

50



**Diversiteit, Gelijkheid  
en Inclusie bij Agfa**

**Welkom Inca**





4

Samen sterker of  
We are one!



6

Luisteren naar de stem  
van onze medewerkers



7

Diversiteit, Gelijkheid en  
Inclusie bij Agfa



11

Nathalie McCaughley,  
President HealthCare IT



14

Maak kennis met Andreas  
Kiederich, Agfa's nieuwe CDIO



16

Dit zijn Agfa's  
STEM-ambassadeurs!



20

Agfa steunt Oekraïne



22

AMS kiest voor Anapurna  
H1650i LED



24

"Het begint met een idee,  
maar dan start het werk pas"



28

Geniet van je vakantie



31

Eerste VALORY-radiografie-  
kamer in Europa



32

Buiten Dienst: Jan Hoefkens

## Colofon



nr. 50 – juli 2022

### 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, Veronika Pot, Shutterstock



PLUS nr. 51 verschijnt in oktober 2022

### WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Rudi Bartels, Anita Bartova, Birgitte Baten, Eva De Herdt, Petra Dams, Maria Dom, Luc Gusing, Jan Hoefkens, Ilse Joosen, Sophie Lingier, Anton Marin, Viviane Michels, Gitte Van Baelen, Guy Vandecraen, Werner Vandeveldde en Seppe van Rijsewijk

### 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,

Zoals ik al zei bij de publicatie van onze resultaten over het eerste kwartaal, leven we in een tijd van buitengewone inflatie. Deze situatie wordt veroorzaakt door geopolitieke onzekerheden – in het bijzonder het conflict tussen Rusland en Oekraïne, – ongeziene volatiliteit in onze bevoorradingsketens en aanhoudende COVID-effecten, vooral in China. De kosten van grondstoffen, energie, verpakking, vervoer en lonen stijgen aanzienlijk en verstoringen in de bevoorradingsketen hebben een sterke invloed op onze activiteiten. Toch zijn wij erin geslaagd onze marges te handhaven door prijs- en kosten-beheersingsacties. Onder impuls van de sterke prestaties van de divisie Offset Solutions hebben we onze recurrente EBITDA aanzienlijk verbeterd, wat aantoonde dat onze prijsstrategie en onze strikte kostenbeheersing hun vruchten afwerpen.

Verder hebben wij de afgelopen maanden opnieuw belangrijke stappen gezet in ons transformatieprogramma. De maatregelen die we recent genomen hebben met betrekking tot onze interne IT-diensten en onze interne financiële diensten zijn voorbeelden van hoe we ons bedrijfsmodel vereenvoudigen. Met de start van het nieuwe ICS-bedrijfsmodel en het begin van de transformatie van het Agfa ICS-platform, ben ik verheugd Andreas Kiederich te verwelkomen als onze nieuwe CDIO. Ik heb Andreas leren kennen als een energiek en enthousiast persoon en ik kijk ernaar uit om hem de onderneming in deze belangrijke volgende fase van onze ICS-transformatie te laten begeleiden.

Op 1 juni kondigden wij de afronding aan van de overname van Inca Digital Printers. Deze overname is een belangrijke stap in de verwezenlijking van onze ambitieuze groei-doelstellingen en ze zal onze positie in de markten voor sign & display en industrieel drukwerk versterken. Ik ben blij dat we nu kunnen beginnen met de integratie van Inca's activiteiten in onze organisatie. De groeimotor van het digitaal drukken heeft een enorm potentieel, dat verder versneld zal worden door de toevoeging van Inca. Ik wil graag van deze gelegenheid gebruik maken om alle Inca-collega's van harte welkom te heten.

Ook op het gebied van duurzaamheid hebben we in het eerste kwartaal goede vooruitgang geboekt. Zo is het aantal ongevallen met minstens één dag verzuim met 56% gedaald ten opzichte van het eerste kwartaal van 2021. Wat de aanwervingen betreft, is het aandeel vrouwen in het eerste kwartaal gestegen tot 35%. Dat is slechts 2% verwijderd van de doelstelling voor dit jaar!

Een van de belangrijkste aandachtspunten van Agfa's duurzaamheidsstrategie is de verdere verbetering op het vlak van diversiteit, gelijkheid en inclusie (Diversity, Equity and Inclusion – DEI). Daarom heeft het Executive Management Team overeenstemming bereikt over een aantal stappen die in 2022 en daarna genomen moeten worden. In dit perspectief ben ik blij om in dit nummer van PLUS ons nieuwe DEI-beleid te introduceren, dat onlangs werd gepubliceerd op ons intranet. Ik nodig je uit om het aandachtig te lezen, en ik hoop van harte dat je je net zo betrokken voelt bij onze reis naar diversiteit, gelijkheid en inclusie als ik.

Ik wens jou en je dierbaren een welverdiende, ontspannende en inspirerende vakantie toe.

*Pascal Juéry*



Op 1 juni kondigde Agfa op Fespa, het wereldwijde evenement van de druksector in Berlijn, de afronding van de overname van Inca Digital Printers (Cambridge, VK) aan.

# Samen sterker



Vincent Wille, Stephen Tunnicliffe-Wilson en Pascal Juéry bekrachtigen de overnameovereenkomst met een handdruk.



De overname van Inca is een belangrijke stap voor het bereiken van Agfa's ambitieuze groeidoelstellingen en ze versterkt de positie in de markten van sign & display-toepassingen en van het industrieel drukwerk. De overname omvat de portfolio van Inca's bestaande ultrasnelle multi-pass printers, een sterke serviceorganisatie en een nieuw ontworpen lijn van single-pass printers voor diverse verpakkingstoepassingen. Verder is er de gezamenlijke ontwikkeling van een aangepaste in-line drukmachine in samenwerking met de toonaangevende fabrikant van golfkartonmachines BHS Corrugated. Dit complementaire portfolio maakt van Inca een ideale partner voor Agfa. Voor Inca biedt de overname een enorme meerwaarde. Hun bereik wordt uitgebreid naar volledig geïntegreerde oplossingen bestaande uit inkten, service, software & apparatuur. Inca krijgt ook toegang tot nieuwe kanalen en markten, en zal deel uitmaken van een groep die gericht is op groei.

Vincent Wille, President van Agfa's divisie Digital Print & Chemicals, vatte het zo samen: "De combinatie van Inca Digital's knowhow op het vlak van productie en Agfa's inkten, technische expertise, wereldwijde aanwezigheid en uitstekende servicenetwerken maakt van deze stap een uitzonderlijke kans om te groeien in de snel veranderende verpakkingbusiness. We kunnen nu een sterkere positie innemen met high-end en ultrasnelle systemen in de sign & display-markt en in de in ontwikkeling zijnde karton- en golfkartonmarkten."

Stephen Tunnicliffe-Wilson, CEO/CTO van Inca Digital Printers Ltd. verklaarde: "De overname door Agfa geeft ons de kans om onze technologische knowhow te combineren. Het zal ons in staat stellen om wereldwijd een toonaangevende producent van verpakkingdrukpersen te worden. Ons nieuwe moederbedrijf geeft blijk van een langetermijnsengagement tegenover de digitale drukmarkt. We zijn er uitermate trots op dat we deel gaan uitmaken van de Agfa-familie en we kijken uit naar de samenwerking."





# of We are one!

Met het ondertekenen van de overeenkomst begint pas het echte werk. Onlangs werd een PMI-kantoor (Post Merger Integration) opgericht met meer dan 40 mensen die betrokken zijn bij verschillende werkstromen om de integratie van beide ondernemingen in goede banen te leiden. De teams zijn de afgelopen weken al begonnen met vergaderen om elkaars bedrijven en producten beter te leren kennen. Een veelgehoorde vaststelling hierbij was

dat er heel veel gemeenschappelijke kenmerken zijn en dat we al begonnen zijn te handelen als Eén bedrijf, Eén merk, Eén team. In het Engels klonk dat kort samengevat als: We are one! Dat was dan ook de slogan die gebruikt werd op het virtueel welkomstfeestje in Cambridge en Mortsel op 16 juni jongstleden waarvan je hieronder een foto-impressie vindt.



Deze maand wordt de wereldwijde 'Agfa Betrokkenheidsenquête' gelanceerd, een online enquête die jou tijdens de maand juli de kans geeft om je mening te delen en je stem te laten horen.



# Luisteren naar de stem van onze medewerkers

Deze brede enquête zal gaan over onderwerpen als diversiteit, gelijkheid en inclusie, groei en ontwikkeling, cultuur, bedrijfsvertrouwen, leiderschap en verandering. Ze zal ongeveer 10-15 minuten duren. Ze biedt ook de mogelijkheid om je eigen persoonlijke standpunten te geven via open opmerkingsecties.

“Onze onderneming ondergaat een belangrijke transformatie, wat des te meer reden is om te luisteren naar wat mensen te zeggen hebben,” zegt CEO Pascal Juárez. “Ik ben ervan overtuigd dat deze oefening ons belangrijke inzichten en informatie zal opleveren. Dit zal ons helpen bij het vormen van onze beslissingen en bij het bepalen van onze toekomstige manier van werken, terwijl we samen blijven evolueren,” vervolgt hij.



Betrokkenheidsenquêtes zijn vooral nuttig om de ambities van medewerkers beter te begrijpen en om verbeterpunten en oplossingen voor problemen te identificeren voordat ze te diep geworteld raken in een organisatie. Het is een kans voor de medewerkers om hun stem te laten horen, terwijl bedrijven een beter zicht krijgen op hun sterke en zwakke punten. De resultaten zullen in volledige transparantie worden gedeeld. Ze zullen zeker aanleiding zijn tot gesprekken over hoe we onze successen kunnen vieren, terwijl we tezelfdertijd werken aan het verbeteren van andere gebieden.

“Door ons input te geven over je ervaring met de manier waarop Agfa omgaat met onderwerpen zoals erkenning, betrokkenheid, communicatie en algemene ondersteuning, help je ons om onze verbeteringsacties beter te definiëren,” zegt Gunther Koch, Chief Human Resources Officer. “En daar gaat de enquête over: samen verbeteren om van Agfa een nog betere plek te maken om te werken.”



We nodigen alle medewerkers uit om deel te nemen aan deze online enquête die beschikbaar is in verschillende talen. De enquête is volledig vertrouwelijk. Ze wordt uitgevoerd door de onafhankelijke serviceprovider Culture Amp via een beveiligde externe website.

Culture Amp is het toonaangevende platform voor cultuuranalyse. Het wordt al gebruikt door honderden bedrijven, waaronder Ticketmaster, Etsy, Oracle, Adobe en McDonalds. Het bedrijf is in 2009 opgericht in Australië door de huidige CEO Didier Elzinga. Hun methode is volledig gebaseerd op psychologie en data science.

“Het is geruststellend dat we de betrokkenheidsenquête kunnen uitvoeren met Culture Amp, want zij zorgen er voor dat we de juiste vragen stellen. Door menswetenschappen en snelle, intuïtieve analyses te combineren, zorgen we er voor dat onze teams en medewerkers de juiste inzichten en knowhow krijgen die hen helpen om een positieve verandering te stimuleren,” zegt Ronny Duwyn, Global Head of Learning & Development, die het project leidt.



Alle medewerkers zullen inmiddels via mail (of via een brief voor zij die geen Agfa-mailadres hebben) toegang hebben gekregen tot het enquêteplatform. De enquête-resultaten worden in september via verschillende kanalen over de hele onderneming gedeeld.







# Diversiteit, Gelijkheid en Inclusie bij Agfa

Agfa heeft een lange traditie van maatschappelijk verantwoord ondernemen en in de afgelopen jaren hebben we verdere stappen ondernomen om duurzaamheid centraal te stellen in onze activiteiten en onze manier van werken. Onze onderneming opereert op een verantwoordelijke en transparante manier, waarbij we er altijd naar streven om aan de veranderende verwachtingen van onze belanghebbenden te voldoen.

Een van de belangrijkste aandachtspunten van Agfa's duurzaamheidsstrategie is het streven naar een verdere verbetering op het vlak van diversiteit, gelijkheid en inclusie (Diversity, Equality, Inclusion – DEI). Daarom is het Executive Management Team het eens geworden over een aantal stappen die in 2022 en daarna genomen moeten worden. PLUS sprak met CEO Pascal Juárez over Agfa's DEI-ambities.



**PLUS: Waarom hecht Agfa zoveel waarde aan diversiteit, gelijkheid en inclusie?**

**PASCAL JUÉRY:** We zijn er trots op een onderneming te zijn waar iedereen zichzelf kan zijn en waar diversiteit wordt omarmd en gevierd. Bij Agfa houden we onszelf allemaal verantwoordelijk om ervoor te zorgen dat respect en inclusie de kern vormen van onze bedrijfscultuur. We willen dat onze onderneming een plaats is waar diversiteit van mensen en gedachten overal wordt gewaardeerd. Door dit goed te doen en door een inclusieve werkplek te creëren waar onze collega's hun beste 'zelf' kunnen zijn, zullen onze prestaties worden versterkt. Het brengt ons immers nog dichter bij de behoeften van onze klanten en van elkaar.

**PLUS: Wat besliste het Executive Management?**

**PASCAL JUÉRY:** Na de vooruitgang die in 2021 werd geboekt, hebben we besloten om nieuwe stappen te ondernemen om de diversiteit bij Agfa verder te verbeteren. We willen onze focus op het aantrekken van diverse talenten verbreden, zodat we een mooie weerspiegeling krijgen van de gemeenschappen waarin we werken. We willen dat iedereen zich welkom voelt in onze organisatie, ongeacht zijn of haar etnische achtergrond, geslacht, seksuele geaardheid, leeftijd of eventuele beperking. In 2022 zullen we ons richten op de manier waarop we mensen aanwerven en ontwikkelen, door methodes te onderzoeken om een meer inclusieve omgeving te creëren en ervoor te zorgen dat ons beleid en onze processen altijd gelijke kansen bevorderen. Daartoe hebben wij een aantal weloverwogen initiatieven ontwikkeld, zowel wereldwijd als lokaal. Deze initiatieven vereisen zowel een stevige steun door het senior management als een sterke betrokkenheid van de bredere Agfa-gemeenschap.

**PLUS: Kan u ons wat meer vertellen over die initiatieven?**

**PASCAL JUÉRY:** We zullen ons concentreren op vijf initiatieven ter ondersteuning van Agfa's agenda met betrekking tot etniciteit, gender, seksualiteit, beperking en leeftijd. Ten eerste zullen we een wereldwijde DEI-raad (Global DEI Council) installeren om de DEI-agenda aan te sturen en mogelijk te maken. De Raad zal verantwoordelijk zijn voor het communiceren van de waarde van inclusie, zowel intern als extern. Hij zal zich concentreren op het

verkrijgen van een dieper inzicht in hoe de regionale bedrijfsomstandigheden het werk op het vlak van Diversiteit, Gelijkheid en Inclusie beïnvloeden en sturen. De Raad zal een platform worden voor het vormgeven en wereldwijd delen van beste praktijken om inclusieve acties en gedragingen voor alle Agfa-collega's te beïnvloeden. Ten tweede zijn we bezig met het opzetten van Employee Resource Groups (ERG's) die de verschillende gebieden van diversiteit zullen bestrijken: etniciteit, gender, seksualiteit, beperking en de multi-generatiele werkplek. Deze groepen staan centraal in onze DEI-agenda en ze zijn een integraal onderdeel van de verwezenlijking van Agfa's ambities.

**PLUS: Bieden deze groepen ieder van ons de kans om onze ideeën rond DEI te delen?**

**PASCAL JUÉRY:** Zeker! In feite zal het succes van het creëren van een inclusieve en diverse werkplek bij Agfa afhangen van ons vermogen om de bredere Agfa-gemeen-

schap te betrekken bij het ontwerpen en het zich eigen maken van onze DEI-agenda. Ik zou daarom graag kandidaten willen oproepen om de ERG's rond etniciteit, geslacht, seksualiteit, beperking en de multi-generatiele werkplek te ondersteunen en te leiden. We zullen de ERG-leiders ook opnemen in onze Global DEI Council, waar ze samen met vertegenwoordigers van het senior management Agfa's DEI-reis zullen sturen en mogelijk maken.

**PLUS: Waar zullen de overige drie initiatieven zich op richten?**

**PASCAL JUÉRY:** Ze zullen gericht zijn op maatregelen die ons in staat stellen vrouwelijk en etnisch divers talent aan te trekken. Bovendien zijn ze bedoeld om meer vrouwelijke talenten aan te moedigen om zich te ontwikkelen tot leidinggevende functies en om een pijplijn van raciaal en etnisch divers talent voor leidinggevende functies op te bouwen.



# Toon je DEI-engagement en word lid van de ERG's

Om de graad van betrokkenheid bij diversiteit, gelijkheid en inclusie (Diversity, Equality, Inclusion – DEI) naar een hoger niveau te brengen, willen we nog meer bewustzijn creëren over de verschillende gebieden van diversiteit. Daarom zetten we Employee Resource Groups op. Dit zijn door werknemers geleide groepen die zich richten op een bepaalde dimensie van diversiteit.

Het idee is om de ideeën en de energie van gepassioneerde, vrijwillige leden in een verscheidenheid van diversiteits- en inclusiedomeinen bijeen te brengen. Onze Employee Resource Groups zullen sterk verbonden zijn met onze Global DEI Council en ze zullen actief door een lid van het Executive Management Team gesteund worden om ideeën, standpunten en perspectieven te delen.

De Council zal een platform worden voor het vormen en delen van de beste praktijken wereldwijd om zo een invloed te hebben op de inclusieve acties en gedragingen voor alle Agfa-collega's.

De verschillende Employee Resource Groups zijn (reikwijdte en fasering moeten worden beslist op basis van de input van de medewerkers):

- **EMBRACE** – de groep die samenwerkt om een omgeving te creëren die zwarte, Aziatische en collega's van etnische minderheden in staat stelt hun volledige potentieel te ontwikkelen.
- **Equal Gender Opportunity (EGO)** – de groep die samenwerkt om de persoonlijke ontwikkeling en professionele vooruitgang van vrouwen en mannen te versnellen door middel van transformationeel leren en leiderschapskansen en -ervaringen.
- **Spectrum** – de groep die samenwerkt om een ondersteunend, verzorgend forum te bieden voor Agfa's medewerkers, over het hele spectrum van seksuele geaardheid of genderidentiteit. Spectrum ondersteunt Agfa's homoseksuele, lesbische, biseksuele, transgender en heteroseksuele werknemers en werkt met ons samen om het bewustzijn en het begrip te vergroten van kwesties en problemen die hen beïnvloeden.





- **Disability Confidence Network (DCN)** – de groep die samenwerkt om ervoor te zorgen dat alle medewerkers zich gewaardeerd voelen en in staat zijn om hun potentieel te bereiken door middel van inclusie, bewustzijn, onderwijs, toegang tot aanpassingen op de werkplek en belangenbehartiging. Ons Disability Confidence Network biedt een forum voor medewerkers om meer te weten te komen over toegankelijkheid en om lokale initiatieven onder de aandacht te brengen.
- **Generations Working Together (GWT)** – de groep die samenwerkt om ervoor te zorgen dat medewerkers van verschillende leeftijdsgroepen zich gesteund voelen in hun loopbaanfase en openstaan voor het creëren van een inspirerende leeromgeving om Agfa en zijn medewerkers met kennis en capaciteiten te laten groeien naar toekomstig succes.

#### **Onze ambitie voor 2022 is om te starten met (een paar) ERG's.**

We doen daarom een oproep en vragen gepassioneerde vrijwillige mensen om zich te melden en hun interesse en motivatie kenbaar te maken om deel uit te maken van de ERG's. Afhankelijk van de mate van belangstelling zullen we besluiten of we met alle ERG's starten of dat we gefaseerd te werk gaan.

#### **Als deel van de ERG zal je:**

- In staat zijn om de bredere Agfa-gemeenschap te betrekken bij het ontwerp en eigenaarschap van onze DEI-agenda.
- De betrokkenheid van medewerkers vergroten, creativiteit stimuleren en bijdragen aan een gevoel van inclusie binnen de onderneming.
- Deel uitmaken van een platform dat impact heeft op een zaak waar je echt gepassioneerd over bent.
- Actief bijdragen aan de bedrijfsstrategie en -activiteiten.
- Organisatorische en leiderschapsvaardigheden ontwikkelen en nieuwe vaardigheden aanleren.
- Netwerkmogelijkheden, zichtbaarheid en exposure binnen de organisatie en het leiderschap creëren.

#### **We zijn op zoek naar twee soorten rollen:**

##### **ERG-leider**

- Je leidt een wereldwijde ERG, gesteund door een lid van het EMT.
- Je maakt deel uit van de Global DEI Council waarin alle ERG-leiders, vertegenwoordigers van het senior management en externe DEI-experts zitting hebben.
- Je definieert de missie, de doelstellingen en het bestuur van de groep die Agfa's DEI-reis aanstuurt en mogelijk maakt.
- Deze rol zal ongeveer 10% van je werktijd in beslag nemen. Daarom zullen de DEI Council Sponsors ervoor zorgen dat je van je huidige leidinggevendende voldoende tijd en capaciteit krijgt om aan projecten voor de groep te werken.

##### **ERG-lid**

- Je zal een cruciaal lid zijn dat deelneemt aan de ERG, gesteund door een lid van het EMT.
- Je werkt nauw samen met de ERG-leider en de sponsor om ideeën, standpunten en perspectieven te delen.
- Je draagt actief bij aan de groep en je zal deze promoten binnen het bedrijf.

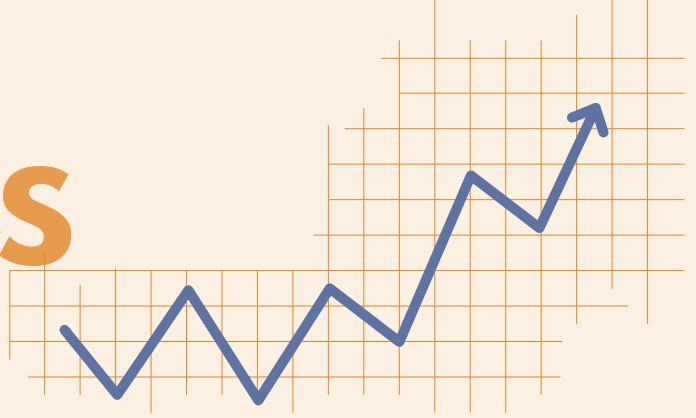
Sollicitaties zijn vrijwillig en open voor iedereen in de organisatie.

Stuur je sollicitatie vóór 15 augustus per e-mail naar Anita Bartova – inclusief motivatiebrief en een kort CV en met vermelding of je solliciteert naar de rol van ERG-leider of ERG-lid.

Voor vragen of feedback kan je eveneens contact opnemen met Anita Bartova: [anita.bartova@agfa.com](mailto:anita.bartova@agfa.com)



# De koers



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

9 maart 2022  
3,230€

+12,2%

10 mei 2022  
3,625€

## Enerzijds is het glas halfvol

Het glas is halfvol. Dat lezen we in een artikel van De Tijd over de kwartaalresultaten van Agfa. Volgens de krant zijn er uit deze resultaten positieve elementen te distilleren, maar ook een aantal ongunstige. Een typisch enerzijds-anderzijds-verhaal, dus. Ook de financiële analisten die Agfa volgen, geven in hun rapporten blijk van een innerlijke tweestrijd tussen voorzichtig optimisme en gematigde teleurstelling.

Laten we de lichtpunten die het vaakst door de analisten aangehaald worden eens naast hun grootste bedenkingen leggen. Waarschuwing: er zullen verscheidene *enerzijdsen* en uiteraard evenveel *anderzijdsen* de revue passeren...

Enerzijds groeide de omzet iets meer dan de analisten verwacht hadden, geholpen door wisselkoerseffecten en de prijsverhogingen die werden doorgevoerd om de kosteninflatie tegen te gaan. Anderzijds was de verbetering van de EBIT (de inkomsten van een onderneming voor aftrek van rente en belastingen) beperkter dan ze gedacht hadden. Dit had vooral te maken met de uitzonderlijke inflatiedruk en met verstoringen in de toeleveringsketen.

Enerzijds presteerde de divisie Offset Solutions beter dan de analisten voorspeld hadden, anderzijds ging Radiology Solutions dit kwartaal onder de lat door, vooral omdat de medische filmactiviteiten te lijden hadden onder de

COVID-lockdowns in China en de gevolgen van de oorlog in Oekraïne. Offset Solutions had zijn goede prestatie vooral te danken aan de succesvolle prijsverhogingen en aan acties om de kosten onder controle te houden.

Enerzijds juichen de analisten toe dat Agfa in de tweede jaarhelft een verbetering verwacht dankzij de effecten van bijkomende prijsverhogingen, maar anderzijds lezen ze ook de waarschuwing dat de inflatieappet in het tweede kwartaal nog wat zuurder zal smaken. Het wordt dus erger, voordat het beter wordt.

Ook de beleggers zagen veel tinten grijs in plaats van gitzwart of maagdelijk wit. Ze zorgden er voor dat het Agfa-aandeel op het einde van de dag van de kwartaalpublicatie zowat twee procent lager noteerde. Dat is al bij al een bescheiden daling, zeker vergeleken met de grote schommelingen die veroorzaakt worden door de nieuwsberichten over de situatie in Oekraïne. En al helemaal in vergelijking met de duik van 22% die het Kodak-aandeel nam nadat deze onderneming haar kwartaalresultaten bekendmaakte.

Hoewel we nog lang niet uit het woelige vaarwater zijn, kunnen we wel beginnen uit te kijken naar het spreekwoordelijke licht aan het einde van de tunnel. Laten we dus het halfvolle glas heffen op de komende zomermaanden en op een hoopvolle tweede jaarhelft.





Nathalie McCaughley, President HealthCare IT

## “We hebben een mooie toekomst voor ons!”

Op 1 februari 2022 vervoegde Nathalie McCaughley de Agfa-Gevaert Groep om de HealthCare IT-divisie te leiden. Na haar wat tijd te hebben gegeven om onze onderneming te leren kennen, vonden we de tijd rijp voor een interview.

**PLUS:** *Laten we bij het begin beginnen. Wie is Nathalie McCaughley?*

**NATHALIE:** Wel, ik heb zowel de Franse als de Amerikaanse nationaliteit. Ik ben geboren in Frankrijk en ik ben daar afgestudeerd met een bachelordiploma in Internationale Betrekkingen, Economie en Politiek aan de Université Panthéon-Sorbonne in Parijs. Dankzij een lange stage bij de Franse overheid heb ik de kans gehad om werkervaring op te doen in verschillende delen van de wereld: Afrika, Zuid-Amerika, het Midden-Oosten,... Na twee jaar stages vestigde ik me in Engeland om mijn MBA in International Business aan de Regent's University in Londen te behalen. Na mijn MBA kwam ik in 1998 in dienst bij GE en ook daar voerde ik verschillende opdrachten uit over de hele wereld, onder meer in Frankrijk, Rusland, Hongarije, Afrika, het Midden-Oosten en uiteindelijk in de VS. Ik heb meer dan 20 jaar bij GE Healthcare gewerkt, het grootste deel van mijn carrière dus.

**PLUS:** *Het is dus geen verrassing dat je de HealthCare IT-divisie vervoegde. Maar waarom heb je GE verlaten?*

**NATHALIE:** De divisie waar ik verantwoordelijk voor was, werd verkocht en bijna gelijktijdig had ik een aftastend gesprek met Cigna, een Amerikaanse ziektekostenverzekeraar. Dit was een keerpunt. Na meer dan 20 jaar in hetzelfde



bedrijf dienden zich een diepe cross-functionele ervaring en de nood aan nieuwe ervaringen en uitdagingen aan. De kans bij Cigna werd werkelijkheid. Hoewel de functie nog steeds binnen de grenzen van de gezondheidszorg lag, bleek het toch een kant van de industrie te zijn waarmee ik me niet verbonden voelde, zelfs niet na twee jaar. Ik vond dat ik losgekoppeld werd van innovatie en erg ver verwijderd was van klanten (ziekenhuizen en leveranciers) waarmee ik al meer dan 20 jaar relaties had opgebouwd. Gezondheidszorgtechnologie was waar ik naar terug wilde en waar ik mee bezig wilde zijn. Dus maakte ik de overstap. Iedereen moet doen wat goed voor hem is. Dat heb ik gedaan.

**PLUS:** *En toen kwam Agfa.*

**NATHALIE:** Inderdaad. Ik ken Agfa al van bij het begin van mijn carrière bij GE, als partner en als leverancier. Het is een grote onderneming, het heeft een lange traditie, een grote erfenis en – het belangrijkste – het heeft fantastische mensen. Pascal Juárez en leden van het Executive team deelden de visie en de digitale transformatie waarmee Agfa bezig is, en meer bepaald de verwachtingen voor Agfa HealthCare. Ik vond een opwindend project om deel van uit te maken, met zoveel mogelijkheden voor een leider om waarde toe te voegen en een impact te maken. Ik ben vereerd om deel uit te maken van zo'n wereldwijd erkend merk en om te kunnen werken met de geweldige mensen die maken wat Agfa HealthCare vandaag is. Maar nog belangrijker, wat het morgen kan worden.

**PLUS:** *Wat zijn na drie maanden je eerste en meest opvallende indrukken van HealthCare IT?*

**NATHALIE:** Ik ben blij om hier te zijn. Ik heb de kans gehad om verscheiden van mijn teamleden te ontmoeten, verspreid over de verschillende functies en regio's in de organisatie. Ik ben onder de indruk van hun talent en hun kennis, maar ook van hun toewijding aan de business, hun loyaliteit aan het bedrijf en hun wil om te slagen. Ik voel me bevoorrecht en vereerd om het Agfa HealthCare-team te leiden!

Zakelijk gezien denk ik dat we een stevige basis hebben

om winstgevende groei te realiseren.

Groei is waar mijn hele organisatie op gericht is. Onze softwareoplossingen

hebben een sterke relevantie in de markt,

onze klanten omarmen de strategie die we tot nu toe hebben uitgewerkt en de richting die we uit willen. We hebben ook fantastische mogelijkheden om meer dingen te doen en om ze sneller te doen, wat echt is waar klanten voortdurend om vragen. Dat is de reden waarom ik voor Agfa gekozen heb.

**PLUS:** *Je werkt vanuit de VS. Is dat een bewuste keuze?*

**NATHALIE:** Het is een strategische keuze. Als je kijkt naar onze marktaanwezigheid vandaag, dan zie je dat die globaal gespreid is over Europa, Noord-Amerika, enkele Oost-Europese landen, Zuid-Amerika – wat ook een groeiende markt is – en de regio Australië/Nieuw-Zeeland. De grootste marktaandelen hebben wij echter in Canada

**“Klanten bepalen ons succes.”**

en Europa. In de VS hebben wij momenteel minder dan 10 procent. Dat is dus natuurlijk een doelmarkt met het grootste groeipotentieel. Bovendien is de gemiddelde omvang van deals in de VS vaak groter dan een deal van gemiddelde omvang in Europa of een ander deel van de wereld. Ik denk dat de combinatie van mijn Europese achtergrond en mijn vertrouwdheid met de Amerikaanse markt en zijn dynamiek in dit geval zeker relevant is. Gelet op het groeipotentieel, is het zeker zinvol dat ik de wereldwijde teams vanuit de VS leidt. Ik zal echter elke maand tijd in Europa doorbrengen met mijn teams.

**PLUS: Wat zijn uw prioriteiten voor het komende jaar?**

**NATHALIE:** Naast het leren kennen van het bedrijf, de mensen, de markt en onze klanten, breng ik veel tijd door met de teams. Ik probeer met zoveel mogelijk van mijn teamleden in de organisatie in contact te komen, zodat ik me kan concentreren op de juiste prioriteiten en relevante beslissingen kan nemen op basis van informatie uit de eerste hand. Een belangrijk deel van mijn rol als leider is om mijn teams in staat te stellen hun doelen te bereiken. Collectief leidt dit de totale organisatie, en dus het bedrijf, naar succes. Door te leren wat zij nodig hebben en wat hun topprioriteiten zijn en door de juiste vragen te stellen, bepaal ik hoe ik de meeste impact kan hebben. Dit is hoe je intern momentum opbouwt, om extern succes te boeken. Ten tweede moeten we er voortdurend voor zorgen dat klanten ons relevant blijven vinden en moeten we onze concurrentiepositie handhaven en/of verbeteren. Een groeistrategie is zo succesvol als haar vermogen om dynamisch, aanpasbaar en doelgericht te zijn. Wij moeten onszelf voortdurend objectief toetsen aan de



**“Uniek en relevant blijven in de markt en tegelijk een geweldige klantenervaring bieden, is essentieel voor ons succes.”**

markt en aan de feedback van onze klanten, zodat we effectief acties kunnen ondernemen waar dat nodig is. Sommige doelstellingen blijven echter constant: een disruptieve vernieuwer zijn, uniek zijn als speler en zorgen voor klantenbinding. De sector en de markt van de gezondheidszorg zijn snel aan het veranderen. De markt is complex en moeilijk, en op sommige gebieden sterk gestandaardiseerd. Ervoor zorgen dat we een leider blijven in deze ruimte, in plaats van een volger, is een dagelijkse taak. Iedereen in de organisatie moet zijn rol spelen, zo streven we naar succes.

Last but not least moeten we onze omzet verhogen.

En dat houdt in dat we onze bestaande klanten moeten behouden en nieuwe klanten moeten winnen. De voorbije twee jaar hebben we onze activiteiten doeltreffend geoptimaliseerd en gestroomlijnd. Nu is het tijd een versnelling hoger te schakelen en ons te concentreren op de groei van onze activiteiten en onze voetafdruk in de markt. We richten ons op het bieden van een geweldige ervaring aan onze klanten en willen ons onderscheiden op het vlak van innovatie. We moeten ervoor zorgen dat potentiële klanten in elk van onze regio's automatisch eerst aan Agfa denken.

**PLUS: Hoe kan HealthCare IT succesvol zijn?**

**NATHALIE:** Klanten bepalen ons succes. Wij verkopen software en technologieën die de doelstellingen van onze klanten op het gebied van patiëntenzorg mogelijk maken. Wij bieden een workflow en moeten consequent voortwerken op de ervaring die onze klanten opbouwen door die workflow te gebruiken. Hoe we effectief samenwerken is cruciaal voor ons succes.

**PLUS: Is er naast al deze uitdagingen nog wel tijd voor een gezinsleven en wat vrije tijd?**

**NATHALIE:** Natuurlijk! Het vergt organisatie, maar het een verhindert het ander toch niet. Ik ben de gelukkige echtgenote van Conor en moeder van Vanessa (16) en Jack (11). We hebben met z'n vieren een gedeelde passie voor paarden. We wonen op een paardenboerderij en we brengen het grootste deel van onze vrije tijd buiten door. Ik rijd zelf al paard sinds ik vier jaar oud was. Mijn dochter rijdt op nationaal niveau in de disciplines Hunter/Jumper & Equitation. Mijn zoon daarentegen houdt van honkbal en voetbal. Mijn man is Iers, dus hoewel we al meer dan 20 jaar in de VS wonen, reizen we zo vaak als we kunnen naar onze respectieve families in Ierland en Frankrijk.





Op 1 mei jongstleden nam Andreas Kiederich de ICS-fakkel over van Caroline van Rompuy als CDIO, voluit Chief Digital Information Officer. Zijn eerste prioriteiten zijn de transformatie van het ICS-operating model en het opbouwen van nauwe partnerships met de verschillende business units en functies binnen Agfa..

# Maak kennis met Andreas Kiederich, Agfa's nieuwe CDIO



**PLUS: Wie is Andreas Kiederich?**

**ANDREAS:** Ik heb de Duitse nationaliteit en heb tot mijn 16 jaar in Duitsland gewoond. Ik ben toen naar het Verenigd Koninkrijk verhuisd en heb er mijn middelbare studies afgemaakt alvorens ik computerwetenschappen en management aan het King's College in Londen heb gevolgd. Nu woon ik met mijn vrouw en twee kinderen in België. Mijn professionele loopbaan begon ik als onderzoeker in de Europese medische technologie-industrie, gevolgd door een paar jaar van *cross industry consulting* bij IBM's Strategy & Change-afdeling. Na mijn consultant-periode werkte ik negen jaar bij Anheuser-Busch Inbev waar ik verschillende IT-managementposities bekleedde. In 2019 vervoegde ik de IBM Groep op het hoofdkantoor in het Verenigd Koninkrijk, waar ik werkte aan het creëren van een klantgericht bedrijfsmodel met vereenvoudigde en gestandaardiseerde bedrijfsprocessen.

**PLUS: Wat zijn je ambities als CDIO?**

**ANDREAS:** Ik wil effectieve partnerships opbouwen tussen ICS en de rest van de organisatie, waarbij we gebruikmaken van de kennis en vaardigheden van ons interne ICS-team en van onze externe partnerorganisaties om effectieve, door technologie ondersteunde oplossingen te vinden voor de belangrijke uitdagingen van onze activiteiten. Doorheen dit proces zal het ICS-leiderschapsteam de ICS-visie herzien en herdefiniëren zodat het ICS-team een nieuw elan krijgt en de visie ook in de rest van de organisatie weerklank vindt.

**PLUS: Wat is de rol van technologie in onze transformatie?**

**ANDREAS:** Ik ben ervan overtuigd dat technologie een belangrijke motor is voor transformatie. Het zal ons helpen om onze bedrijfsprocessen te vereenvoudigen en te standaardiseren. Het zal de organisatie ook helpen om

op nieuwe, digitaal ondersteunde manieren in contact te komen met onze eindklanten. Door onze klanten en werknemers zelfbedieningsmogelijkheden te bieden, zal onze onderneming zich positioneren als een belangrijke speler in het bredere ecosysteem.

**PLUS:** *Wat zijn je eerste indrukken van Agfa?*

**ANDREAS:** De rijke geschiedenis van het bedrijf, het momentum voor verandering en het ondernemerschap dat ik al heb waargenomen in de korte tijd dat ik hier ben maken het een geweldige ervaring. Ik zie dat de mensen de juiste instelling hebben om het bedrijf naar het volgende niveau te brengen. Ik voel me bevoorrecht om deel uit te maken van deze transformatie. Om de juiste mensen en afdelingen van zowel binnen als buiten het bedrijf met elkaar te verbinden en om te beoordelen hoe technologie een verschil kan maken in het meer klantgericht worden en in het vereenvoudigen van onze manier van werken.

**PLUS:** *Kan je daar een voorbeeld van geven?*

**ANDREAS:** Een goed voorbeeld is het aanbieden van meer, gebruiksvriendelijke mobiele mogelijkheden. De Covid-pandemie heeft aangetoond hoe waardevol het is om onze werknemers de juiste middelen te geven zodat ze flexibeler kunnen werken. Flexibiliteit via mobiele oplossingen leidt vaak tot een grotere doeltreffendheid van de werknemers, wat op zijn beurt resulteert in een grotere betrokkenheid van de werknemers.

**PLUS:** *Wat is je eerste indruk van de relatie tussen en de andere businessfuncties en divisies op dit moment?*

**ANDREAS:** Ik zie veel kennis van en begrip voor elkaar. Het ICS-team heeft doorheen de jaren een stevige kennis opgebouwd van de manier waarop de brede organisatie functioneert. Op hun beurt geven de andere bedrijfsfuncties en divisies blijk van een goed begrip van de redenen waarom de ICS-organisatie moet transformeren. Maar ik ben er ook van overtuigd dat er nog meer potentieel is om een diepere samenwerking te bevorderen en een echt partnerschap op te bouwen. Momenteel zijn we bezig met de overdracht van de ICS-kernactiviteiten aan onze externe partner Atos en bekijken we hoe het overgebleven ICS-team in dienst zal treden van de bredere organisatie en hoe ICS een betrouwbare adviseur kan worden. Een belangrijk aspect is het ontwerpen van nieuwe processen met 'time to value' in gedachten, d.w.z. het stimuleren van werkwijzen die veel wendbaarder zijn en die zo snel een zakelijke waarde kunnen opleveren. De sleutel tot wendbaarheid is experimenteren; het is beter om te beoordelen of iets werkt of niet voordat je al je eieren in één mandje legt.

Door een oplossing op kleine schaal te testen, kan een weloverwogen beslissing worden genomen over de vraag of en wanneer moet worden opgeschaald.

**PLUS:** *Kan je iets meer zeggen over je prioriteiten voor 2022?*

**ANDREAS:** Ik zie drie prioriteiten. In de eerste plaats: cyberveiligheid. Agfa veilig houden voor cyberaanvallen.

Omdat de technologie verder blijft evolueren, wordt die dreiging helaas ook steeds groter. Door onze verdedigingsmechanismen te verhogen en te investeren in cybersecurity kunnen we onszelf en onze gegevens beschermen.

Ten tweede: ICS Lighthouse. De ICS-transitie naar Atos afronden en een nieuw ICS-bedrijfsmodel ontwerpen met een sterke focus op zakelijke partnerschappen

om sneller en meer bedrijfswaarde te creëren.

Last but not least: Agfa Lighthouse. Nauw samenwerken met alle andere delen van de organisatie om onze bedrijfsbrede transformatie naar vereenvoudigde en gestandaardiseerde bedrijfsprocessen te stimuleren met een focus op klantgerichtheid en organisatorische wendbaarheid.

**PLUS:** *Wat is onze grootste uitdaging om de ICS-ambities te realiseren?*

**ANDREAS:** Een van onze grootste uitdagingen is om de juiste mensen op het juiste moment samen te brengen om de toekomst van onze organisatie vorm te geven. Dit houdt in dat er een gemeenschappelijke visie over de prioriteiten, de nieuwe manieren van werken en het vereiste veranderingsmanagement tot stand moet komen. Veel mensen zien zowel de noodzaak als de voordelen van verandering, wat leidt tot een zekere mate van ongeduld om die veranderingen in werking te zien treden. We moeten een doeltreffende manier vinden om de motivatie en energie van de organisatie te kanaliseren in een coherent veranderingsprogramma.

**PLUS:** *Hoe kan ICS – en ons partnership met ATOS – mogelijkheden bieden om meer business voor de onderneming te genereren?*

**ANDREAS:** Omzet genereren is duidelijk een topprioriteit voor de meeste divisies. ICS kan helpen bij de groei van de omzet door de digitale agenda binnen de organisatie verder te ontwikkelen. Een van de te onderzoeken mogelijkheden is het opzetten van een digitaal verkoopkanaal dat 24 uur per dag, 7 dagen per week beschikbaar is, waar klanten bestellingen kunnen plaatsen, antwoord krijgen op hun vragen door een intelligente chatbot, op de hoogte worden gebracht van de laatste aanbiedingen en kunnen profiteren van dynamische prijsstelling.

**PLUS:** *Bedankt voor dit gesprek!*

**“Door onze klanten en werknemers self-service mogelijkheden te bieden, positioneren we ons bedrijf als een belangrijke speler in het bredere ecosysteem.”**





# Dit zijn Agfa's STEM-ambassadeurs!

Collega's Seppe van Rijsewijk, Sophie Lingier en Gitte Van Baelen werken samen in het Materials Technology Center. Onlangs stonden ze alle drie voor de klas om middelbare scholieren warm te maken voor STEM-vakken (technologie, exacte wetenschappen, wiskunde). Seppe en Sophie deden dat als STEMfluencer en Gitte als STEM-Ondernemer voor de Klas. PLUS polste naar hun ervaringen.

## STEMfluencers?

STEMfluencers is een nieuw project van essenscia Vlaanderen en Vlajo. De STEMfluencers zijn jonger dan 35 jaar en ze werken in de chemie-, kunststoffen-, farma- of biotechsector. Via gastlessen in de eerste graad van het middelbaar onderwijs geven ze een eigen kijk op de sector, hun job en de weg ernaar toe.

## STEM-Ondernemers voor de Klas?

STEM-Ondernemers voor de Klas is een initiatief van Vlajo (Vlaamse Jonge Ondernemingen). Als rolmodellen uit het bedrijfsleven maken ze middelbare scholieren warm voor een loopbaan in techniek, technologie en wetenschappen.

**PLUS:** *Jullie hebben een gastles gegeven als ambassadeur voor de STEM-vakken in het onderwijs. Wat was jullie motivatie?*

**GITTE:** De bal is aan het rollen gegaan na een vraag van onze leidinggevende, Jan Venneman. Hij had het al een aantal jaren gedaan en hij zocht gemotiveerde opvolgers. Wij hebben toen onze hand opgestoken.

**SOPHIE:** We vonden het belangrijk om te doen omdat er veel te weinig wetenschappers zijn.

**GITTE:** En binnenkort gaan alle babyboomers op pensioen, dus dan wordt het tekort nog nijpender. De leerlingen die nu in de 1ste graad van het secundair onderwijs zitten, komen binnen pakweg 10 jaar op de arbeidsmarkt.

**SEPPE:** Het is superbelangrijk om hen kennis te laten maken met STEM. Wanneer je in het middelbaar komt, heb je wel een beeld van wiskunde en talen, maar heb je nog nooit vakken als chemie en fysica gehad. Wij kunnen de jongeren prikkelen met tastbare en inspirerende praktijkverhalen die hen kunnen helpen bij hun studiekeuze.

**SOPHIE:** Het is belangrijk om ook meisjes mee te krijgen. Slechts vijf van de 35 studenten die afstudeerden in mijn jaar waren vrouwen. De gendergelijkheidsdoelstelling bereiken, is in de chemische sector dan bijna een onmogelijke missie.

**PLUS:** *Vinden jullie het belangrijk dat ondernemingen als Agfa aandacht hebben voor de onderwijswereld?*

**SEPPE:** Zeker in deze oververhitte arbeidsmarkt is het voor bedrijven belangrijk om contact te zoeken met de jongeren. Je moet je onderscheiden van de rest.





**SOPHIE:** Sinds we geen fotografieproducten meer verkopen, is Agfa minder bekend bij het grote publiek en dus ook bij potentiële sollicitanten. Zo'n kennismaking in het middelbaar kan een grote invloed hebben op de jongeren. Mijn vader werkt ook bij Agfa. Toen ik in het middelbaar zat, is hij een les komen geven in mijn klas. Toen ik op LinkedIn postte over mijn avontuur als STEMfluencer, kreeg ik direct reacties van vroegere klasgenoten. Ze waren de lessen van mijn vader nog niet vergeten.

**GITTE:** Zo'n projecten geven ons de kans om te laten zien wat het huidige Agfa allemaal kan en doet. Wanneer je concrete voorbeelden kan geven, wek je zeker interesse. Dat is belangrijk. Uiteindelijk vormen deze jongeren de pool waarin we later moeten vissen.

**PLUS: Wat maakt het voor de scholen en de leerlingen interessant?**

**GITTE:** Wij kunnen zorgen voor een heel andere insteek dan in normale lessen. Wij kunnen focussen op ons eigen studietraject en op één heel specifiek onderwerp, zoals de ontwikkeling van een inkjet-inkt, een drukplaat, film,... We kunnen diep op zo'n onderwerp ingaan.

**SEPPE:** Scholen geven eerder een abstracte en theoretische basis van STEM. Wij kunnen deze fundering tastbaar maken door uit te leggen wat er allemaal komt kijken bij het ontwikkelen en produceren van een schijn-

baar eenvoudig product. Hopelijk trekken de leerlingen dat open naar andere dagdagelijkse producten.

Als ze kritisch en nieuwsgierig gaan nadenken over hoe bijvoorbeeld een smartphone werkt, dan hebben we ons doel bereikt.

**GITTE:** Alles heeft zijn wetenschap en achter alles schuilt wetenschap. En wiskunde is in vele gevallen de taal van de wetenschap: een architect die bouwplannen uittekent, een psycholoog die statistische analyses uitvoert, een schrijnwerker die een dak in elkaar steekt, een programmeur die software schrijft,...

**SOPHIE:** Bovendien kunnen gastlessen de leerlingen helpen bij het bepalen van hun latere studietraject. Ze beseffen het zelf misschien nog niet, maar eigenlijk maken ze bij hun overgang naar het derde middelbaar al heel belangrijke keuzes.

**PLUS: Welke onderwerpen hebben jullie behandeld?**

**SEPPE:** We gebruikten ongeveer dezelfde kapstok. We hebben gezegd waar Agfa voor staat en daarna hebben we ingezoomd op onze functie binnen Agfa. Dan hebben we als case study uitgelegd hoe een inkjet-inkt wordt gemaakt. Daarna lichtten we ons persoonlijk studietraject toe. We hadden het ook even over chemie in het dagelijks leven en over de rol van België als wereldspeler op het vlak van

### Wie is Gitte Van Baelen?

- Functie: Onderzoeksleider Dispersie-Ontwikkeling
- Diploma: Doctor in de chemie
- Bij Agfa sinds 2011
- STEM-Ondernemer in 1ste en 2de middelbaar GO! De Prins in Diest
- Favoriete STEM-vak: Chemie en Biologie



### Wie is Sophie Lingier?

- Functie: Onderzoeksleider Dispersies & Formulerings
- Diploma: Doctor in de chemie
- Bij Agfa sinds 2020
- STEMfluencer in 2de middelbaar OLVP in Bornem
- Favoriete STEM-vak: Chemie

### Wie is Seppe van Rijsewijk?

- Functie: Jr. Onderzoeksleider Dispersie-Ontwikkeling
- Diploma: Master bio-ingenieur
- Bij Agfa sinds 2019
- STEMfluencer in 2de middelbaar SJKS in Sint-Niklaas
- Favoriete STEM-vak: Chemie en Fysica





chemie. Jongeren hebben daar nog geen zicht op. Ook de huidige klimaat- en milieuproblematiek kwam aan bod.

**PLUS:** *Hoe maakten jullie het interessant voor de leerlingen?*

**SOPHIE:** Het is belangrijk dat je iets concreet kan laten zien. We hadden voorbeelden van producten meegenomen, zoals een röntgenfilm, een drukplaat, gedrukte samples, een smartphone... De leerlingen moesten dan raden welke producten technologie van Agfa bevatten. Opvallende vergelijkingen helpen ook om iedereen bij de les te houden. 'Een pigmentdeeltje is ongeveer even groot als een coronavirus', bijvoorbeeld.

**GITTE:** Ik had een stand gemaakt met die producten en wat didactisch materiaal uit ons labo, zodat de leerlingen het konden zien en voelen. Zo kon ik ook uitleggen welke chemie er schuilt achter de verschillende inkt. De inkt waarmee een vlag bedrukt wordt, is niet dezelfde als de inkt die gebruikt wordt op een hard substraat.

**SEPPE:** We hebben ook het thema duurzaamheid even aangeraakt. Dat leeft wel bij de jeugd. Met voorbeelden als de Zirfon-membranen of bepaalde Orgacon-toepassingen wek je wel interesse. Onze job draait rond gevorderde en complexe technologie. Om de aandacht van de leerlingen niet te verliezen, moet je zaken beeldend voorstellen. Hiervoor ga je soms wat te kort door de bocht, maar het is belangrijk dat het voor de jongeren duidelijk en interessant blijft.

**SOPHIE:** Wanneer ons persoonlijk traject ter sprake kwam, stelden de leerlingen opvallend veel vragen. Ze toonden best veel interesse in de studies en in de praktijk van het werken bij een bedrijf als Agfa.

**GITTE:** Op het einde van de les hebben we een paar gadgets uitgedeeld. Die hadden ook veel succes. Ik wil de collega's die ons die spullen bezorgd hebben dan ook uitdrukkelijk en hartelijk danken.

**PLUS:** *Hoe was het om voor de klas te staan?*

**SEPPE:** Spannend! Het is uitdagend en motiverend om uit mijn comfortzone te stappen. Ik denk dat ik minstens evenveel heb bijgeleerd als de leerlingen. Het was tof om mijn passie en kennis met hen te kunnen delen.

**SOPHIE:** Ik had wel al wat ervaring met les geven aan studenten, maar dit was toch iets totaal anders. Ik zou het wel niet voltijds willen doen. Eén of twee keer per jaar is ideaal om je passie te kunnen delen met nieuwe generaties. Zo'n klas is best wel druk.

**SEPPE:** Da's waar. Ik heb nu nog meer respect gekregen voor de leerkrachten die elke dag voor de klas staan.

**GITTE:** Ik begrijp nu waarom scholen een leraarskamer hebben: even weg van alle drukte! Maar het was supertof om te doen en het is zeker voor herhaling vatbaar als ik de kans terug krijg.

**PLUS:** *Gitte, jij was onlangs ook jurylid in het STEM Tornado 2022. Wat hield dat in?*

**GITTE:** Het is een STEM-wedstrijd voor middelbare scholieren in Technopolis, met de bedoeling om STEM-richtingen te promoten. De scholieren moeten een van de twee onderwerpen kiezen. Ze moeten er een studie rond maken en het project uitwerken. Dit jaar moesten ze een soort Marsrobot in elkaar steken of een zelfregelende serre bouwen. Op de dag van de wedstrijd nemen de schoolteams het tegen elkaar op. Er is een praktisch en een theoretisch gedeelte waarop de jury punten geeft. Het is de bedoeling om de kinderen positief te evalueren, zodat ze gemotiveerd blijven voor STEM. Ieder jaar sta ik versteld van het enthousiasme en de creativiteit van de kinderen en de leerkrachten.

**PLUS:** *Waarom is het zo belangrijk om de STEM-vakken te promoten?*

**GITTE:** Een STEM-opleiding geeft je een goede basis waar je in onze huidige maatschappij veel richtingen mee uit kunt. Technische, wetenschappelijke en IT-ontwikkelingen hebben een steeds grotere impact op ons dagelijks leven.

**SEPPE:** In België hebben we weinig grondstoffen, dus onze economie steunt voor een groot deel op technologie, kennis en wetenschap. We zijn wereldtop op dat vlak. Maar om dat te blijven, hebben we ook in de toekomst een instroom van talent nodig.

**SOPHIE:** Vergeet ook niet dat we voor serieuze klimaatuitdagingen staan. De wetenschappers van de toekomst moeten helpen om de opwarming van de aarde tegen te gaan. Een STEM-basis geeft je ook de mogelijkheid om kritisch naar wereldproblemen te kijken.

**PLUS:** *Bedankt voor jullie enthousiaste uitleg!*

Heb je interesse om zelf een gastles te geven als STEMfluencer of STEM-Ondernemer voor de Klas? Je vindt meer info over deze projecten op de websites van [essenscia Vlaanderen](#) en [Vlajo](#).



## Market Summit 2022: Radiology Experts

In mei vond de Market Summit 2022 plaats in Mortsel. Collega's van Radiology Solutions kwamen van overal ter wereld naar Mortsel om elkaar eindelijk weer persoonlijk te ontmoeten. Het thema van de Summit was Radiology Experts. Agfa heeft immers een lange geschiedenis in beeldvorming. Het zit in ons DNA.

Tijdens het event bespraken de collega's tal van onderwerpen. Zo ontstonden er ideeën voor nieuwe projecten. Aan het einde van de summit werd aan alle deelnemers gevraagd om de week samen te vatten in één woord. Veel collega's kwamen uit op de woorden 'Connect', 'Energizing' en 'One team'. Het is duidelijk dat ze na twee jaar COVID terug de nood voelen om opnieuw verbinding te maken. De boodschap is duidelijk: we kunnen alleen slagen als we als één team samenwerken, ervaringen delen en van elkaar leren.

## Kopje koffie?

De workflow van een drukkerij is een essentieel instrument voor succes en productie-efficiëntie is nog nooit zo belangrijk geweest als vandaag. Offset Solutions nodigde in mei en juni zijn klanten uit voor virtuele koffiebijeenkomsten. Genietend van een kopje koffie maakten de klanten dan kennis met toekomstige innovaties, werden klantervaringen uitgewisseld en verbeteringen in de workflow besproken.



Onder andere collega's Erik Peeters (l.), Market Manager Commercial, en Luc Bruyneel (r.), Product Manager Packaging Software, zochten de klanten op in de virtuele koffiehoek en deelden er hun vakexpertise en hun favoriete kopje koffie. Erik zweert bij een americano van zijn Jura-koffiemachine, Luc geeft de voorkeur aan een cappuccino in de ochtend en Italiaanse espresso-shots tijdens de rest van de dag.



## Nu is het aan het puttertje

Wie in Den Haag ooit het Mauritshuis bezocht of de bestseller *Het puttertje* van Donna Tartt las, weet wat een puttertje is. Of je bent een vogelspotter, zoals collega Peter Bries, Specialty Films & Foils. Hij meldde ons dat er in de haag naast geb. 65 een koppeltje puttertjes hun nest had gemaakt. Een gele streep op een zwarte vleugel, een opvallende, (Agfa-)rode vlek rond ogen en snavel: daaraan herken je het puttertje. Het is een zangvogel van zo'n 12 centimeter, uit de familie der vinkachtigen. De wetenschappelijke naam is *Carduelis carduelis*, 'op distels voorkomende vogel' oftewel: distelvink. Dit vinkje eet dan ook graag zaden uit distels. Bij puttertjes zingt zowel het mannetje als het vrouwtje. Uiterlijk zijn ze ook vrijwel identiek. Maar het mannetje heeft een meer uitgesproken geluid en meer variatie in z'n lied.

Puttertjes of distelvinken komen voor in Europa, Noord-Afrika en Zuidwest-Azië. Ze zijn te vinden in de buurt van bosjes, stadstuinen of parkeerterreinen. Het is zeker geen bedreigde vogelsoort, maar voor zover we weten is dit toch een primeur voor onze vestiging. En geef toe, het is een mooie afwisseling met de slechtvalk die al heel lang met alle aandacht in dit blad gaat vliegen.

O ja, de bijnaam 'puttertje' dankt de distelvink aan het kunstje dat je hem kan leren: zijn eigen drinkwater 'putten' met een miniatuuremmertje.



Agfa Aid zal in Mortsel de inrichting van een opvangplek voor 24 Oekraïense vluchtelingen bekostigen. Het werkt daarvoor samen met het plaatselijke OCMW.



# Agfa-medewerkers financieren collectieve opvangplek voor Oekraïense vluchtelingen in Mortsel

Toen in februari een ware vluchtelingenstroom op gang kwam na de Russische invasie in Oekraïne, kon Agfa Aid niet bij de pakken blijven neerzitten. De liefdadigheidsorganisatie van Agfa-collega's haalde aan de poorten van de Belgische vestigingen en via hun rekeningnummer niet minder dan 12.721 euro op. Uit eigen Agfa Aid-reserves werd dit bedrag aangevuld tot 16.000 euro. Agfa verdubbelde dit bedrag tot 32.000 euro.

Collega Luc Gunsing (Agfa Aid), zegt: "Het succes van deze actie is het resultaat van een snelle, efficiënt geplande collecte waarbij Agfa Aid kon rekenen op de enthousiaste medewerking van de vakbondsorganisaties, de steun van de directie en de gulheid van heel wat collega's en gepensioneerden. Agfa Aid wil iedereen die zich hier mee voor heeft ingezet van ganser harte danken."

Agfa Aid wilde met het geld een echt verschil maken. Een deel van het bedrag ging naar Poolse collega's die Oekraïners die de grens over vluchtten een onderdak, voedsel en vooral veel vriendschap bieden. HR Manager Monika Sobiech coördineert de actie ter plaatse. Daarnaast was Agfa Aid van plan om lokale Mortselse projecten te steunen. Een partner van een Agfa Aid-medewerker werkt voor het Mortselse OCMW in de thuiszorg. Via die weg kwam het tot een overleg tussen Agfa Aid en de gemeente Mortsel. Toen het project 'Vreugdeborg' ter sprake kwam, leken de noden en de middelen wel op mekaar afgestemd. De puzzelstukjes vielen als vanzelf in elkaar.

Samen met de bijdrage van Agfa, volstaat de door Agfa Aid opgehaalde som om de voormalige Vreugdeborg-site van Jeugdhulp Don Bosco



Vlaanderen in de Van Peborghlei om te bouwen tot een opvangplek voor 24 Oekraïense vluchtelingen. De twee samengevoegde woningen werden tot voor kort gebruikt om jongeren op te vangen. Met het geld van de Agfa Aid-actie zal het OCMW onder meer slaapkamers en keukens inrichten, baby- en peuterspullen aankopen en onderhoudssets samenstellen. Zo krijgen de mensen uit Oekraïne die er zullen verblijven een warme thuis waar ze de gebeurtenissen in hun thuisland kunnen verwerken en de draad van hun leven weer kunnen oppakken.

Luc Gunsing: "Het verzamelde bedrag wordt goed besteed. Er zijn duidelijke afspraken met het OCMW en de burgemeester van Mortsel over de manier waarop het initiatief 'Vreugdeborg' gesteund zal worden. Het prachtige resultaat van deze actie motiveert ons om verder te doen. Agfa Aid staat voor het verlenen van financiële steun aan kleinschalige projecten in binnen- en buitenland waarbij een rechtstreekse link met collega's bestaat. We zetten ons in het bijzonder in voor kwetsbare kinderen. Collega's die zich geroepen voelen om deel uit te maken van ons team, zijn meer dan welkom."

Meer info over Agfa Aid: <https://agfaaid.wordpress.com/>



## Meer dan 88.000 euro voor Oekraïense vluchtelingen

Agfa verdubbelde niet alleen het door Agfa Aid opgehaalde bedrag. Het zette ook samen met de hulporganisaties UNICEF en Save the Children inzamelacties op. Agfa-collega's over de hele wereld doneerden aan deze organisaties – die zich vooral inzetten voor de kinderen uit Oekraïne – niet minder dan 28.112 euro. Ook dat bedrag verdubbelde Agfa. Alle acties en de verdubbelingen samen leverden 88.224 euro aan steun voor de Oekraïense vluchtelingen op.



Na het uitbreken van de oorlog in Oekraïne ontstond in buurland Polen een golf van solidariteit voor de slachtoffers. Ook Poolse Agfa-collega's zetten zich in voor Oekraïners die naar hun land vluchten.



## Poolse collega's in de bres voor Oekraïense vluchtelingen

Hoewel het sociale vangnet voor vluchtelingen er niet zo fijnmazig is als in België, verwelkomden verscheidene Poolse collega's Oekraïners in hun huis. Daarnaast steunen ze actief projecten die voorzien in de primaire behoeften van deze mensen. Daarvoor kunnen ze rekenen op een deel van het bedrag dat Agfa Aid bij de Belgische collega's ophaalde (zie pagina 20). HR Manager Monica Sobiech coördineert de toekenning van de fondsen.

De gulle gevers in België kunnen op beide oren slapen: hun donaties worden erg nuttig besteed.

Het project 'Poczekai, odpocznij' (vrij vertaald als: 'wacht even, rust wat uit') is één van de projecten die door Poolse Agfa-collega's worden gesteund. Vlakbij het station in Warschau werd een plek ingericht waar vrijwilligers hulp bieden aan vluchtelingen op doorreis – vooral moeders met kinderen – die met de trein aankomen. Ze krijgen er onderdak voor één of enkele nachten, voedsel, medicijnen,... Poolse Agfa-medewerkers verzamelden voor dit project voeding, sanitaire hulpmiddelen en reiskoffers.



Voor het opvangcentrum Dobry Zakatek kochten Agfa-collega's badhanddoeken en beddengoed aan. In het centrum verblijven 50 vluchtelingen uit Oekraïne, opnieuw voornamelijk moeders met hun kinderen.

De dankbaarheid van de Oekraïense mensen die opvang of hulp kregen is groot. Dat blijkt uit de vele hartverwarmende berichten die Poolse collega's krijgen van vluchtelingen die ze geholpen hebben, ook lang nadat deze mensen weer vertrokken zijn. De Poolse Agfa-medewerkers zijn op hun beurt erg blij met de ondersteuning die ze kregen van hun Belgische collega's.





# AMS Digital Printing kiest voor de veelzijdige Anapurna H1650i LED

Het Antwerpse AMS Digital Printing heeft met de installatie van een nieuwe Anapurna H1650i LED hybride printer een flexibele duizendpoot in huis gehaald.

“De mogelijkheid om zeer snel te wisselen tussen plaat- en rolmateriaal was samen met een goede dienstverlening doorslaggevend voor AMS,” zegt Niko Dheedene, Sales Manager bij Agfa België voor inkjetoplossingen.



AMS is een totaalleverancier van full-color binnen- en buitenreclame, voertuigwrapping, banners, reclamepanelen, vlaggen, totems, raam- en geveldecoratie. Ze ontwerpen, produceren en installeren het allemaal zelf. Met meer dan 20 jaar ervaring onderscheiden ze zich van andere grootformaat drukkers door diensten met toegevoegde waarde aan te bieden, waaronder maatwerk en niet-alledaagse creatieve oplossingen.

## Hands-on demo

Net om al die speciale printopdrachten vlot te kunnen uitvoeren, was AMS op zoek naar een bijkomende all-round hybride printer. Een kennis bracht zaakvoerder Ary Maes in contact met Niko Dheedene. “Met Niko was er van bij het begin een goede klik. Je voelt meteen dat hij met kennis van zaken spreekt vanuit zijn praktijkervaring. De demo bij Agfa was zeer goed voorbereid en georganiseerd. We waardeerden het enorm dat onze eigen mensen tijdens de demo ook hands-on met de printer konden werken, want uiteindelijk zijn zij het die er elke dag mee moeten werken. Niets werd aan het toeval overgelaten en het plaatje was perfect.”



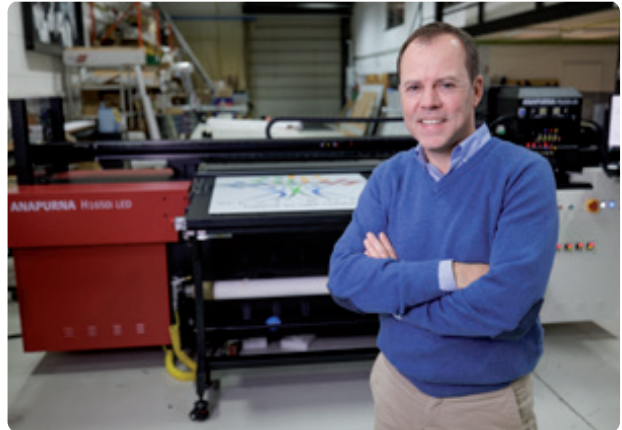


## Hybride machine was bepalend

Het was een weloverwogen keuze om voor een hybride machine te kiezen. Ary legt uit: “Ook wij ontkomen niet aan de steeds kortere levertijden. Vroeger moesten we vaak laminaatfolie op platen kleven, maar dat is nu niet meer nodig. Dat scheelt veel tijd. Bijkomend voordeel is dat er minder gemanipuleerd hoeft te worden en er dus minder mis kan gaan: niet onbelangrijk om onze winstmarges in de gaten te houden. Een ander voordeel van deze printer is dat de prints droog uit de machine komen en klaar zijn voor verdere verwerking en plaatsing. We hebben sinds kort ook een eigen snijmachine en het is gewoon super dat je na het printen meteen aan de slag kunt. Daarnaast zijn de prints zeer krasbestendig en is de kleurechtheid, zelfs niet gelamineerd, meer dan goed voor de gemiddelde levensduur van een billboard.”



Niko Dheedene, Inkjet Sales Manager België



AMS-zaakvoerder Ary Maes voor zijn nieuwste aanwinst: een Anapurna H1650i LED

## Makkelijk hanteerbaar formaat

Het is geen toeval dat AMS koos voor een toestel met een printbreedte van 1.650 mm. Ary legt uit waarom: “Groter is beter, hoor je vaak, maar dat is niet altijd waar. Wij hebben specifiek voor dit formaat gekozen vanwege de hanteerbaarheid van het bedrukte medium. Een plaat of folie van die breedte kan gemakkelijk door één persoon worden gemanipuleerd. Alles wat groter is, wordt moeilijk. Dat is belangrijk als je onderweg bent en ergens op grote hoogte een plaatsing moet doen. De printer staat er nu ruim een half jaar en we zijn zeer tevreden. De installatie en opstart zijn goed verlopen en de medewerkers vinden het een fijne machine om mee te werken. Vooral omdat het wisselen tussen plaat- en rolmateriaal echt een fluitje van een cent is, waardoor we snel kunnen schakelen tussen verschillende opdrachten. Wat ik erg waardeer is dat we altijd bij Niko terecht kunnen met vragen en hij ons ondersteunt met allerlei tips & tricks om het maximale uit de printer te halen. Ik kan Agfa van harte aanbevelen!”



# “Het begint met een idee, maar dan start het werk pas”

Begin mei lanceerde Agfa SolidTune, een baanbrekende drukvoorbereidingssoftware voor offset-verpakkingsdrukwerk die uitblinkt door een lager inktverbruik en een snellere doorlooptijd. Dat zorgt voor een grotere productie-efficiëntie, een betere beeldkwaliteit én minder afval. Deze software bouwt verder op die andere revolutionaire raster technologie van Agfa: SPIR@L. Die software verving de traditionele dots in een drukwerk door een spiraalvorm. Daardoor heb je voor het bedrukken van een bepaald oppervlak minder inkt nodig, terwijl de druk kwaliteit die van andere rasters overtreft. Zowel SolidTune als SPIR@L werden in Mortsel ontwikkeld door Rudi Bartels en zijn team.



Het Color Technology Center (CTC) maakt de algoritmes voor kleurenmanagement en halftoning. Als je bijvoorbeeld een digitale foto, die gewoonlijk in een RGB-kleurenruimte wordt weergegeven, wil drukken, moet je die omzetten naar een CMYK-ruimte. Hun software zorgt er dan voor dat wanneer je naar de gedrukte foto kijkt, je deze hetzelfde ervaart als wanneer je naar de foto op het computerscherm zou kijken. Dat klinkt eenvoudig, maar dat is het niet. Zachte kleurenverlopen in het beeld moeten zonder stappen gereproduceerd worden, er mag geen kleurenzweem ontstaan, er mag geen ruis in het beeld sluipen,...

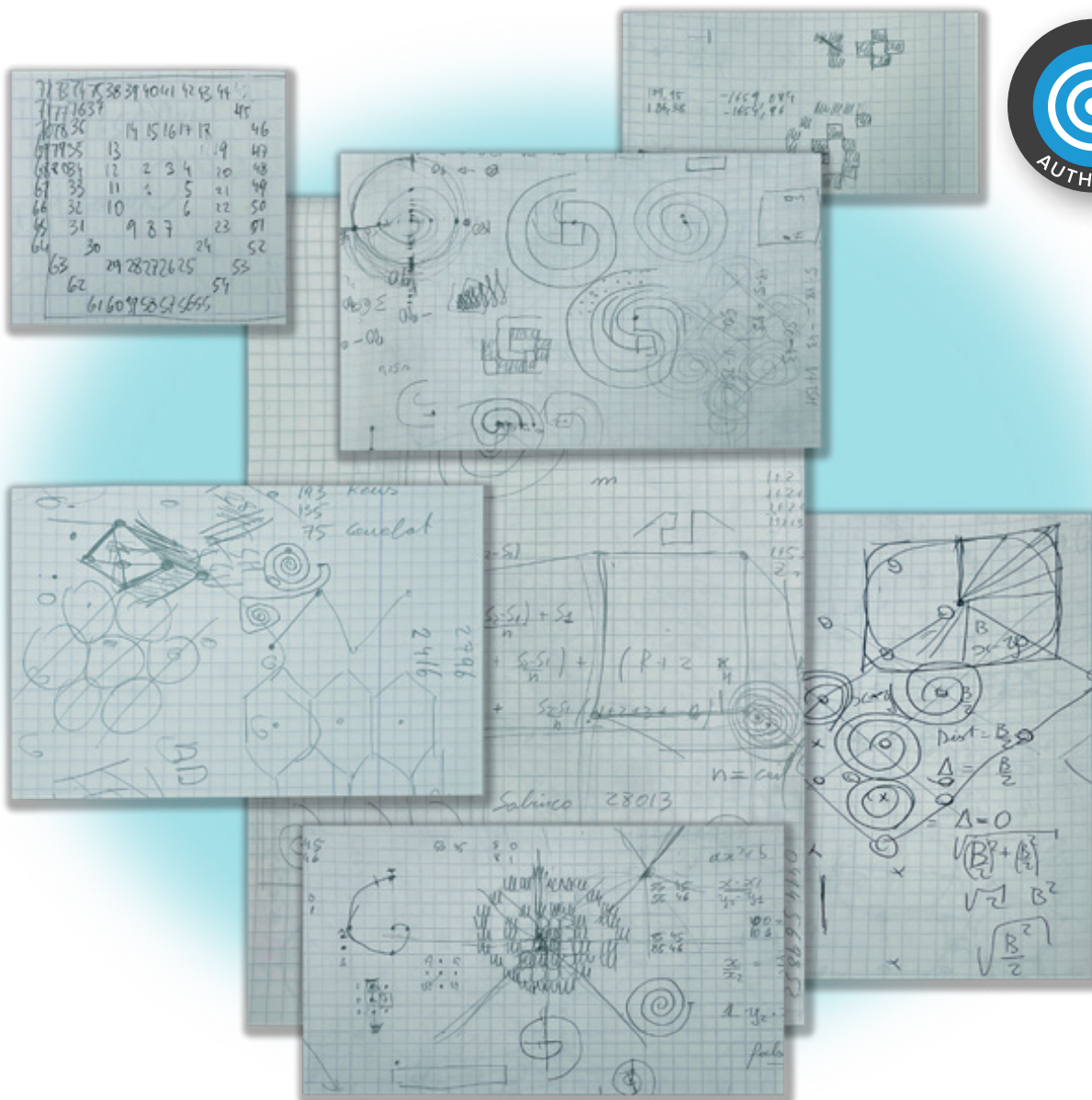
Drukwerk bestaat eenvoudig gezegd uit het drukken van kleine puntjes. Wil je een lichte tint, zet je kleine puntjes, wil je een donkere tint dan maak je de puntjes groter. De puntjes staan netjes in rijen en kolommen. Dat noemen we AM screening.

Een andere methode, FM screening, past het aantal puntjes aan. Je gaat uit van het kleinste puntje dat je kan drukken. Wil je een donkere tint maken dan zet je veel van die kleine puntjes, wil je daarentegen een lichtere tint dan zet je weinig puntjes. De puntjes staan hier willekeurig door elkaar.

Zo'n FM screen levert vaak scherpere beelden op, heeft een groter kleurbereik en heeft ook minder inkt nodig om tot hetzelfde resultaat te komen. Dat komt doordat er bij veel kleine puntjes veel meer randpuntjes zijn. Hoe groter die perimeter is, of anders gezegd hoe meer pixels er op de grens tussen inkt en geen inkt liggen, hoe efficiënter de inkt het papier zal bedrukken.

**PLUS:** *In tegenstelling tot zijn voorgangers is SPIR@L niet meer gebaseerd op het drukken van puntjes. Hoe ben je op het idee voor SPIR@L gekomen?*

**RUDI:** Ik wist uit ervaring dat een screen maken met een grote perimeter er voor zou zorgen dat we inkt kunnen besparen. Ik wilde de voordelen van onze verschillende tot dan uitgebrachte screens zo veel mogelijk combineren. Vooral de stabiliteit van onze AM screens combineren met de inktbesparing van de FM screens. En dan krijg je plots een idee: als ik nu in plaats van een punt eens een spiraal teken. Je begint er over na te denken. Je maakt een



schets. De spiralen die je wil tekenen zijn heel klein. Het beeld dat je moet maken kan je vergelijken met het vullen van vakjes op een ruitjesblad.

Het concept is rechttoe rechtaan, maar daarom des te innovatiever: we vervangen het traditionele inktpuntje dat bij offsetdruk wordt gebruikt door een andere, efficiëntere vorm zoals een spiraal.

Als je ziet dat er een kans op slagen is, begin je aan de implementatie. Hiervoor ga je aan het coderen. Bij de ontwikkeling van de code zet ik altijd kleine stukjes om voor het wegschrijven van tussentijdse beelden. Zo werk je stap voor stap. Eerst zorg je dat je een mooie spiraal krijgt. Dan kijk je of die spiralen mooi aansluiten. Eerst doe je dit voor slechts één kleur. In PhotoShop check je of er geen patronen in zitten. Ziet het er goed uit, dan maak je het eerste screen met de 4 kleuren (C, M, Y en K). Tijdens het genereren van de eerste screens, pas ik het net gegenereerde screen ook direct toe op een paar beelden. Die bekijk je dan weer in PhotoShop om te zien of er geen

onregelmatigheden in zitten. Uit ervaring weet je dat hoewel screens er goed uit zien op het scherm, er toch problemen kunnen ontstaan bij het drukken. Daarom zorg je dat je bepaalde karakteristieken van een screen kan bijregelen met parameters: je kan de dikte van de zwarte lijn of de dikte van de spatie kiezen, hoe groot de begin-dot moet zijn, hoe het gedrag in de schaduwpartijen moet zijn. In het geval van SPIR@L denk ik dat ik er ongeveer twee weken over gedaan heb om van het idee tot het eerste echte SPIR@L screen te komen. Dat is ook het eerste grote moment van voldoening. Je bekijkt het resultaat op een foto. Uitgezoomd zie je mooi de typische rozetten die je ook bij een AM screen ziet, ingezoomd zie je mooie spiralen. Ook het beeld met verlopen en de verschillende vlakjes met tinten moeten er goed uitzien.

**PLUS: Je hebt nu een eerste screen gemaakt. Wat nu?**

**RUDI:** Nu kan het grote werk gaan beginnen. Daarvoor kan ik op mijn collega's rekenen. Nadat het eerste screen is gemaakt, weten we dat het ook het moment is om alvast een patentaanvraag in te dienen. Dat wordt



gedaan door de collega's van de patentdienst. In dit geval Joris Van Garsse. Maar om met onze technologie naar de klant te gaan is het nog te vroeg. Eerst moet het door onze applicatiedienst, de groep van Jan De Lathouwer, uitvoerig getest worden op drukplaten en in druk. Voor SPIR@L vormde ik een tandem met Els Van Cauwenberghe. Wij waren er beiden van overtuigd dat SPIR@L even goed kon presteren als de screens van de concurrentie en we wilden dat maar al te graag bewijzen. Els heeft een paar varianten op een drukplaat gezet en in huis laten drukken. Door het resultaat met de microscoop te bekijken, zagen we waar er nog problemen konden optreden. Dus pasten we de parameters wat aan. Dan begonnen we opnieuw tot we een screen hadden dat eenzelfde drukresultaat gaf dan onze vertrouwde AM screens. Het drukresultaat was perfect.

**PLUS:** *Maar het was je niet alleen om een perfect drukresultaat te doen, toch?*

**RUDI:** Inderdaad. We wilden ook graag inkt besparen. Maar hoe meet je dat? We hebben vanalles geprobeerd, maar de enige methode die uitsluitsel kon geven, was om bij een klant die grote aantallen drukt het screen te testen. In Denemarken vonden we een klant die maar al te graag bereid was ons nieuwe screen te testen op zijn reclaimedrukwerk. Bovendien had hij een moderne drukpers die het inktverbruik vrij nauwkeurig kon meten. Els en ik zijn samen naar de klant geweest om op de drukpers van de klant het screen zo af te regelen dat de kwaliteit van het drukwerk minstens even goed was als de

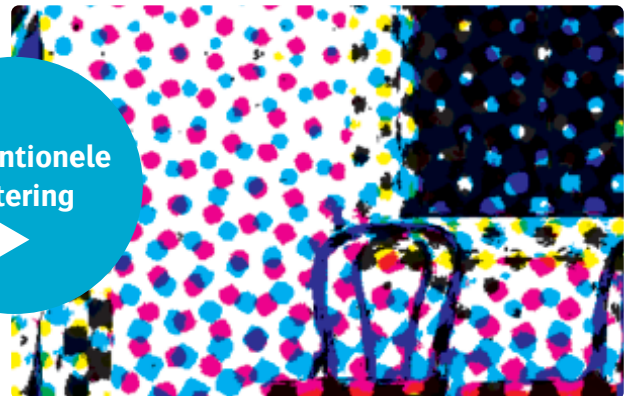
kwaliteit van het screen dat de klant normaal gebruikte. Na twee dagen afstellen was het screen helemaal klaar en kon de klant de eerste split-run inplannen: 200.000 exemplaren drukte hij met zijn oude screen en 200.000 exemplaren met het nieuwe SPIR@L screen. En dan was het wachten op het rapport van de klant. Dit was het tweede, en misschien wel het grootste moment van voltoening. Els kreeg de mail binnen en vroeg mij om direct te komen kijken. De klant had dankzij SPIR@L 12% inkt bespaard. Agfa's SPIR@L screen was bij deze officieel geboren.

**PLUS:** *Dan moet het nog op de markt worden gezet.*

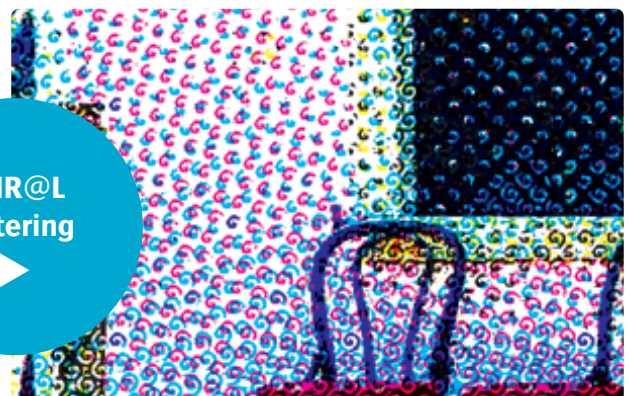
**RUDI:** Inderdaad. Het applicatiewerk was nog lang niet gedaan. Els deelde haar ervaring met haar directe collega's en een heel SPIR@L-team ging aan het werk (Paul, Els, Christophe, Dirk, Steven en natuurlijk Jan, de verantwoordelijke van het EQA team en ondertussen ook de grote bezieler van het nieuwe screen die het verdedigde bij het management en marketing). SPIR@L werd deel van het ECO<sup>3</sup>-project en werd zo ook een toegevoegde waarde voor de klant. Tot nog toe zijn er ondertussen 105 splitruns gebeurd, bij 17 verschillende klanten, met 15 varianten van het SPIR@L screen. In totaal zijn er bij deze tests meer dan 45.000.000 pagina's gedrukt. De gemiddelde besparing aan inkt voor al deze jobs is 9,1%. Als je weet dat er klanten zijn met een inktverbruik van meer dan 2.000.000 euro per jaar, kan je gemakkelijk berekenen wat dit voor deze klanten op jaarbasis kan betekenen.



Conventionele rastering



SPIR@L rastering





## Nieuwe organisatiestructuur-tool

Op het intranet is er sinds kort een nieuwe applicatie beschikbaar om de organisatorische structuur van de volledige Agfa-organisatie te raadplegen. Alle informatie en functionaliteiten die je gewend was terug te vinden in de oude applicatie zijn ook beschikbaar in de nieuwe applicatie. Meer informatie over de werking van de applicatie kan je vinden in een handleiding. Het bericht op de Corporate blog over deze nieuwe tool bevat een link naar de handleiding.

De applicatie zelf is raadpleegbaar via de sneltoets Org Charts op de homepagina van het Corporate intranet. In tegenstelling tot de vorige tool is deze nu ook te gebruiken via Chrome en Firefox.

## ICS Connects!

ICS Connects is de blog van Agfa's ICS-afdeling. Hij is sinds 24 mei live en je vindt hem via een sneltoets op de homepagina van het Corporate intranet.

Wat kan je verwachten? Informatie over cybersecurity en over hoe we onze gegevens kunnen beveiligen; tips & tricks of praktische informatie die ons helpen bij onze dagelijkse werkzaamheden,... Je leest op de blog ook alle belangrijke informatie over de veranderingen die binnen ICS plaatsvinden en over de verdere stappen in de transformatie van de afdeling.

Bekijk ICS Connects elke dinsdag, want dan wordt er een nieuw bericht op de blog gepubliceerd.

Vertel ook je collega's over ICS Connects!

Heb je suggesties voor onderwerpen? Stuur dan een e-mail naar [ics\\_lh\\_program@agfa.com](mailto:ics_lh_program@agfa.com).



*Solomon R. Guggenheim Museum, New York*

## SPIR@L onder de loep

Elders in dit nummer lees je alles over de SPIR@L-software van de Offset Solutions-divisie. Die spiraalvorm in het drukwerk kan je niet met het blote oog waarnemen. Daar heb je op zijn minst al een behoorlijke loep voor nodig. De marketing-collega's van Offset Solutions delen een 100-tal van die gadgets uit waarmee je zelf op zoek kan gaan. Maar daar moet je wel wat voor doen!

De opdracht is eenvoudig, maak tijdens je vakantie een mooie, leuke foto van een spiraalvorm in de natuur, in architectuur, of gewoon in dingen en stuur die op naar de redactie: [plus@agfa.com](mailto:plus@agfa.com). Succes!

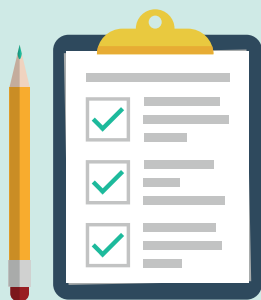
Het jaar is weeral halfweg, tijd dus voor een welverdiende vakantie. Om er zoveel mogelijk van te genieten, geven we je hierbij graag enkele tips!



# Geniet van je vakantie

## 1. Plan overzichtelijk en op voorhand

Vakantiestress? Doen we niet aan mee! Daarvoor is een overzichtelijke, duidelijke en realistische planning wel essentieel. Zorg ervoor dat je alle taken die je nog moet afwerken voor je verlof oplist en spreid ze over een ruimere periode. Op die manier behaal je gemakkelijker deadlines en ervaar je minder stress. Vlak voor je afwezigheid ruim je dan nog je werkplek op en zet je de laatste puntjes op de i. Goed georganiseerd, rust in je hoofd en structuur voor wanneer je weer terugkomt: het ideale recept voor een succesvolle time-out.



## 2. De laptop blijft thuis

Kan jij je werk moeilijk loslaten? Begrijpelijk, maar zo kan je je nooit volledig ontspannen. Laat daarom je laptop veilig opgeborgen thuis liggen en check ook niet stiekem je mail op je telefoon. Misschien is het zelfs een goed idee om gewoon even de synchronisatie ervan op je smartphone stop te zetten. Als je daarbij een goede out of office instelt, waarbij je een contactpersoon doorgeeft voor noodgevallen, kan er niets mislopen. Je hebt immers bij stap één al alle losse eindjes aan elkaar geknoopt voor je periode van afwezigheid.



## 3. Kies een goede vervanger

Ben je toch niet helemaal zeker dat je alles in orde gekregen hebt? Of je bent bang dat er een gigantische stapel aan taken op je zal liggen wachten wanneer je terugkomt? Dan kan je een collega inschakelen die tijdelijk jouw verantwoordelijkheden opneemt. Je legt aan deze persoon de belangrijkste zaken uit en laat zien hoe jij deze normaal afhandelt. Heb je genoeg duidelijkheid gecreëerd? Dan kan je nu met een gerust hart vertrekken.



## 4. Wees actief en creatief

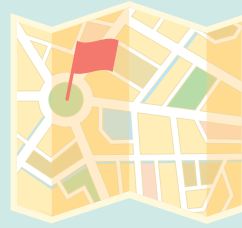
Het lijkt misschien niet zo, maar door eens actief te gaan wandelen, fietsen of rennen, of je creatief bezig te houden door te schilderen of tekenen, zorg je voor opbouwende ontspanning. Wanneer je compleet opgaat in een activiteit die niets met je job te maken heeft, zal je merken dat je weer nieuwe inspiratie opdoet. Dit geeft je vernieuwde energie. Schrijf je plannen en ideeën op in een notitieboekje, zodat je na je verlof even in kunt tunen op het positieve gevoel dat je toen ervaarde.

## 5. Spontaniteit mag ook wel eens

Voor veel mensen betekent een job: structuur. Je houdt je aan specifieke tijden en strakke plannings. Het goede nieuws is: op vakantie is dit niet nodig. Je moet niet alles strikt inplannen, niks moet en alles mag. Spontane ideeën zijn dan ook perfect, zo kan je elke dag doen waar jij zin in hebt. Een museumuitstap of een dagje chillen aan het zwembad? Het kan allemaal!







## 6. Wat vind je belangrijk?

Nu je even tijd voor jezelf (en voor je gezin) hebt, is het tijd om te denken aan wat jij belangrijk vindt. Eens lekker knuffelen met je partner, een uitgebreid ontbijt met de kinderen, of eindelijk dat boek lezen dat je al maanden in je kast liggen hebt. Je kan ook eens wat klussen in de tuin, maar vergeet vooral niet om voldoende me-time te nemen. Het geeft je tijd om na te denken over je leven, wat je fijn vindt en wat je eventueel wil bijsturen.

## 7. Denk vóór je reis na over je terugkomst

Het is voor de meeste mensen slim om nog enkele dagen thuis in te plannen als je erop uitgaat tijdens je verlof. Anders kom je meteen weer in de "ik-heb-niet-genoeg-tijd"-stress terecht en ben je alweer moe voor je terug gaat werken. Neem tijd om even op te ruimen, je post door te nemen en te herstellen van een eventuele jetlag. Nog even lekker op het gemak doen die laatste vrije dagen, met andere woorden.

## 8. Zorg dat je je niet verveelt

Onderweg zijn naar een vakantiebestemming kan laaaaaaang duren... Om ervoor te zorgen dat je niet gaat liggen piekeren over je job neem je best wat puzzelboekjes, een leuke roman of wat spelletjes mee. Zoek ook op voorhand al uit wat er op je bestemming te doen valt, zeker als je met kinderen op reis gaat. Onderweg zorgen voor rust in je hoofd? Zet dan je favoriete muziek op en ontspan...



## 9. In één woord: geniet

Het aller-, allerbelangrijkste is dat je geniet van jouw welverdiende vakantie. Doe leuke dingen, bezoek speciale plaatsen en kies voor unieke ervaringen om nooit meer te vergeten. Door te genieten van je vrijheid, word je positiever en krijg je weer nieuwe energie. Zodat je na je verlof weer helemaal opgeladen bent voor de nieuwe werkperiode.

## 10. Sleep, eat, repeat

Volgende slaap is niet alleen belangrijk als je moet gaan werken... Je lichaam heeft echt rust nodig, dus blijf af en toe eens lekker lang liggen. Probeer daarbovenop ook een vast ritme aan te houden en geniet van lekkere maaltijden. Af en toe eens iets gezond is natuurlijk ook wel belangrijk om je energie op peil te houden.



## Onze slechtvalken hebben een fan!

Op pagina 19 schreven we nog dat we blij waren dat we eens over een andere vogel dan de slechtvalk konden schrijven.

En toen kreeg collega Marc Hofman, Agfa's slechtvalkexpert bij uitstek, onderstaande mail binnen. Tja, dit moesten we gewoon publiceren.

*Geachte Mr Hofman,*

*Ik ken de webcam sinds broedjaar 2021 dankzij de tip op Radio 2 over de slechtvalken in de toren van de basiliek van Tongeren (momenteel in restauratie), en heb via Natuurpunt ook de webcam van Mortsel ontdekt. Het is een echte soapreeks, met vertederende beelden van zorgzame ouders, gulzige kinderen, zielige kadavers, ongeduldige jongeren die hun vleugels willen spreiden en de wijde wereld willen gaan verkennen (want het kot wordt letterlijk te klein). Ze groeien gelijk bloemkolen. Het ringen van de kleintjes is een spannende bezigheid (met de schrikreactie van de kleintjes, het uitstapje in het ijscrèmebakje en de waakzame ouders) met een hoog "David Attenborough-gehalte".*

*De webcam is op mijn computer direct te raadplegen en elke dag tovert hij een glimlach op mijn gezicht. Chapeau voor iedereen die moeite doet om dit mogelijk te maken. Als lid van Natuurpunt hopen we ook een steentje te kunnen bijdragen.*

*Met dank en vriendelijke groeten,  
Michèle Berckmans uit Hasselt*



## ook Mortsel-TV is fan

Zoals veel duiven reeds gemerkt hebben, er is geen ontsnappen aan onze slechtvalken. Ook dit jaar mochten we weer vier kuikens begroeten en opnieuw kregen ze weer heel wat belangstelling in de lokale pers. Zoals gebruikelijk werden de diertjes gemeten, gewogen en geringd. En als je wil weten hoe dat gebeurt op 70 meter hoogte, dan moet je via onderstaande link of QR-code even een kijkje nemen op Mortsel-TV. In een bijna vier minuten durende cliffhanger kom je alles te weten over het ringen van de kuikens. Spoiler alert: het loopt goed af.

[bit.ly/3yh8Kci](https://bit.ly/3yh8Kci)



## 10 miles

Zes maanden na de eenmalige najaarseditie verwelkomde de Antwerp 10 Miles zondag 24 april opnieuw meer dan 30.000 lopers. De Antwerp 10 Miles is al 36 jaar het grootste loopfeest van het land. Om 13u30 gaf Antwerps burgemeester Bart De Wever op de Gloriantlaan op Linkeroever het startschot voor de eerste van vier startwaves van de 10 miles. Die waves maakten dat het deelnemersveld perfect gespreid werd over het 16 km lange parcours.

Ook Agfa was weer van de partij met een vijftigtal lopers. Opvallend feitje: ook enkele BV's werden gespot in een Agfa t-shirt. Zo herken je op de onderste foto ongetwijfeld Filip Joos en Steven Defour. Zij flankeren collega Petra De Geest, Radiology Solutions. De BV aan de linkerzijde is collega Frank Van den Bogaert, zoals steeds begaan met de logistieke ondersteuning van onze atleten.

Proficiat alweer voor zoveel sportieve inzet!



Het Deense Aleris-Hamlet is de eerste ziekenhuisgroep in Europa die Agfa's digitale radiografiekamer VALORY™ installeert.



# Eerste VALORY-radiografiekamer in Europa

Aleris-Hamlet is de grootste leverancier van particuliere gezondheidszorg in Denemarken, met zeven ziekenhuizen in het hele land. Het maakt deel uit van de Aleris Group, een van de toonaangevende particuliere zorgbedrijven in Scandinavië. Aleris-Hamlet biedt een breed scala aan diagnostische beeldvormingsdiensten, waaronder röntgenfoto's, CT, mammografie, MRI en echografie.

Radiologische diensten worden verleend in vijf van de Aleris-Hamlet ziekenhuizen. Voor twee van deze sites heeft Aleris-Hamlet ervoor gekozen om voor Directe Radiografie (DR) over te stappen van een externe leverancier naar Agfa. In december 2021 werd een overeenkomst getekend voor de implementatie van een VALORY DR-kamer met een draadloze detector van het type Dura-line™ XD 17 in het Aleris-Hamlet-ziekenhuis in Aalborg en een DR 400-kamer in het Aleris-Hamlet-ziekenhuis in Aarhus. Agfa's partner in Denemarken, DuMed, speelde een sleutelrol bij het mogelijk maken van de overeenkomst. De systemen werden eind januari 2022 geïnstalleerd.



“Agfa's digitale beeldvormingsoplossingen bieden een uitstekende beeldkwaliteit voor een breed scala aan toepassingen, wat ons in staat stelt de tevredenheid van patiënten en verwijzende artsen te verhogen en ons aanbod voor zakelijke partners te versterken. We zijn tevreden over de service en het professionalisme van Agfa en DuMed. De installaties werden snel uitgevoerd en we kijken ernaar uit om onze relatie in de toekomst verder uit te bouwen,” zegt Vivian Brix, ziekenhuismanager, Aleris-Hamlet Aalborg.

“We zijn trots dat Aleris-Hamlet ervoor heeft gekozen om in twee van zijn ziekenhuizen over te stappen op Agfa voor digitale radiografie. Onze VALORY DR-kamer, Dura-line-detectoren en DR 400-kamer hebben hun waarde bewezen bij het verhogen van de productiviteit. Ze bieden de zorgverleners de mogelijkheid om de zorg en diensten die ze leveren te verbeteren. Met hun schaalbaarheid en gebruiksgemak passen deze DR-oplossingen in elke ziekenhuisomgeving en ondersteunen ze meer efficiëntie en patiënttevredenheid,” aldus Vassilis Karkalis, Sales Director North South East Europe, Agfa Radiology Solutions.





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 1<sup>e</sup> Gespecialiseerd Operator en Sportman met een Hart **Jan Hoefkens**

Als 1ste Gespecialiseerd Operator staat Jan bij Agfa in voor de versnijding van de NDT-masterrollen. Maar in zijn vrije tijd is hij superman op wielen. Op 26 mei deed hij wielersprofs verbleken door voor het goede doel de 'Everest Challenge' te rijden. Hij reed daarvoor meer dan 14 keer een col van eerste categorie naar boven.

**PLUS: Je zit hier omdat je iets heel speciaals gedaan hebt voor Runar. Wie is Runar eigenlijk?**

**JAN:** Runar is mijn buurjongen van zes. Door zuurstofgebrek bij de geboorte liep hij een hersenverlamming op. Zijn vooruitzichten waren somber: dokters zeiden dat hij nooit zou kunnen praten, stappen of met zijn handen werken. Maar Runar is nu volop bezig het tegendeel te bewijzen.



**“Wanneer ik e  
“Runar moet een v**



**PLUS: Voor Runar is de vzw Runars Weg naar de Toekomst opgericht. Waarom is dat nodig?**

**JAN:** Runar volgt therapie bij het revalidatiecentrum TrainM in Antwerpen en daarnaast ook nog kinesitherapie, reflexintegratie, logopedie en ABR-therapie. De revolutionaire technieken die ze bij TrainM gebruiken zijn succesvol. De kinderen kunnen er oefeningen doen met bijvoorbeeld een staprobot en een handfunctierobot. Dankzij de behandelingen en vooral dankzij zijn eigen doorzettingsvermogen kan Runar nu al ruim één kilometer helemaal zelfstandig stappen. De therapie is wel heel duur. De robotbehandelingen worden nog steeds niet terugbetaald. Tel daar de andere therapieën en de dure toestellen die de ouders van Runar zelf moeten aankopen bij en je snapt dat de jaarlijkse kosten erg hoog oplopen. De vzw is opgericht om Runar alle kansen te geven die hij verdient. Daarnaast wil de vzw helpen om de succesvolle therapieën meer bekendheid te geven, zodat Runars lotgenoten hier ook mee gebaat kunnen zijn. Hopelijk leidt een grotere bekendheid uiteindelijk ook tot een terugbetaling door de mutualiteiten.

**PLUS: Jij hebt op 26 mei een fameuze sportprestatie geleverd ten voordele van de vzw. Vertel eens iets over je exploit.**

**JAN:** Ik heb de Everest Challenge gereden, één van de zwaarste klimuitdagingen ter wereld. Het is de bedoeling om op één dag zonder lange rustperiodes de hoogte



# en moeilijk moment had, dacht ik: "veel zwaardere strijd leveren dan ik."

van de Mount Everest te overwinnen, wat neerkomt op 8.848 hoogtemeters. Omdat je de Mount Everest zelf natuurlijk niet kan opfietsen, heeft de organisatie achter de challenge regels opgesteld, die te vinden zijn op hun website [everesting.cc](http://everesting.cc). Je moet een berg telkens opnieuw langs dezelfde kant opfietsen tot je de hoogtemeters bereikt hebt. Ik heb 14,47 keer na elkaar de Col du Ballon d'Alsace opgereden.

**PLUS:** *In de Ronde van Frankrijk is de Col du Ballon d'Alsace een berg van 1ste categorie. Kan je een idee geven hoe zwaar het was om die meer dan 14 keer op te rijden?*

**JAN:** Het is echt wel afzien. Ik heb 261 kilometer gereden. Daar heb ik iets meer dan 16 uur over gedaan, waarvan ik bijna 15 uur effectief gereden heb. Ik ben 's morgens om tien voor zes vertrokken en de duisternis viel in toen ik klaar was. De col heeft een gemiddeld stijgingspercentage van 7%. Het is trouwens de berg waarop Eddie Merckx zijn eerste ritzege in de Ronde van Frankrijk behaald heeft. De herhaling van telkens weer dezelfde klim maakt het extra zwaar. Tot de zevende keer ging het heel goed, maar dan begon ik echt af te tellen. Na 10 keer begonnen de benen zwaarder te worden, maar gek genoeg heb ik mijn hartslag altijd onder controle kunnen houden. Ik ben nooit in het rood gegaan. Ik moet echt een superdag gehad hebben.

**PLUS:** *De afdalingen zullen wel welkom geweest zijn...*

**JAN:** Heel zeker. Het is ook een hele mooie afdaling. Maar het was die dag wel druk op de berg, met veel motoren en ander verkeer. Ik moest dus altijd heel geconcentreerd blijven. 's Morgens was het ook nog koud op de fiets.

**PLUS:** *Had je mensen die je hielpen tijdens je prestatie?*

**JAN:** Mijn schoonbroer stond boven met bevoorrading. Ik kan je zeggen dat ik elke keer heel blij was om hem te zien. Enkele leden van mijn fietsclub WTC Heultje hebben een klein stukje meegereden, maar de rest van de weg heb ik alleen afgelegd. Ook die eenzaamheid maakte het mentaal zwaar. Maar echt alleen was ik niet. Ik had foto's van Runar op mijn stuur geplakt. Wanneer ik een moeilijk moment had, keek ik daarnaar en dacht ik: "Runar moet een veel zwaardere strijd leveren dan ik". Ze zeggen dat je een beetje gek moet zijn voor de Everest Challenge, maar Runar heeft me enorm geholpen om door te zetten.

**PLUS:** *Ben je sowieso een wielervan?*

**JAN:** Vroeger was ik vooral een fanatiek loper, maar dat lukt niet meer zo goed. Nu fiets ik veel. Ik heb eerder ook al wel straffe stoten uitgehaald, zoals 26 keer achter elkaar de Patersberg oprijden. Toen ik hoorde van de Everest Challenge, dacht ik dat ik dat nooit zou kunnen. Maar na een gesprek met de mama van Runar is het idee beginnen rijden om het voor hem toch te proberen. Ik ben in de winter specifiek beginnen te trainen, vooral in





de Ardennen. Ik heb ook een paar keer een halve Everest Challenge gereden om te bepalen welke beklimming het beste bij me past. Eigenlijk ben ik niet echt een klimmerstype, maar ik heb mijn hart wel aan de bergen verloren. Met mijn fietsclub gaan we er elk jaar wel eens naartoe.

**PLUS: Hoe heb je je voor de challenge laten sponsoren?**

**JAN:** WTC Heultje organiseert elk jaar op 1 mei een fietstocht, de Hel van het Hageland. Ik heb tijdens dat evenement geld ingezameld. Ik heb samen met de ouders van Runar een tekstje opgesteld dat op een collectepotje stond. De tekst gaf uitleg over de challenge en over het doel van de actie. De club heeft zelf ook gesponsord. Ook in het kantoor van de ploegbaas hier op Agfa staat zo'n pot. Ik heb veel steun gehad van mijn clubgenoten, mijn familie, mijn collega's en van de mensen in Wiekevorst

en omgeving. Runar en zijn ouders zijn alle gulle gevers enorm dankbaar.

**PLUS: Kunnen mensen de vzw Runars Weg naar de Toekomst nog steeds steunen?**

**JAN:** Zeker. Wie wil kan de vzw steunen met een gift op rekeningnummer BE40 9734 00 65 1763. Je kan de vorderingen van Runar ook volgen op de facebookpagina van de vzw.



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](mailto:plus@agfa.com).

## Prijs!

Hier vind je de oplossingen van de puzzels uit het vorige nummer en ontdek je misschien ook of jij een van de prijsbeesten bent die een geschenkenbon van Kadonation van 25 euro aan de haak slaat.

De antwoorden op de cryptopuzzel waren:

A. Stel – B. Slipcursus – C. Klokhuis – D. Lokeend – E. Zilver – F. Hoofdstuk – G. Inleiding – H. Plankton – I. Volgnummer – J. Antistoffen – K. Hamvraag – L. Serpentine – M. Toemaatje – N. Doelbewust – O. Boterbloem – P. Halter – Q. Afwas – R. Brons.

We zochten: Scheidingsmembraan.

De sudoku-cijfers die we zochten waren 7 en 6.

Winnen elk een geschenkenbon van Kadonation van 25 euro: Erik Leysen (Materials Manufacturing) en Bart Raemdonck (Offset Solutions). Proficiat!





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 31 augustus 2022 per e-mail: [plus@agfa.com](mailto:plus@agfa.com) of naar **8933** met de binnenpost. Uit de juiste inzendingen trekken we een gelukkige winnaar die een geschenkenbon van Kadonation ter waarde van 25 euro ontvangt. Let op: de 'ij' telt ook nu weer voor één letter. Succes!

- a. Lastpost.
- b. Kleine houtvoorraad.
- c. Venijnig dessert.
- d. Docent looien.
- e. Een zerk van een opschrift voorzien.
- f. Hovenierstaaltje.
- g. Vier.
- h. Verkiezingen in juli of augustus.
- i. De avond viel terwijl de ...
- j. Neutrale lens.
- k. Maar zó eenzaam.
- l. Paasbloemenkweker.
- m. Dwaze borstel.

A				1	2												
B		6			4	3	13										
C		9				10			12								
D	14				5							5					
E		10	5				4		4								
F	9				11							10					
G		12				11						5					
H		1	3	1		9			6			2	2				10
I			4	7						8			4				8
J					13					9							12
K				1						14	4	4					
L					1					7			6				
M					3								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 een geschenkenbon van 25 euro van Kadonation als je de twee cijfers in de lichtgekleurde vakjes inzendt. Je oplossing stuur je voor 31 augustus 2022 per e-mail naar [plus@agfa.com](mailto:plus@agfa.com), of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Als je troebel water met rust laat.

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

wordt het vanzelf helder.

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

