dat Agfa haar inktproductiecapaciteit voor watergebaseerde inkt zal uitbreiden. Wij spraken met Hans D'Hondt, Manager Chemische Bereidingen en leider van dit project, over de voorbereidingen en het productieproces.

HANS D'HONDT: "Vandaag produceren we onze op water gebaseerde inkten in gebouw 188. Maar om tegemoet te komen aan de vraag van de markt, ontstond de nood aan een inktproductie-eenheid met groeimogelijkheden. In de aanloop van het project werden er verschillende locaties voor de nieuwe productie-eenheid overwogen. Uiteindelijk is er gekozen voor een reconversie van de oude gietzaal M037 en haar bereidingsplaats E037. Ook de ketels hiervan kunnen worden gerecupereerd. De nieuwe productie-eenheid bevindt zich in gebouw 531, op het gelijkvloers. Een bijkomend voordeel van deze locatie is dat we gebruik kunnen maken van andere voorzieningen zoals voorraadvaten, het labo,... En zeker zo belangrijk: ook de kennis en competenties van onze collega's op het vlak van bereidingen zijn hier aanwezig."



Het project werd goedgekeurd op het EMM van 5 februari van dit jaar. Op 20 februari was er reeds een kick-off meeting met het voltallige projectteam. De werken werden gestart in maart en na een tijdelijke stilstand wegens COVID-19 werden ze eind april hervat. In maart 2021 zullen we kunnen beginnen met enkele

inkt – om te beginnen...

proefproducties. Op 1 juni 2021 zullen de ‘sleutels’ formeel overhandigd worden aan productie. De nieuwe installatie is erop voorzien om per jaar circa 1 miljoen liter watergebaseerde inkt te kunnen produceren en er zijn mogelijkheden om dit in een later stadium nog verder uit te breiden.

De inkten die op deze nieuwe lijn geproduceerd zullen worden, zijn bedoeld voor het drukken op het papier dat gebruikt wordt in de productie van laminaten voor vloeren en meubels. Deze inkten worden door Agfa onder de naam Agora AQ SP-DL op de markt gebracht. Er zijn vier kleuren: cyaan, magenta, geel en zwart.

Multidisciplinaire aanpak

Zoals de meeste projecten van deze omvang bij Agfa is dit een multidisciplinair project. Hans D’Hondt: “De afdelingen MM/PEM en MM/PAU zorgen voor de projectleiding, met Roger Hendriks als algemene projectleider, en voor de technische implementatie. ICS/MES levert

de productiesturing, Supply Chain heeft de planning en het voorraadbeheer in handen, MTC staat in voor de begeleiding van de formulering en de invoering in productie, PFM voor kwaliteitsbewaking, de milieudienst voor de vergunningen en afvalbehandeling, en last but not least staat EB2 in voor de productie.”

In een uiterst efficiënt productiecentrum zullen zowel R&D- als kwaliteitscontroleteams onderdak vinden. Hans licht toe: “Alle kennis en expertise voor elke stap in het productieproces – van idee tot eindproduct – is aanwezig in Mortsel. Denk hierbij aan onderzoekers, dispersiespecialisten, applicatie-experts, keuringslabo’s en technische diensten die de installatie gebouwd hebben en ze door en door kennen. Hierdoor kunnen we zeer snel inspelen op eventuele problemen, van welke aard dan ook, en dus de productie op een uiterst efficiënte manier ondersteunen. Ook in de UV-inktproductie is dit al meermaals van pas gekomen en deze visie en strategie zijn ook bij eerdere investeringen voordelig gebleken.”



Half augustus werden de parelmolens geplaatst waarin de pigmentdispersie gemaakt wordt die de basis vormt van Agfa's inkten.

Van pigment tot container

Hoe wordt zo'n inkjetinkt nu eigenlijk gemaakt? "Om te beginnen moeten de aangekochte pigmenten in een vloeistofstroom ingebracht worden", zegt Hans. "Dat noemen we het bevochtigen van het pigment. Eenmaal alle pigmenten in de vloeistof – water dus in het geval van watergebaseerde inkten – zijn opgenomen, moeten ze nog fijner gemalen worden. Zo bekom je een dispersie, die een hoge concentratie aan pigment bevat. De inkt wordt verder bereid door aan de pigmentdispersie meerdere functionele ingrediënten toe te voegen die de performantie van de inkt bepalen, zowel met het oog op het inkjetdrukproces als met het oog op de eindapplicatie." (zie ook kaderstukje op de pagina hiernaast)



Hans D'Hondt: "De nieuwe installatie kan ongeveer 1 miljoen liter watergebaseerde inkt per jaar produceren. In een later stadium zijn er mogelijkheden om dit verder uit te breiden."

"Tot slot wordt de inkt gefilterd en afgevuld in een recipiënt op maat van de klant. In dit project gaat het om industriële drukkerijen en worden er IBC-containers of cubitainers gebruikt."

Specifieke productievereisten

Watergebaseerde inkten en UV-inkten worden beter niet in dezelfde installatie gemaakt. "Hoewel het pigment voor beide inkten hetzelfde is, is het solvent verschillend en niet compatibel", legt Hans uit. "UV-inkten hebben als basis een monomeer en watergebaseerde inkten uiteraard water. Productie in eenzelfde installatie leidt tot grote verliezen doordat er intensief moet worden gereinigd bij de overschakeling tussen beide types."



Collega Roger Hendriks neemt de algemene projectleiding waar voor dit multidisciplinaire project.

Agfa-inkten staan bekend om hun uitstekende consistentie van batch tot batch, die ze te danken hebben aan een combinatie van elementen. “Om die consistentie te garanderen, wordt al zeer vroeg in de productieketen, met name tijdens de onderzoeksfase, aandacht geschonken aan een robuuste formulering. Dit wil zeggen dat de inkt optimaal moet presteren in een breed spectrum van variabelen (verschillende printers, druksnelheid, temperatuur, vochtigheid...), in plaats van afgesteld te zijn op één specifieke conditie. Bij elke nieuwe inkt gebeurt er een officiële overdracht tussen R&D en productie om het proces en de grondstoffen in detail te bespreken. Daarbij worden procescondities op industriële schaal vastgelegd. Vooral het aanmaken van de inkt-dispersie (het bevochtigen en het malen) is bepalend voor de eindkwaliteit van de inkt. Die productiestap dient dus

repetitief en onafhankelijk van de operator uitvoerbaar te zijn, om batch na batch dezelfde kwaliteit te kunnen waarborgen. Daarom worden er tijdens het proces naast de klassieke data, grondstofpartij en hoeveelheid, ook instrumentele data gelogd en gecontroleerd. Denk daarbij aan maalinstellingen, rondpompdebieten, temperatuurprofielen, enzovoort.”

“Na de dispersiestap wordt al een eerste kwaliteitscontrole ingebouwd. Zonder vrijgave van de dispersie zal er niet verder gewerkt worden. Ook op het einde van het productieproces wordt iedere batch inkt opnieuw streng gecontroleerd voor de containers gevuld worden. Enkel zo kunnen wij onze klanten garanderen dat elke nieuwe batch Agfa-inkt even goed is als de vorige.”



Industriële toepassingen met een hoog inktverbruik

“Agfa en Unilin (producent van onder andere QuickStep-vloeren, met hoofdhuis in Wielsbeke) hebben via een doorgedreven samenwerking een oplossing uitgewerkt voor het digitaal drukken van zogenaamd décorpapier”, zegt Marc Graindourze, Business Manager Industrial Inks. “Met de door ons ontwikkelde waterige pigmentinkjetinkten kan het bestaande laminaat-productieproces vanaf het gedrukte papier behouden blijven. Inkjetdruk biedt belangrijke economische voordelen tegenover de traditionele gravuredruk: het ontwerp kan meteen op het substraat gedrukt worden zonder extra tussenstap, er is geen beperking op het aantal lopende meters – wat handig is voor kleine oplages – en er kan supersnel omgeschakeld worden tussen verschillende designs. Agfa heeft de inkten perfect afgesteld op de hoogtechnologische K&B RotaJET-printer die in single pass drukt op de volle laminaatbreedte (2,20 m) aan een hoge snelheid (tot 150 m/min). Het mag duidelijk zijn dat dit een zeer hoog inktverbruik betekent; vandaar de verpakking in cubitainers. Deze toepassing past perfect in de Agfa-strategie om het inktvolume voor industriële toepassingen in de komende jaren sterk te doen groeien. Daarvoor is deze investering in inkt-productiecapaciteit van groot belang.”



Het Huis van Werkvermogen



Laat je inspireren!

Aan een huis moet je altijd blijven werken. Dat geldt voor je eigen huis en dus ook voor het Huis van Werkvermogen. Exact vier jaar geleden opende Agfa de deuren van het Huis van Werkvermogen met als doel ons bewustmaken van het belang van een zinvolle, gezonde en evenwichtige manier van werken doorheen heel onze loopbaan.

In onze bedrijfscultuur moedigen we persoonlijke groei, continu leren en positieve samenwerkingsverbanden sterk aan. Dit zijn belangrijke elementen om je als persoon, maar ook als organisatie aan te kunnen passen aan de huidige, continu veranderende samenleving en bedrijfs-economische situatie. Zelfs zonder COVID-19 is dit nodig.

Met dit doel voor ogen organiseren we in het najaar een aantal inspiratiesessies die je even doen nadenken over bepaalde aspecten van je manier van functioneren.

In elk van deze sessies zetten we een bekend boek in de kijker en nodigen we de auteurs uit om hun inzichten met ons te delen. We hebben een aantal actuele thema's geselecteerd die aanleunen bij de waarden van Agfa en bij het welzijn op het werk en die ook kaderen in de filosofie van het Huis van Werkvermogen.

Op het moment van publicatie zal de eerste sessie, Mentaal Kapitaal, al achter de rug zijn. Je kan de webinar van deze sessie echter ook uitgesteld bekijken. De volgende sessies vinden plaats in oktober en november.



Omwille van COVID-19 zullen deze inspiratiesessies via webex plaatsvinden. Je kan deze, na inschrijving, live mee volgen. Een paar dagen later zullen ze eveneens als een opgenomen webinar op Percipio beschikbaar zijn.

Meer info over de sessies en een inschrijvingslink vind je in de opleidingskalender op het intranet van HR Benelux (<https://bit.ly/3gPbimf>).

Hieronder vind je alvast wat meer info over de onderwerpen

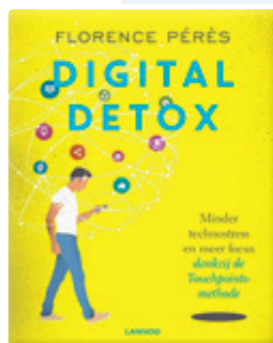


Wellbeing = Winst - Waarom gezonde en gelukkige medewerkers het belangrijkste kapitaal van een onderneming zijn

Ann De Bisschop –
donderdag 26 november

Medewerkers zijn het belangrijkste kapitaal van een onderneming.

Daarom is investeren in het welzijn van de medewerkers geen overbodige luxe, maar een absolute must. De spreker kiest voor een mix van de concrete tips & tricks uit haar boek en ze staat stil bij wat de rol van de organisatie én van de leidinggevende is in het werkgeluk en enthousiasme van de medewerkers. Onder meer volgende onderwerpen komen aan bod: Waarom een welzijnsbeleid? Wat is de rol van de organisatie, de leider én de medewerker zelf. Het belang van focus, pauze en bewegen. Tips voor een goede nachtrust en voeding die je energie geeft i.p.v. wegneemt. Een efficiënter vergader- en mailbeleid. De vaardigheden van een goed leider.

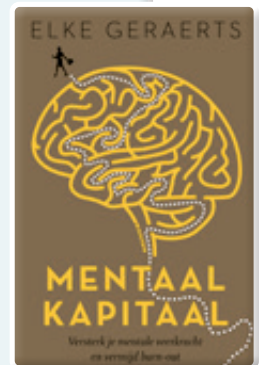


Mentaal Kapitaal (in tijden van COVID-19)

Elke Geraerts – woensdag 16 september

In deze webinar belichten we de belangrijkste componenten van mentale veerkracht en hoe we deze kunnen inzetten om gezwind om te gaan met veranderingen die COVID-19 ons opdringt. De webinar is een eyeopener die duidelijk maakt dat investeren in je eigen brein leidt tot meer productiviteit, energie en geluk en minder angst en bezorgdheid.

Wat neem je mee? Hoe je je veerkracht in je werk en privé kan versterken. Hoe je thuis gefocust kan werken. Hoe je een effect kan hebben op je eigen mindset. Hoe je structuur kan creëren in online meetings. Praktische technieken om je brein en focus te trainen. Het belang van verbondenheid in deze tijd van sociale afstand.



Digitale Balans - Orde & balans in je digitaal communicatielandschap

Florence Pérès – donderdag 1 oktober

We voelen de druk om permanent bereikbaar en beschikbaar te zijn via allerlei kanalen. We verliezen onszelf in de reactiviteitsmodus en de digitale chaos. Het is voortdurend zoeken naar een balans. En toch zijn we meer dan ooit geconfronteerd met nieuwe manieren om ons werk te organiseren en om met elkaar te communiceren. Het is cruciaal om het overzicht te behouden en een aantal technieken hiervoor toe te passen. Verwacht een praktische webinar voor meer orde en balans in telewerken en digitaal communiceren in het bijzonder.

Wat neem je mee? Aandacht hebben voor je bereikbaarheid én je beschikbaarheid en hoe je dit organiseert. Weten welk communicatiekanaal je het best hanteert als thuiswerker. Digitale orde realiseren in je digitaal communicatielandschap. Beter e-mailen en tele-vergaderen dankzij een aantal heel praktische en concrete tips.

Begin juni werd een nieuwe huisstijl voor de HealthCare IT-divisie voorgesteld. Het is het logische gevolg van enerzijds de nieuwe strategie die in 2019 voor deze divisie werd vastgelegd en anderzijds van de verkoop van een deel van de activiteiten (HCIS en ICAS) aan Dedalus in mei. De visuele make-over geeft een boost aan het merkimago van Agfa HealthCare en presenteert de divisie op een nieuwe, moderne manier. De focus ligt 100% op de Imaging IT-software-business, met het Enterprise Imaging Platform in het middelpunt.



**Enterprise
Imaging
Platform**

Nieuwe huisstijl voor Agfa HealthCare



Wat is een huisstijl?

De huisstijl van een organisatie is de manier waarop ze zich aan de buitenwereld presenteert. In een enge betekenis is het de visuele identiteit van een organisatie. Hieronder vallen de naam, het logo, de kleur, de typografie (lettertype), de vormtaal en de fotografijstijl. Al deze elementen moeten door alle medewerkers op een consistente manier worden gebruikt. Soms hoor je ook de term 'Corporate Identity'. Maar vaak gaat dit veel verder dan alleen de huisstijl. Denk dan bijvoorbeeld aan de bedrijfscultuur, de kernwaarden van een onderneming of ook de branding, het merk.

Enterprise Imaging Platform

Voor Agfa HealthCare staat het Enterprise Imaging Platform centraal in de nieuwe strategie. Om dit belang als hoeksteen van de nieuwe merkidentiteit nog extra in de verf te zetten, werd een visueel ontwerp voor het Platform. De visueel, geïnspireerd op de Agfa-ruit (ook wel rhombus genoemd) drukt in een eenvoudig, maar toch gesofisticeerd ontwerp het modulaire, schaalbare en uitbreidbare karakter van het Enterprise Imaging Platform uit. Dit beeld zal de divisie in heel wat van haar communicaties gebruiken.



Presentaties

Er is ook een volledig nieuwe presentatie samengesteld die de divisie in een dertigtal slides toelicht. Er is aandacht voor de toegevoegde waarde van de divisie, voor de manier waarop zij zich onderscheidt van de concurrenten, voor haar belangrijkste klanten, haar geschiedenis en haar kerncijfers,... Gebruik makend van dezelfde vormgeving is er ook een template beschikbaar waarmee je individueel aan de slag kan.

Fonts, kleuren en beelden

De nieuwe look & feel van Agfa HealthCare zal voortaan ook bepaald worden door twee nieuwe elegante en herkenbare lettertypes: Montserrat en Lato. Deze worden gebruikt voor alle gedrukte publicaties en (e-)advertenties. Door deze fontkeuze kreeg ook de beschrijving 'HealthCare' in het Agfa HealthCare-logo een opfrisbeurt.

Het kleurenpalet werd ook geüpdatet. Een modern en gesofisticeerd donkerblauw is nu de hoofdkleur. Deze kleur moet vertrouwen en expertise uitstralen.

Die boodschap wordt ook doorgetrokken in de beelden, de foto's en icoontjes die gebruikt worden. In de beeldtaal wordt vooral de nadruk gelegd op samenwerking tussen zorgverstrekkers, maar ook op samenwerking met de IT-teams in de ziekenhuizen.

“Een opgefriste, moderne huisstijl geeft een boost aan het imago van de Agfa HealthCare-divisie.”

**Katoesja Van der Hoeven,
Marcom IT Manager Agfa HealthCare**

Het Agfa HealthCare Brandbook

De hiervoor beschreven voorbeelden vormen slechts het topje van de nieuwe huisstijl. Alle elementen en alle voorschriften, uitvoerig geïllustreerd met voorbeelden, vind je in het Brandbook. Dit brandbook kan je op de intranetsite van Agfa HealthCare raadplegen via deze link <https://bit.ly/3gvDqLM>.



Wordt vervolgd

De nieuwe huisstijl wordt uitgerold in alle communicatiedragers, dus ook de website krijgt een nieuwe look. Tegen het einde van de zomer zal ook die in een nieuw kleedje on-line gaan.

Wil je meer weten over de Agfa HealthCare-huisstijl? Stuur een mailtje naar Katoesja Van der Hoeven of Eva De Herdt van het Global Marketing Team van Agfa HealthCare.



Van radiologie tot intensieve zorgen



Digitale beeldvorming maakt het verschil

De COVID-19-pandemie heeft nog niet veel aan kracht verloren en zet ziekenhuizen wereldwijd nog steeds onder grote druk.

Zo ook het Municipal Clinical Hospital No 11 in Barnaul, Rusland. Het ziekenhuis is een COVID-19-opvangcentrum voor kinderen en zwangere vrouwen.

Deze trouwe Agfa-klant heeft onlangs drie Agfa DR Retrofit-systemen met MUSICA Chest+ beeldverwerkingssoftware aan haar portfolio van digitale oplossingen toegevoegd. De nieuwe apparatuur helpt het ziekenhuis om te voldoen aan de behoefte aan snelle, kwalitatief hoogstaande en hygiënisch verantwoorde beeldvorming. Het ziekenhuis had de DR Retrofit en de MUSICA Chest+ software al besteld voordat COVID-19 toesloeg.

Dr. Andrey Kolomiets, hoofdarts van het ziekenhuis zegt: "Deze toestellen bieden zo'n enorme voordelen: we kunnen ze gebruiken precies waar ze nodig zijn, met inachtneming van de hygiënische en epidemiologische maatregelen. De beelden worden onmiddellijk naar de radiologen gestuurd voor diagnose, wat van cruciaal belang is bij het omgaan met dit soort uitbraken. En indien nodig kunnen we een van deze systemen zeer snel naar elke afdeling voor Intensieve Zorgen brengen."

Zijn collega, Dr. Olga Larionova, hoofd van de röntgenafdeling vervolgt: "Door COVID-19 hebben we een stroom patiënten die we snel moeten kunnen onderverdelen. De snelheid en mobiliteit van de DR Retrofit heeft onze productiviteit aanzienlijk verhoogd. Met de verhoogde werkdruk, inclusief het toevoegen van een extra neuro-vasculaire unit, is dit een heel belangrijk voordeel".



De MUSICA Chest+ beeldvorming zonder raster is ook een enorme hulp in de strijd tegen COVID legt Dr. Larionova uit. “Het is erg moeilijk om een goede kwaliteit te verkrijgen bij een borstopname in een afdeling voor Intensieve Zorgen. De ruimte is er krap en de patiënt kan bewusteloos zijn of om een andere reden moeilijk te positioneren zijn. Vroeger moesten we daarom deze patiënten soms toch verplaatsen om de afbeelding met raster te kunnen maken. Maar met MUSICA Chest+ is dit niet langer nodig. We krijgen beelden van hoge kwaliteit op Intensieve Zorgen, met een even scherp beeld als zouden we een raster gebruiken. Bovendien vereist de beeldvorming van de longen met behulp van een raster een hogere stralingsdosis, dus het elimineren van het raster is ook daarom een groot voordeel. Vooral omdat patiënten in de Intensieve Zorgen vaak meer röntgenopnames nodig hebben, is de hoeveelheid gebruikte straling erg belangrijk.”



Dr. Olga Larionova: “De snelheid en mobiliteit van de DR Retrofits heeft onze productiviteit aanzienlijk verhoogd.”



Dr. Andrey Kolomiets: “Indien nodig kunnen we een van de Retrofit-systemen zeer snel naar elke afdeling voor Intensieve Zorgen brengen.”

Maar COVID-19 is niet de enige zorg van dit ziekenhuis. Het is ook niet het enige ziektebeeld waarbij zeer snelle beeldvorming van groot belang is. “Naast de huidige extra belasting door COVID-19 hebben we ook een uitgebreide trauma-afdeling waar we in staat moeten zijn om op elk moment beelden te kunnen maken. Verder hebben we een röntgeneenheid in het neuro-vasculaire centrum, waar we onze multi-spiral CT scanner hebben. Agfa’s Retrofit-oplossing maakt het mogelijk tegelijkertijd CT’s van de hersenen en röntgenfoto’s van de longen te nemen van inkomende beroertepatiënten, zonder dat we ze naar een andere kamer moeten vervoeren. Elke seconde telt voor deze patiënten, dus het vermogen om een volledig onderzoek uit te voeren in dezelfde kamer, in slechts een paar minuten tijd, is heel belangrijk”, legt Dr. Larionova uit.

Het volledige verhaal kan je terugvinden op de blog op de website van Radiology Solutions.



Zo'n zes jaar geleden, in augustus 2014, haalde onze fabrieksschoorsteen de voorpagina van de Gazet van Antwerpen.

Dat had twee redenen. Enerzijds brokkelden er toen heel wat schilfers van de schoorsteen af die dus een potentieel gevaar betekenden en anderzijds wilde de stad Mortsel de schoorsteen als monument klasseren.

Een monument van

De schoorsteen dateert al van 1928. Het is dus niet verwonderlijk dat er enkele ingrijpende restauratiewerken nodig zijn om dit erfgoed in al zijn glorie te behouden. Door schade te wijten aan opeenvolgende perioden van vorst en dooi vielen geregeld stukjes baksteen naar beneden. Doordat die baksteendeeltjes afketsten op de waterbak onderaan de schoorsteen sprongen ze verder weg dan verwacht en vormden ze een te groot risico.

De 68 meter hoge schoorsteen is van ver zichtbaar en vormt zo een baken voor de omgeving. Aanvankelijk was de schouw zelfs 72 meter hoog. In 1992 werd de kraag afgebroken, zodat ze nu een paar metertjes korter is. Voor een bakstenen exemplaar is die hoogte bijzonder.

In 2016 werd het dossier van de stad Mortsel goedgekeurd en werd de schoorsteen als monument erkend. In 2019 kende toenmalig Vlaams minister-president Geert Bourgeois het subsidiedossier goed voor de renovatie van de schoorsteen. Hiermee zal zo'n 60% van de renovatiewerken kunnen worden gefinancierd. Vorige maand kon na heel wat voorbereidend studiewerk met de werkzaamheden worden begonnen. Eindelijk kan je zeggen, maar er zijn heel wat elementen geweest die het renovatieproces vertraagden. Niet alleen de administratieve rompslomp en het voorbereidend studiewerk namen heel wat tijd in beslag. Ook het voorschot op de renovatiepremie liet wat op zich wachten. Als alles in gereedheid werd gebracht, zorgden eerst onze



n een schoorsteen

slechtvalken nog wat voor vertraging (zie kaderstukje) en uiteindelijk was er ook nog eens COVID-19 dat voor problemen zorgde.

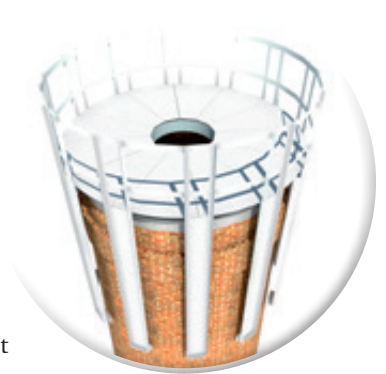
Wat gaat er juist gebeuren?

De volgende zes maanden staat er heel wat te gebeuren. De schouw wordt langs binnen helemaal gereinigd. Verder moet het loopplatform worden verwijderd. De stalen poort wordt gedemonteerd en vervangen door een nieuwe geventileerde opening. Ook de metalen spanbanden binnen in de waterbak worden vervangen. Al het voegwerk moet volledig worden vervangen en de beschadigde bakstenen worden uitgekapt en eveneens vervangen. De buitenzijde van de waterbak en de staal-



constructie worden geschilderd.

De gevel wordt gereinigd en behandeld. Er wordt vervolgens een steenverharding aangebracht en tot slot wordt er een metalen kroon boven op de schoorsteen geplaatst (zie bijgevoegde tekening). En ook de nieuwe bliksemafleiders en de nodige verlichting mogen niet vergeten worden.



Een gespecialiseerd team schoorsteenbouwers staat in voor de uitvoering van de werken. Zij werken met individuele valbeveiliging vanop een consolestelling en een modulaire hangstelling. Het materiaal en een personenmand (o.a. voor evacuatie) worden via een lier naar boven gehesen. De bediener van deze lier staat vanop de begane grond steeds in verbinding met de monteurs op de schouw.



Slechtvalken vertragen schoorsteenwerken

Om met de werken te kunnen beginnen werd er voor het broedseizoen van de slechtvalken een tijdelijke nestkast geplaatst in de nabijheid van de schoorsteen. Ondanks deze inspanningen wilde het slechtvalkenkoppel niet verhuizen. De valken bleven koppig postvatten op de schoorsteen. Er werd dan beslist om de werken uit te stellen en de nestkast terug open te maken. Een half uur later zaten de vogels er terug in met drie nakomelingen als resultaat. De werken zullen net op tijd klaar zijn voor een volgend broedseizoen van de slechtvalken.

Tijdens de Raad van Bestuur van 25 augustus 2020 gaf Klaus Röhrig aan dat hij het voorzitterschap van de onderneming wil neerleggen. Hij maakte zich steeds meer zorgen over zijn gebrek aan fysieke aanwezigheid in Mortsel als voorzitter van het bedrijf, veroorzaakt door de ernstige reisbeperkingen – Klaus Röhrig woont in Wenen – die een gevolg zijn van de Covid-19-pandemie en die nog heel wat maanden kunnen voortduren. Bovendien was het van in het begin van zijn voorzitterschap vorig jaar duidelijk dat hij de post slechts tijdelijk zou bekleden.

Frank Aranzana nieuwe voorzitter van de Raad van Bestuur

De Raad van Bestuur aanvaardde het ontslag van Klaus Röhrig als Voorzitter en benoemde Frank Aranzana, lid van de Raad van Bestuur sinds mei 2019, tot zijn nieuwe Voorzitter.

FRANK ARANZANA: “Het is een eer om de rol van Voorzitter bij Agfa-Gevaert op mij te nemen.

Onder het voorzitterschap van Klaus Röhrig heeft het bedrijf een aantal mijlpalen bereikt, waaronder de succesvolle verkoop van een deel van de HealthCare IT-activiteiten en de overgang naar een nieuwe CEO. Ik wil Klaus Röhrig, die de onderneming zal blijven steunen als lid van de Raad van Bestuur, bedanken.”



KLAUS RÖHRIG: “Het is een voorrecht geweest om de onderneming te helpen navigeren in de huidige uitdagende markt, door nauw samen te werken met mijn collega's van de Raad van Bestuur en het Executive Management van Agfa-Gevaert. Er liggen nog heel wat uitdagingen in het verschiet, niet in het minst door de COVID-19. Met Frank Aranzana's uitgebreide ervaring, vooral wanneer hij



geconfronteerd werd met de financiële crisis van 2008, is Agfa-Gevaert echter in goede handen. Ik ben dan ook verheugd om het voorzitterschap aan hem over te dragen en me als lid van de Raad van Bestuur te blijven inzetten voor het bedrijf.”

Frank Aranzana (°1958 – Franse nationaliteit) behaalde een Bachelor in Economie en Politieke Wetenschappen aan het IEP in Parijs, een Bachelor in de Rechten aan de Universiteit van Nice en later een Master in Management aan ESSEC in Parijs. Hij begon zijn carrière in 1986 bij Dow Chemical, waar hij werkte in sales, marketing en business management. In 1996 werd hij Business Director bij DuPont Dow Elastomers. In 1999 vervoegde hij UCB als directeur van de business unit Radcure en vervolgens van Specialty Chemicals, die in 2005 werden verkocht aan Cytec Industries. Hij werd Vice President van Cytec Surface Specialties en in 2008 werd hij President van Cytec Specialty Chemicals, lid van het Executive Leadership team van Cytec en Officer van Cytec Industries Inc. In 2013 werd hij benoemd tot CEO van Allnex, de toonaangevende producent van coatingharsen die door Advent International Private Equity werd overgenomen en van 2016 tot begin 2020 was hij een Advent Operating Partner, zittend in de Adviescommissie van Allnex.

Frank Aranzana woont sinds juli 1999 met zijn vrouw en kinderen in België.



Nederlands MMC kiest opnieuw voor Agfa's Enterprise Imaging Platform

Het Maxima Medisch Centrum (MMC) met ziekenhuizen in Eindhoven en Veldhoven is onlangs een nieuwe samenwerking met Agfa HealthCare aangegaan om het ziekenhuisbrede Enterprise Imaging Platform met geïntegreerd Vendor Neutral Archive te implementeren. Het MMC zal niet alleen de rapportering van radiologie- en echocardiologiebeelden volledig in het Enterprise Imaging Platform beheren. Ook andere afdelingen waar beelden gemaakt worden, bv. nucleaire geneeskunde, voegen hun beelden toe aan het centrale archief. Het Enterprise imaging Platform wordt gekoppeld aan het elektronisch patiëntendossier. Op die manier worden alle medische beelden vlot beschikbaar binnen, maar ook buiten het ziekenhuis.

"Nu werken we nog met verschillende silo's voor het beheer van de medische beelden. Elk hebben ze hun eigen karakteristieken en die maken de uitwisseling van data gecompliceerd. We zien dan ook grote voordelen aan het hebben van één oplossing die alle beelden van de diverse afdelingen van ons ziekenhuis samenbrengt," zegt Michiel Baldal van MMC. "De invoering van één centraal platform zal ons helpen om de doelmatigheid, kwaliteit en veiligheid van de zorg te verhogen.."

MMC is al de vijfde Nederlandse ziekenhuisgroep die samen met Agfa HealthCare nagenoeg alle medische beelden via één centraal platform in het patiëntendossier zal integreren.



Pietermans diversifieert met Agfa-printer

De in Lanaken gevestigde Drukkerij Pietermans boort met Print, Sign & Cutting-services een nieuwe markt aan naast haar reeds bestaande offsetactiviteiten. Hiervoor investeerde het bedrijf eind vorig jaar in een Anapurna H2500i LED hybride grootformaatinkjetprinter van Agfa, alsook in een grootformaat snij- en freesplotter. Zaakvoerder Jack Pietermans is enthousiast.

Hij vertelt: "Wij hebben machines van verschillende fabrikanten bekeken en getest, maar ook al waren ze zeker niet de goedkoopste, uiteindelijk hebben we toch voor Agfa gekozen. Een heel belangrijke reden is dat Agfa een Belgische fabrikant is, waarbij zowel R&D alsook het servicecenter heel dichtbij zitten. We hebben gemerkt dat ze hierdoor heel kort op de bal kunnen spelen. Voor een productiebedrijf is dat een must. Ook het feit dat de inkten hier in België gemaakt worden, vind ik een enorm pluspunt."

Over de machine zelf zegt Jack: "Omschakelen tussen platen en rolmateriaal gaat zeer snel en het is super-eenvoudig. Je kan het rolmateriaal gewoon in de machine laten hangen. In functie van het gekozen materiaal stelt de printer zich ook volautomatisch in, zodat er quasi geen tijd verloren gaat bij een wissel. Het feit dat je ook overal makkelijk aan en bij kan, maakt het nog eenvoudiger."

#StrongerTogether



XERO Viewer en Microsoft Teams voor een snellere aanpak van COVID-19

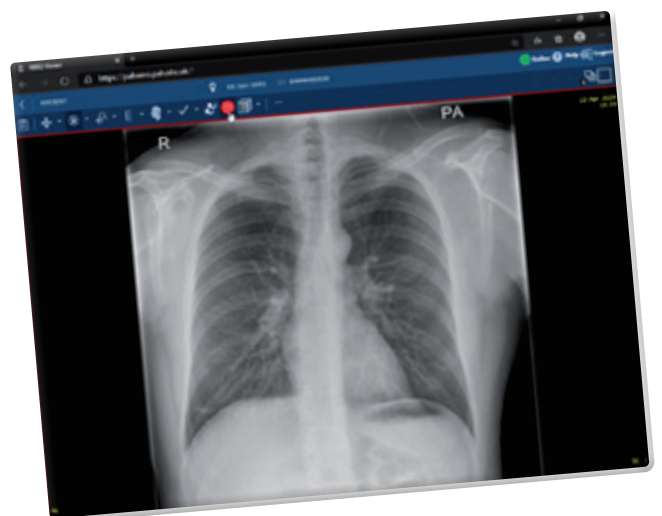
Tijdens de COVID-19-pandemie is er meer dan ooit een acute nood aan samenwerking tussen ziekenhuizen onderling en tussen zorgverstrekkers binnen en buiten het ziekenhuis. Het kunnen delen van medische beelden is daarbij van groot belang. Met dat doel voor ogen hebben Agfa HealthCare en Microsoft hun krachten gebundeld om hun XERO Universal Viewer en Microsoft Teams-toepassing met elkaar te verbinden.



Agfa HealthCare gebruikt al een tijdje het communicatie- en samenwerkingsplatform Microsoft Teams en ook bij de National Health Service (NHS) in het Verenigd Koninkrijk wordt dit platform volop uitgerold. Collega Paul Lipton, Solution Manager Enterprise Imaging, zag daarin een kans om het verschil te maken tijdens de COVID-19-crisis.

Lange dagen en avonden werkte hij samen met collega's van Agfa en Microsoft om Agfa's XERO Universal Viewer te integreren met Microsoft Teams. Paul omschrijft het als een unieke gelegenheid om al zijn vaardigheden en al wat hij de afgelopen jaren over gezondheidszorg geleerd heeft te bundelen in één oplossing. Het Princess Alexandra NHS Hospital sprong als eerste mee op de kar en implementeerde de geïntegreerde oplossing.

Meer dan 450 zorgverstrekkers maken nu gebruik van de XERO/Teams-oplossing om dringende beelden

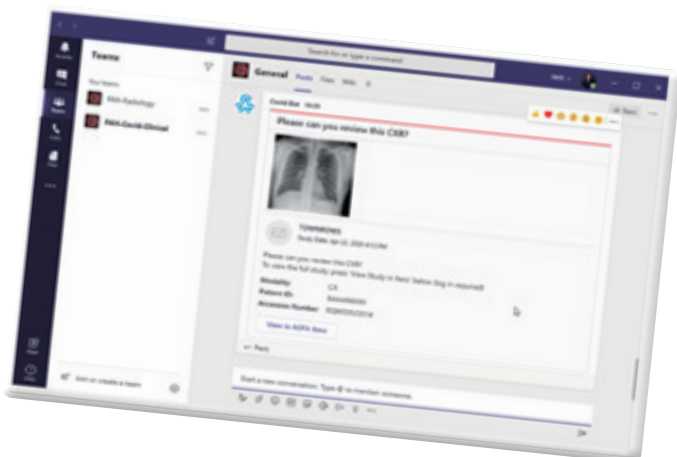




van COVID-19-patiënten te delen en advies in te winnen bij andere collega's. Ze werken nu vanop afstand maar toch in real-time samen. Bijkomend voordeel is dat de zorgverstrekkers hun adviesvraag in één keer aan een ruimer virtueel panel kunnen voorleggen in plaats van dat ze één voor één op zoek moeten gaan naar iemand die op dat moment beschikbaar is. Vergeet daarbij niet dat tijdens de pandemie veel radiologen gevraagd werden om van thuis te werken. Zo werd vermeden dat ze ziek werden en hun activiteiten zouden moeten staken. Bovendien ondersteunt de geïntegreerde oplossing alle

soorten van toestellen waarop beelden bekeken kunnen worden, ook mobiele telefoons. De tijdswinst van de XERO/Teams-integratie is voor veel COVID-19-patiënten al van onschatbare waarde gebleken.

Deze innovatieve oplossing – die genomineerd werd voor een IT Technology Award in het Verenigd Koninkrijk - zal ook in de toekomst het verschil blijven maken. Volkomen terecht wordt collega Paul Lipton in een recent artikel op HealthManagement.org dan ook voorgesteld als een van de COVID-19-helden.



Microsoft Teams, ook wel afgekort tot Teams, is een communicatie- en samenwerkingsplatform dat chatmogelijkheden, videoconferentie, bestandopslag (waaronder gedeelde bestanden) en integratie van applicaties samenbrengt.

Met zijn *Green Deal*-plan wil Europa tegen 2050 de netto-uitstoot van broeikasgassen reduceren tot nul. Daarmee wil het het eerste klimaatneutrale continent worden. En Agfa kan daarbij helpen.



Europa is klaar voor (veel) waterstof. Agfa ook.



Op 8 juli dit jaar publiceerde de Europese Commissie haar strategisch plan, waarin een belangrijke rol is weggelegd voor de productie en het gebruik van waterstof (H₂) als groene energie.

Zo wil Europa tussen nu en 2024 met tientallen miljarden euro's de bouw steunen van productie-installaties voor groene waterstof met een totale capaciteit van 6 GW (nvdr. groene waterstof wordt gemaakt met behulp van hernieuwbare energie). Het plan voorziet ook in steun aan de ontwikkeling van H₂-toepassingen en de bijhorende infrastructuur voor de distributie van waterstof. Europa is overigens niet de enige regio die waterstof een veel groter aandeel in de toekomstige energievoorziening toebedeelt. Ook overheden en industriële spelers in Japan, China en de VS hebben waterstof met stip genoteerd in hun prioriteitenlijst.

Het is duidelijk dat Europa voor zichzelf een bijzonder ambitieus plan heeft opgesteld. Om dat binnen de gestelde termijnen te kunnen realiseren is een vlekkeloze coördinatie essentieel tussen alle betrokkenen: de technologie-ontwikkelaars, de industriële actoren, de investeerders en de overheden samen met hun burgers. Dit alles coördineren is de opdracht van de EU Clean Hydrogen Alliance, die het forum aanbiedt om alle spelers te verenigen rond een efficiënt plan van aanpak. Agfa aarzelde niet om in te tekenen als lid van deze ongezien grote alliantie in het kader van de bijzonder grote en wereldwijde interesse, die ons ZIRFON-portfolio van elektrolysemembranen het voorbije jaar genoot.





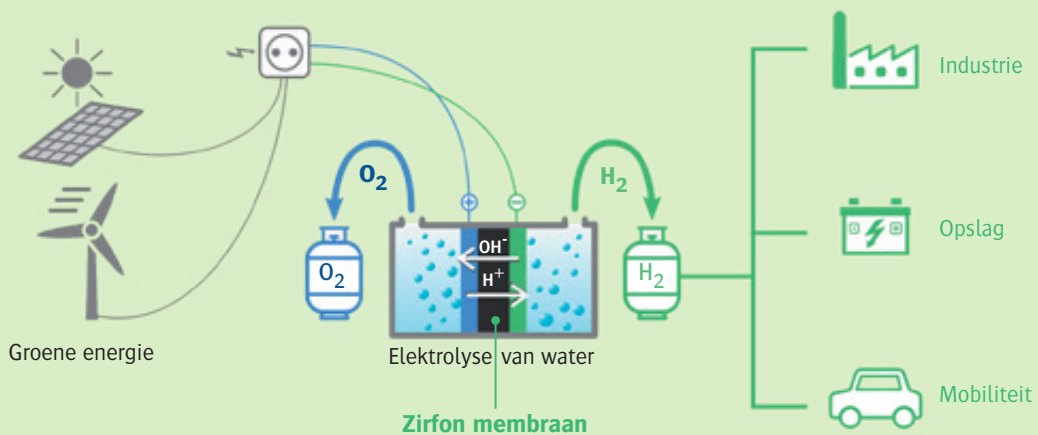
Nieuwe finishingruimte voor Zirfon

Reeds voor de publicatie van de Europese plannen maakte Agfa zich op voor de doorbraak van waterstof. Dit deed het door de productie en de confectie van Zirfon te integreren in één gebouw in Mortsel, wat de efficiëntie van de werkstromen ten goede komt. Verder werd een volautomatische snijmachine geïnstalleerd die de membraanvellen op maat snijdt en voorziet van uiterst

precies gesneden uitsparingen in functie van het type *electrolyser* waarin ze gemonteerd zullen worden. Ook de investeringen in onderzoek gingen onverminderd door om de prestatie van onze membranen te verbeteren en de concurrentie voor te blijven. Gewapend met nieuwe producten in de pijplijn staat Agfa in polepositie om een bijdrage te leveren aan de grootste mondiale ecologische ommezwaai ooit.



Groene waterstof: productie en toepassingen





In het vorige PLUS-nummer kon je lezen waarom er twee bijenkasten in het parkje van het Varenthof staan en hoe ze daar zijn terechtgekomen. Inmiddels hebben onze bijen niet stilgezeten. Eind augustus kon de imker de eerste Agfa-honing oogsten. Een delicaat, maar lonend werkje. In dit nummer lichten we ook de opbouw van een bijenkast en de rol van de werkbijen toe.

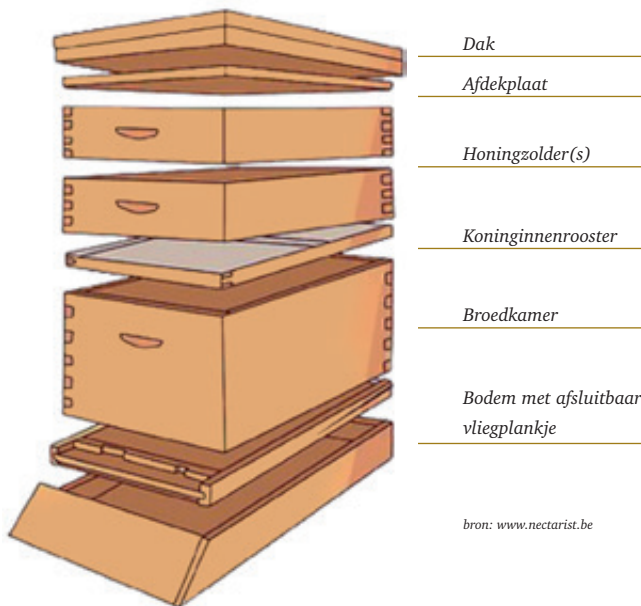


De bijen van Agfa

De bijenkast

De bodem is de basis van een bijenkast. In de bodem zit de vliegopening waarlangs de bijen in en uit vliegen. Vanaf de bodem wordt de bijenkast verder opgebouwd met één of meer broedkamers. In de broedkamer heeft de koningin de ruimte om eitjes te leggen. Op de broedkamers staan één of meer honingzolders waarin het bijenvolk zijn honingvoorraad opslaat. In een honingzolder zitten een tiental uitneembare houten kozijnen die als basis dienen voor de honingraatstructuur waarin de honing wordt bewaard.

De werkbijen maken met in hun lichamen geproduceerde bijenwas van boven naar beneden een honingraat in de houten kozijnen. De kleine uitgescheiden wasschubjes worden in de mond gekneet en gemengd met een vocht van hun klieren. Met de op deze manier voorbereide was wordt het honingraat vervolgens naadloos uitgebreid. Er zijn ongeveer 125.000 wasschubjes nodig voor 100 gram bijenwas. Die hoeveelheid is genoeg voor ongeveer 8.000 cellen waarin de bijen stuifmeel en honing opslaan en larven laten opgroeien.





Tussen de broedruimte en de honingzolders plaatst de imker een koninginnenrooster. Hierdoor kan de koningin geen eitjes leggen in de honingzolder. Dat is makkelijker bij het oogsten van de honing. Een dekplank sluit de bovenste zolder. Bovenaan komt nog een dak dat de kast beschermt tegen inregenen.

Werkbijen

De meeste bijen in een bijenkorf zijn werkbijen. Zonder deze werkers zouden de koningin en de darren niet kunnen bestaan. De onvruchtbare vrouwelijke werkbijen worden aanvankelijk alleen gevoed met koninginnengelei; in hun verdere leven hebben ze honing, nectar of stuifmeel, en een beetje water nodig. Na 21 dagen komen de volgroeide werkbijen uit de cel, compleet met een giftige angel met kleine weerhaakjes ter verdediging. Vanaf dat moment kunnen ze hun naam 'werkbijen' eer aandoen en werken tot ze erbij neervallen! In de zes weken van hun zomerleven voeren ze, afhankelijk van hun leeftijd, vrijwel alle belangrijke taken uit in de korf.



Een jonge bij blijft maximaal de eerste drie weken van haar leven in de bijenkorf en reinigt de cellen, neemt nectar en stuifmeel van de haalbijen aan, voedt dit aan de larven, construeert nieuwe honingraat uit was, regelt de temperatuur en de vochtigheid in de bijenkorf, en wordt uiteindelijk bewaker bij de ingang van de korf. Daarna verlaat ze steeds vaker de kast en wordt ze een haalbij om nectar, stuifmeel (pollen) en water te halen. Een werkbij kan tot wel 3 km ver vliegen om deze grondstoffen te zoeken. De werkster vliegt dan af en aan en wanneer uiteindelijk haar vleugels versleten zijn, verlaat ze de bijenkast om te sterven.

Oogsten van het vloeibaar goud

Als de kasten zwaar voelen van de honing en de honingraten goed verzegeld zijn, gaat de imker de honing afnemen. Eerst worden de verschillende honingraten uit de kasten gehaald. De bijen die op de raten zitten worden er voorzichtig afgeborsteld. Je wil immers geen bijen in de buurt hebben op het moment dat de honingraten



De imker haalt de honingraten uit de kasten en borstelt de bijen voorzichtig weg.



De raten worden opengebroken. Met een kam wordt de bijenwas zorgvuldig verwijderd.



De open raten worden per vijf in een centrifuge geplaatst.





worden opengebroken. Dat openbreken gebeurt met een speciale kam waarmee de was van de raten wordt geschraapt. Dat moet aan beide kanten van de raat gebeuren. De was die verwijderd werd, wordt bewaard en aan de bijen teruggegeven. Zo kunnen de bijen snel weer was verzamelen om nieuwe raten mee af te sluiten. Wanneer alle cellen aan beide kanten van een raat zijn opengemaakt, kan de honing er uit. De raten worden per vijf rechtop in de centrifuge gezet. Dan wordt de centrifuge met behulp van een slinger aangedreven. Door de middelpuntvliedende kracht wordt de honing uit de raten geslingerd, waarna hij onderaan in de centrifuge wordt opgevangen. Na een paar minuten moeten de raten worden omgekeerd, want bijen bouwen cellen aan beide zijden van een raat. De door de bijen gebouwde raten blijven op deze manier keurig intact en ze kunnen nadien teruggeplaatst worden. De honing wordt gezeefd en opgevangen. Resultaat van deze eerste oogst: een goede 15 kilo eersteklas honing!

De honing wordt in sommige gevallen geroerd om de suikerkristallen te breken. Je kan de honing echter ook onmiddellijk na het zeven in potten doen. Dan moet je de honing wel binnen de vier maanden consumeren. Anders

worden de kristallen te groot en te ruw. Het kristalliseren kan steeds teruggedraaid worden door de honing voorzichtig te verwarmen tot 50-60 graden Celcius.

Wat gebeurt er met onze honing?

Heel eenvoudig, die wordt binnenkort te koop aangeboden. Hoe en wat over de verkoop lees je binnenkort in InfoPLUS. De opbrengst gaat in elk geval naar een goed doel.



Wistjedatjes

- De koningin, zeg maar de moeder van de kolonie, kan tot vijf jaar leven. Ze is de grootste bij in de kast.
- Een koningin kan tot 2.000 eitjes per dag leggen.
- Afhankelijk van de grootte van de kast kunnen er tot 60.000 werkbijen in een kast leven. Naar schatting zijn er in de twee Agfa-kasten telkens zo'n 10.000 werkbijen actief.



Gedurende een paar minuten wordt de honing uit de raten 'geslingerd' en opgevangen.



Het resultaat van de eerste oogst zit in deze emmers. Een goede 15 kg vloeibaar goud.



Robot automatiseert het laden van drukplaten

Hij werd eind vorig jaar al ontwikkeld, maar onlangs werd de robotlader voor drukplaten officieel voorgesteld tijdens Studio 4D48 (zie ander artikel in deze Plus). Deze indrukwekkende machine automatiseert het inladen van drukplaten in plaatbelichters en verhoogt zo de efficiëntie van het drukvoorbereidingsproces.

De robotlader bevrijdt prepress-operatoren van zware en repetitieve manuele taken, zoals het inladen van platen of het vastmaken van paletten op de platenladers.

“Heatset-drukkerijen hebben gewoonlijk meerdere drukpersen met verschillende groottes en dus ook verschillende plaatproductielijnen,” legt Iris Bogunovic, Product Manager Plate & CTP Systems, uit. “De robot vervangt de volledige bestaande laadconfiguratie en maakt het drukvoorbereidingsproces efficiënter en productiever. Hij neemt bovendien 30% minder plaats in.”

In een eerste fase zal Agfa de plaatrobot aanbieden aan drukkerijen die Agfa’s Avalon VLF (very large-format)-plaatbelichters gebruiken. De oplossing is vooral handig voor drukkerijen die meerdere plaat-groottes hanteren. De robot wordt op maat van het bedrijf in kwestie gebouwd en kan gelijktijdig verscheidene plaatproductielijnen van platen voorzien – met een snelheid tot 80 drukplaten per uur. De robot is bovendien volledig geïntegreerd met Agfa’ Apogee-workflowsoftware, wat gebruiksgemak garandeert.

Stibo Complete, een toonaangevende Scandinavische drukwerkleverancier, werkt al met de robotlader. Het bedrijf investeerde de voorbije jaren fors en deed ook enkele overnames. Een efficiënte organisatie is een voorwaarde voor hun verdere succes. De robotlader past perfect in dat plaatje. “Automatisering is belangrijk in de strategie van elke groeiende en toekomstgerichte onderneming,” zegt Svend Erik Grue Nielsen, Operations and Development Manager. “Agfa’s robotlader geeft ons een concurrentieel voordeel omdat hij onze productiviteit verbetert, kosten drukt, potentiële vergissingen minimaliseert en de werkomstandigheden van onze werknemers optimaliseert. De laadrobot zorgt ervoor dat zij op jaarbasis ongeveer 230 ton minder zwaar hefwerk moeten verrichten!”



#CountOnUs: Mobeie DR in een oogwenk!

Overal ter wereld krijgen zorgteams te maken met de druk van de overweldigende COVID-19-pandemie. Daarom biedt Agfa ziekenhuizen een leveranciersneutrale mobiele DR Retrofit-oplossing aan. Hiermee kunnen ze op een makkelijke, kostenefficiënte manier hun röntgen-capaciteit verhogen. In een oogwenk worden alle analoge systemen ge-upgrade met alle voordelen van DR. Met

alleen een laptop en een detector wordt vrijwel elk mobiele analoge systeem een DR-oplossing. Een flatpanel detector, het MUSICA-workstation en de gebruikersvriendelijke MUSICA-beeldverwerkingssoftware komen samen om een vlotte workflow en eenvoudige connectiviteit te creëren.

En het beste van het verhaal? De Retrofit-oplossing kan later – wanneer de COVID-19-pandemie is geluwd – eender welke andere analoge röntgenruimte in het ziekenhuis digitaliseren.

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 **Paul Jongeneelen**.

Bij Agfa staat Paul als Reserve-Voorman in voor de goede gang van zaken in gietzalen 79 en 36. Daarnaast keurt hij ook de gefabriceerde rollen en geeft hij zijn beoordeling in het Quality Management-systeem in. Zijn vrije tijd kleurt voornamelijk rood en wit. Paul schiet dan als fotograaf bij het mediateam van Royal Antwerp FC schitterende beelden van alles wat met de club van zijn hart te maken heeft.

PLUS: *Laten we meteen met de deur in huis vallen. Hoe word je fotograaf voor the Great Old?*

PAUL: De fotografie heeft me altijd in het bloed gezeten. In de jaren '80 was ik al bezig met toen nog analoge fotografie. Door mijn werk in een volcontinu-stelsel was het combineren van werk, gezin, sociaal leven en hobby's geen evidente zaak. Sinds een jaar of vier werk ik echter niet meer in de weekends en is er ook opnieuw



“Als fotograaf be

tijd voor de fotografie. Ik had ook snel beslist dat ik dit zou combineren met mijn passie voor het voetbal. Ik heb lang bij Berchem Sport gespeeld. Jammer genoeg heb ik wel net niet de eerste ploeg gehaald. Vanuit die tijd stamt ook mijn grote belangstelling voor de voetbalstadions. Ik zocht een manier om ze goed in beeld te brengen. Een aantal jaar geleden ben ik daar dan ook systematisch mee begonnen.

PLUS: *Welke stadions heb je zo allemaal gefotografeerd?*

PAUL: Uiteraard ben ik bij Berchem Sport begonnen. Gelukkig maar, want inmiddels is het oude stadion gesloopt. Daarna heb ik ook alle clubs in het Antwerpse aangedaan: Beerschot, Hoboken, City Pirats, en Antwerp natuurlijk. Maar ook in de provincie heb ik mijn tocht verdergezet langs Lierse, Rupel Boom, KV Mechelen en Racing Mechelen. Veel van die clubs gaan hun stadion binnen enkele jaren saneren en vernieuwen. Nu is dus het uitgelezen moment om de sfeer en de charme van die oude stadions vast te leggen.

PLUS: *Gebruik je daarvoor een speciale techniek?*

PAUL: Hoewel ik die foto's meestal in lege stadions maak, probeer ik ze toch vanuit het standpunt van de supporter te maken. Ik probeer weer te geven hoe die het stadion ervaart, beleeft. Ik maak ook gebruik van speciale groothoeklenzen of een fisheye-objectief met een beeldhoek van om en bij de 180°. Daardoor kan ik ook heel bijzondere effecten verkrijgen.



en ik net zo ambitieus als de club.”

PLUS: *En toen kwam Antwerp.*

PAUL: Inderdaad. Mijn stadionfoto's deelde ik sowieso met alle clubs die ik bezocht en stuk voor stuk reageerden ze enthousiast. Maar de ontvangst op Antwerp was niet alleen heel hartelijk, ze was ook zeer professioneel. Ze nodigden me uit om eens beelden te maken van een wedstrijd. En niet zomaar een wedstrijd. Het ging om de derby tegen 'den Beerschot' in play-off 2 in 2017-2018. Een gedroomde kans voor mij. Ik heb daar op mijn eigen ritme een mooie reportage van die wedstrijd kunnen maken. Maar het had ook een vervolg, want heel wat van die beelden zijn nadien ook nog gebruikt op wandposters in loges, op de website van de club, in het clubblad,... En toen vroeg de club me of ik als vrijwilliger deel wou uitmaken van het mediateam.

PLUS: *Wat houdt dat in?*

PAUL: De club heeft in haar mediateam al twee fotografen die de wedstrijden in beeld brengen. Maar voor hun steeds groeiende B2B-activiteiten had de club nood aan een derde fotograaf die zich voor een groot stuk op die activiteiten toelegt. Denk hierbij aan de gasten – klanten of partners – in de VIP-ruimte en de loges, de fandagen, activiteiten voor de jeugd,... Maar ook de wedstrijden zelf breng ik in beeld. Mijn twee collega's brengen meestal de aanval in beeld. Ik concentreer me dan vaak op de verdediging en de doelman.

PLUS: *Kom je ook in contact met de spelers? Maak je echt deel uit van de Antwerp-familie?*

PAUL: Zeker wel. De spelers contacteren ons vaak snel na de wedstrijd om te vragen of we bepaalde acties van hen in beeld hebben gebracht en of ze dat beeld kunnen krijgen. In principe is de club eigenaar van de beelden, maar uiteraard zullen ze op zo'n vraag positief reageren en kunnen we de beelden aan de spelers bezorgen. Als fotograaf breng je ook het hele gebeuren in beeld. Niet alleen de spelers. Ook met de supporters bouw je een band op. Je hebt er die al meer dan een uur voor aanvang in de tribune zitten om de sfeer te snuiven en je hebt er die zich keer op keer moeten reppen om op tijd te zijn.

PLUS: *Waar worden je foto's gepubliceerd?*

PAUL: Uiteraard op de website en in het clubblad van RAFC. Of als decoratie in de clubgebouwen. En verder lever ik ook wel eens foto's voor het blad Catenaccio, een nog jong voetbalmagazine met als doel "de verdediging van de voetbalsport". De focus ligt daarin niet op de goedbetaalde vedette. Het blad wil eerder de andere verhalen van het voetbal brengen. In het juni-nummer van dit jaar verscheen daar een reportage over het afscheid van tribune 2. Daarin werden mijn beelden van de tribune naast die uit het archief geplaatst in een verhaal van Dirk Willockx. In een andere uitgave van het blad heb ik op vraag van de voetbalbond eens een artikel over de voetbalster van het jaar, toen Tine De Caigny, mogen illustreren.



PLUS: *Met welke spelers heb je een goede band?*

PAUL: Er zijn er verschillende waarmee ik privé toch wel een goede band heb opgebouwd. Steven Defour bijvoorbeeld, is een fijne, joviale kerel die nog steeds veel plezier in het voetbal beleeft. Jammer genoeg kon hij niet blijven. Ook met Wesley Hoedt, de Nederlandse verdediger, heb ik een goede band. Dat is ook het geval met doelman Sinan Bolat, die ik zo'n drie seizoenen aan het werk heb gezien. Dat komt wellicht ook wel omdat ik voornamelijk de verdediging van de ploeg in beeld breng. En de acties van een doelman, die zijn toch een dankbaar onderwerp voor een fotograaf. Het zijn stuk voor stuk professionele spelers, maar ze hebben toch oog voor de supporter.

PLUS: *Antwerp-supporters staan erom bekend tamelijk warmbloedig te zijn. Ben je nooit bang terwijl je foto's aan het nemen bent?*

PAUL: Het is waar, het kan er soms heftig aan toe gaan. Maar je moet opgehitste mensen niet nog eens provoceren door ze expliciet, individueel te gaan fotograferen. Dat is niet mijn taak. Ik zal wel de massa, het supporterslegioen, fotograferen om de sfeer over te brengen. Maar de sfeer is in 95% van de gevallen altijd goed. Het is een vurige

sfeer, dat wel. De gezangen van duizenden mensen, dat kan best intimiderend zijn. Ook voor mij als fotograaf is dat nog steeds zo.

PLUS: *Wat zijn je verwachtingen voor volgend seizoen?*

PAUL: Met heel het Corona-gedoe is het nog wat onduidelijk hoe het seizoen zal verlopen. De interesse van de supporters is er duidelijk. De club haalt gemiddeld toch weer 15.000 supporters. En in september zou de nieuwe tribune 4 klaar moeten zijn. Normaal gezien volgt dan de vervanging van de toch wel legendarische tribune 2. Deze 97-jarige tribune wordt vanaf volgend seizoen niet meer gebruikt omdat ze niet meer voldoet aan de UEFA-vereisten. Het is duidelijk dat de club ambitieus is en wil groeien. En dat is goed, want zo kan ik als fotograaf meegroeien.



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.



AECC University College investeert in Agfa DR 600 om onderwijs te verbeteren

Om de studenten volledig voor te bereiden op het werken in een ziekenhuis heeft het AECC University College in het Verenigd Koninkrijk fors geïnvesteerd in radiografisch materiaal. Zo gebruikt de universiteit nu Agfa's Direct Radiography-oplossing DR 600 ter ondersteuning en verbetering van het onderwijs.

Agfa is trots dat het met het aan het plafond gemonteerde röntgensysteem DR 600 deel uitmaakt van dit prestigieuze radiografie-trainingsprogramma.



Cathy Berx, de gouverneur van de provincie Antwerpen, liet op 2 juli symbolisch de eerste buis van het warmtenet in de grond zakken.

Warmte Verzilverd officieel van start

Het warmtenet van Warmte Verzilverd aan de Minerve-site, op de grens tussen Edegem en Mortsel, krijgt eindelijk vorm. Cathy Berx, de gouverneur van de provincie Antwerpen, liet op 2 juli symbolisch de eerste buis van het warmtenet in de grond zakken. Daarmee gaf ze meteen ook het officiële startschot voor de bouw van de woonwijk Minerve. Binnenkort verrijzen er zo'n 300 woningen op de vroegere Gevaert 4-site. Deze woningen zullen verwarmd worden door de restwarmte van de industriële processen van de Agfa-fabriek. Bovendien voorzien de plannen meer dan twee hectare groen op de site, die tot voor kort nog zo goed als volledig gebetonneerd was. "De provincie Antwerpen neemt steeds meer het voortouw als het over duurzame stadsontwikkeling gaat. Laten we daar trots op zijn", aldus provinciegouverneur Berx.

Zo krijgen Edegem en Mortsel het eerste warmtenet van de provincie dat industriële restwarmte gebruikt om woningen van verwarming en sanitair warm water te voorzien.

VP Operations en site-manager Jozef Verdonck nam voor Agfa de honneurs waar bij de 'eerste-buis-legging'. Hij benadrukte in zijn toespraak: "De voorbije jaren hebben we sterk geïnvesteerd in duurzame oplossingen zoals onze warmtekrachtkoppeling, absorptiekoeling en warmtepompen.

Wij zijn als goede burens zeer tevreden dat we via dit project ook onze directe omgeving kunnen betrekken in ons duurzaamheidsbeleid. Restwarmte die anders verloren zou gaan, krijgt zo een nuttige bestemming in de huiskamers van onze burens. De grootste winnaar van deze win-win is echter het klimaat."



Jozef Verdonck benadrukte de duurzaamheidspolitiek van Agfa en hoe ook onze burens daar beter van worden.



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 30 oktober 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 Vindingrijke aanvaller.
- B Engelse haan op de BBQ.
- c Niet getrouwd.
- D Het slachten van pluimvee.
- E Een worm in een Franse appel.
- F Moerbeï of aardbei? Ik neem ze...
- G Zeer nat.
- H Hagepreek.
- I Sorry, dit vraagt om een poetsbeurt.
- J Hemelvaart?
- K Het niet meer begrijpen.
- L Muzikant die vals speelt.
- M Etiquette op het vliegtuig.
- N Griekse vlieger.

A				1					2										
B		3	6					16	3										
C		6	11				8												
D				10			1	10		1									
E	1			14	14														
F			9	15					16										
G				3			4			8			5						
H	2			8	13	12	12				5		9			15			
I			4			3					6				11				
J			6						9	9			17			5			
K		6				2	11				1								
L			11	6							10		9			3			
M			4	15	13					8		5				3			5
N										12	9								

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 30 oktober 2020 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Als je het meteen goed doet...

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

... lijkt het niet moeilijk!

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