



GLITCH

PRAKTIJKBOEK

GLITCH _KOMPAS



Interreg
Vlaanderen-Nederland
Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

provincie limburg
gesubsidieerd door de Provincie Limburg



Ministerie van Economische Zaken
en Klimaat

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Vlaanderen
is ondernemen



Provincie
Antwerpen



Flanders
State of the Art



GLITCH
KOMPAS

FASE 1| **START**

- 1 **START**
 - 2 **ONTDEK**
 - 3 **DEFINIEER**
 - 4 **ONTWIKKEL**
 - 5 **HERONTDEK**
 - 6 **VERBETER**
 - 7 **LEVER**
-

TOOLS FASE 1

DE TOOLS

De startfase (fase 1) waarin het doel en het team worden gevormd kan gemakkelijk worden uitgevoerd met behulp van de volgende tools:

- Goal mapping om het doel te bepalen.
- Een spel om te bepalen of het team volledig is qua rollen en persoonlijkheden (The A-team).

Doorloop onderstaande tools om stap één af te ronden:

- Breng de verwachtingen die de verschillende teamleden hebben over het co-creatieproces en de innovatie in kaart.
 - De taakverdeling: Schets het gemeenschappelijke doel en de taakverdeling (BMC).
 - Maak een planning van het hele co-creatieproces, dus van fase 1 (de startfase) tot en met fase 7 (de leverfase).
-

GOAL MAPPING DEEL 1

GOAL MAPPING DEEL 2

Goal Mapping 2

Specifiek

Meetbaar

Acceptabel

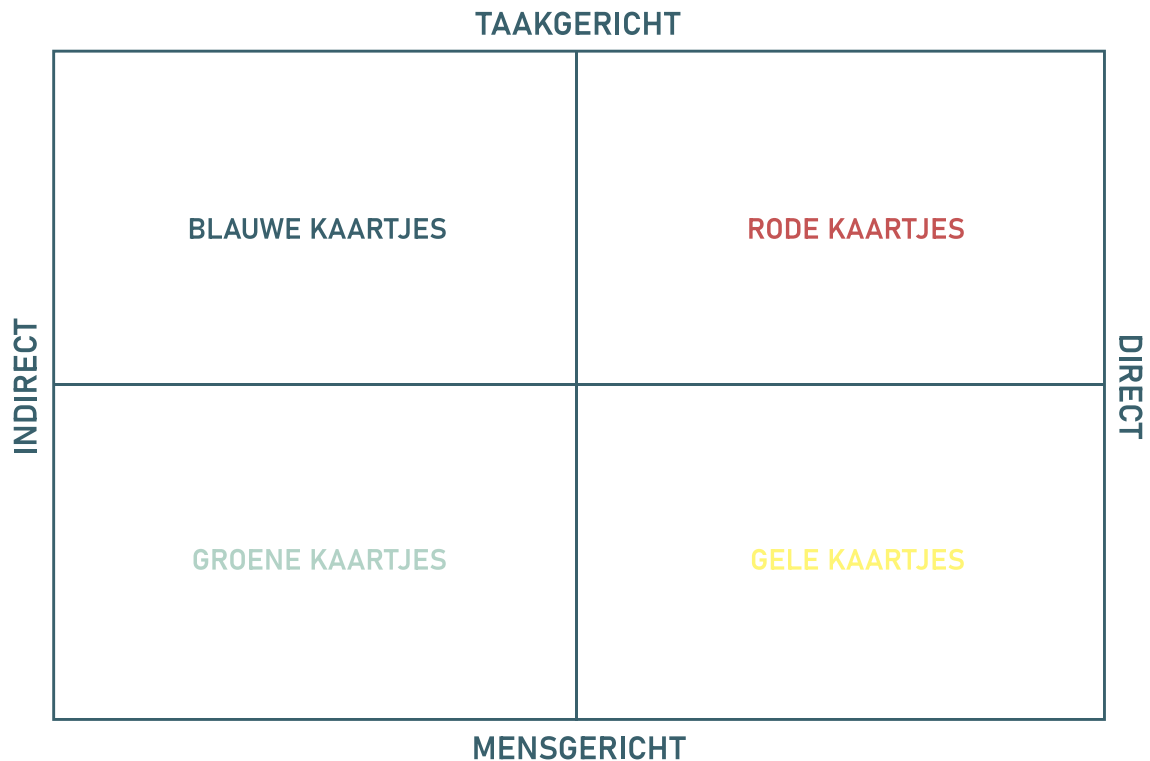
Realistisch

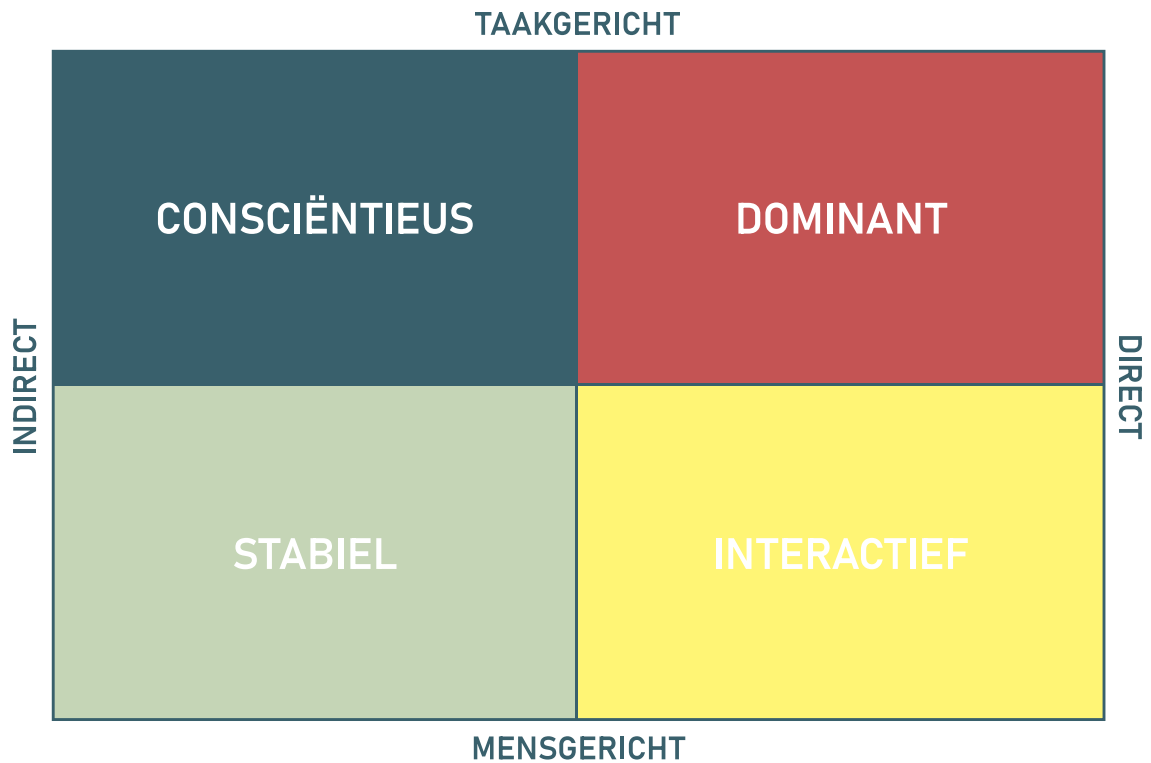
Tijdgebonden

THE A-TEAM

DISC GAME

- Geef iedereen 8 verschillende kaarten, met 4 verschillende kleuren
- Leg 2 kaarten die het minst bij u passen omgekeerd voor u neer. U behoudt 6 kaarten
- Stel uzelf voor en ruil kaarten
- Leg 2 kaarten die het minst bij u passen met de tekst naar boven voor u neer
- Bekijk de kaarten die de anderen hebben neergelegd
- Als u een kaart vindt die beter past mag u ruilen
- Kleur in de canvas (zie volgende slide) het aantal vierkantjes met de kleuren van de kaartjes





VERWACHTINGEN

VRAGENLIJST VERWACHTINGEN

Bij aanvang van het project zullen de verwachtingen van de projectpartners ten behoeve van het innovatietraject in kaart worden gebracht. De totale vragenlijst is online te vinden. Scan daarvoor onderstaande QR-code Hieronder enkele voorbeeld vragen:

Welk innovatiegericht resultaat verwacht u (meerdere antwoorden mogelijk) ?

- ☐ technologisch
- ☐ verandering in bedrijfsvoering
- ☐ nieuwe inzichten door onderzoeksresultaten
- ☐ input voor nieuwe projecten

Welke kenmerken zullen bepalen wat de uitkomst van het co-creatietraject innovatief zal zijn?

- ☐ de inventiviteit van het project zelf
- ☐ inspelen op nieuwe technologische mogelijkheden
- ☐ de mate waarin dit project verschilt van andere projecten
- ☐ de impact op de maatschappij
- ☐ de impact op het milieu

Ik verwacht dat dit project...

- ☐ mij nieuwe inzichten zal geven
- ☐ mijn technische kennis zal verhogen
- ☐ mijn netwerk zal uitbreiden
- ☐ mijn innovatiecapaciteiten zal verbeteren
- ☐ mij meer ervaring zal bijbrengen inzake co-creatieprojecten

Ik verwacht dat het resultaat van het project bijdraagt...

- ☐ aan mijn zelfontplooiing
- ☐ aan de groei en de toekomst van mijn organisatie
- ☐ aan de groei en de toekomst van de betrokken partners
- ☐ aan de maatschappij

Scan de QR-code voor alle
handleidingen en tools van
fase 1



BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

The Business Model Canvas


Designed for:

Designed by:

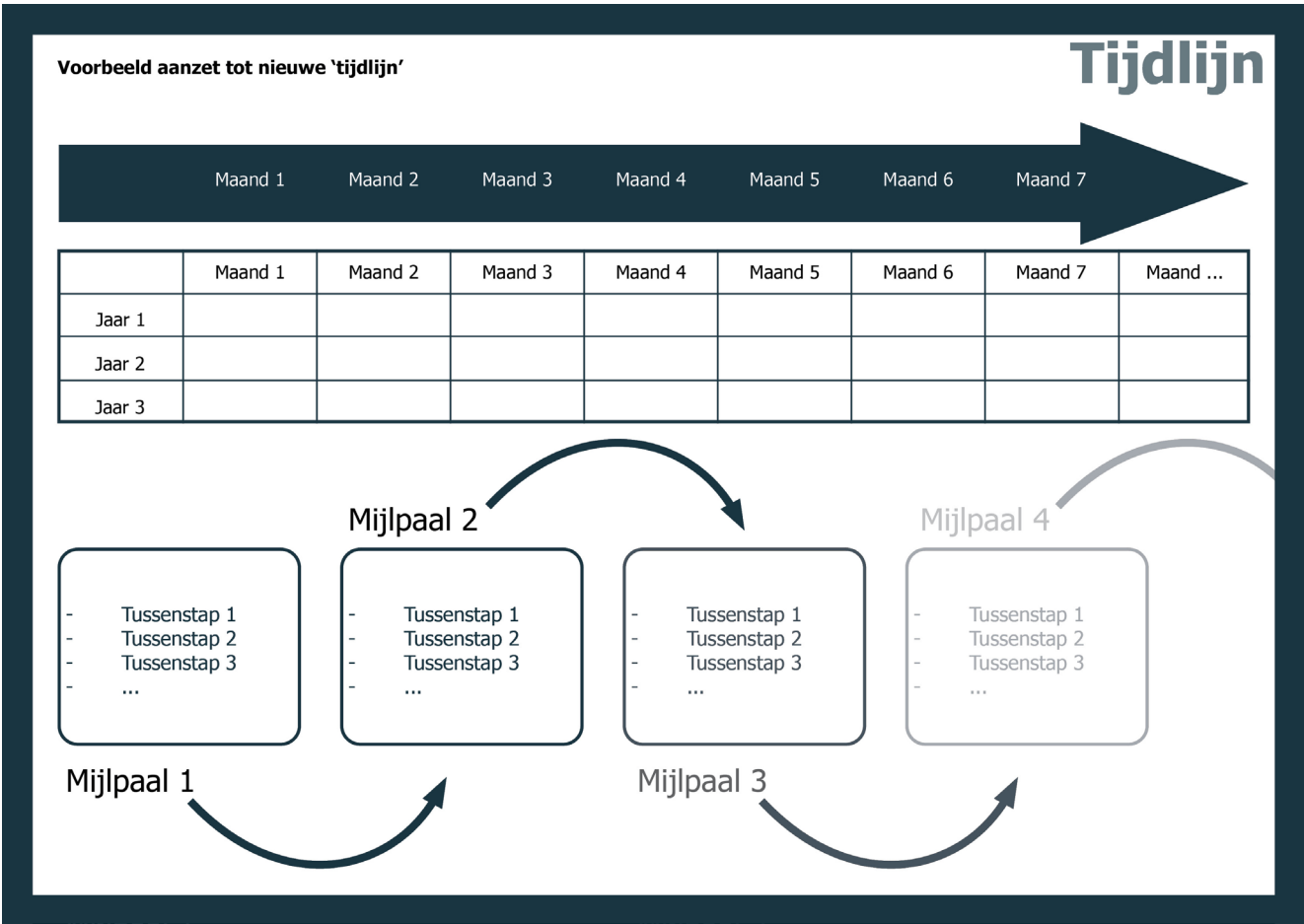
Date:

Version:

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

 GLITCH

PLANNING





FASE 1 | START

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 2| ONTDEK

- 1 START
 - 2 ONTDEK
 - 3 DEFINIEER
 - 4 ONTWIKKEL
 - 5 HERONTDEK
 - 6 VERBETER
 - 7 LEVER
-

TOOLS FASE 2

DE TOOLS

Voer de ontdekkingsfase (fase 2) uit met behulp van de volgende tools.

Gebruik de volgende tools om de eindgebruiker in kaart te brengen:

- Wie is de eindgebruiker van de innovatie?
Maak een Persona.
- Wat zijn de wensen en behoeften van mijn eindgebruiker?
- Wat motiveert de eindgebruiker? Laat hen de vragenlijst over drijfveren invullen.
- Hoe gaat de eindgebruiker momenteel te werk en wat kan er verbeteren?

Gebruik de volgende tools om de verhouding tussen het innovatiedoel en de omgeving van de innovatie in kaart te brengen:

- Verduidelijk de behoeften en wensen van de eindgebruiker met behulp van Value Mapping.
- Breng de ruimere omgeving in kaart via de DESTEP- methode.
- Brengt (de relatie met) de interne en externe omgeving in kaart via een SWOT-analyse.

Gebruik de volgende tools om de mogelijke partners in kaart te brengen:

- Analyseer wie of wat u nodig heeft via Stakeholdermapping.
- Wat zijn de vereisten om de innovatie te kunnen realiseren? Verwerk dit in een conceptfiche.
- Wie zijn goede partners voor het oplossen van het gestelde probleem? Voer een Potential Partner Rating uit.

PERSONA



Omcirkel de eigenschappen die bij deze teler passen/ vul eigenschappen aan.



Milieuvriendelijk

Internationaal

Veel kennis

Technologisch hoogstaand

Lekkere producten

Kleinschalig

Vernieuwend

Gezonde producten

Klantvriendelijk

Sterke groeier

Gericht op hoge omzet

Investeert veel

Winstgevend

Met meerdere gewassen bezig

Familiebedrijf

Lokaal



Voor wie (welk soort bedrijf) is het systeem bedoeld volgens u?

- Soorten teelt:
- Ligging van het bedrijf:
- Opleiding van de bedrijfsleider:
- Grootte van het bedrijf:
- Omzet:
- Aantal werknemers:
- Oppervlakte:
- Afzetmarkten:

Hoe belangrijk vindt een teler voor wie het systeem bedoeld is, volgende zaken?

1 = helemaal niet belangrijk/ 5 = heel belangrijk

	1	2	3	4	5
Milieu					
Welzijn van de werknemers					
Winst in euro's					
Groei van het bedrijf					
Innovatie					
Internationalisering					
Technologische ondersteuning					
Hoeveelheid opbrengst per vierkante meter					
Kwaliteit van het eindproduct					

DRIJVEREN EINDGEBRUIKER

VRAGENLIJST PERSONA

De totale vragenlijst is online te vinden. Scan daarvoor onderstaande QR-code.

Gelieve aan te duiden wat van toepassing is op uw huidige situatie. U kan hier slechts één antwoord aanduiden.

☐ Ik ben (mede-)eigenaar van een teeltbedrijf actief in één teelt. Specificeer welk gewas:

☐ Ik ben een (mede-) eigenaar van een bedrijf dat actief is in meerdere gewassen. Specificeer welk gewassen:

☐ Ik ben werknemer van een teeltbedrijf actief in één teelt. Specificeer welk gewas:

☐ Ik ben een werknemer van een bedrijf dat actief is in meerdere gewassen. Specificeer welk gewassen: _____

☐ Ik ben een teeltadviseur.

☐ Ik werk voor een bedrijf dat infrastructuur voor kassen voorziet.

☐ Ik ben een werknemer van een proefcentrum.

☐ Andere, specificeer uw functie: _____

NET PROMOTOR SCORE IN WELKE MATE DE INNOVATIE AANGERADEN WORDT AAN ANDEREN

Op een schaal van 0 tot en met 10, in welke mate zou je het systeem in aanraden aan telers?

Omcirkel het cijfer dat bij uw antwoord past.

Helemaal niet aanraden

Heel sterk aanraden

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Scan de QR-code voor alle
handleidingen en tools van
fase 2



CUSTOMER JOURNEY

Wat ervaart de gebruiker? Concept: Naam Klant:

Customer Journey

Aantrekking
Keuze maken
Gebruiken
Ondersteunen
Onderhouden



Tijdslijn



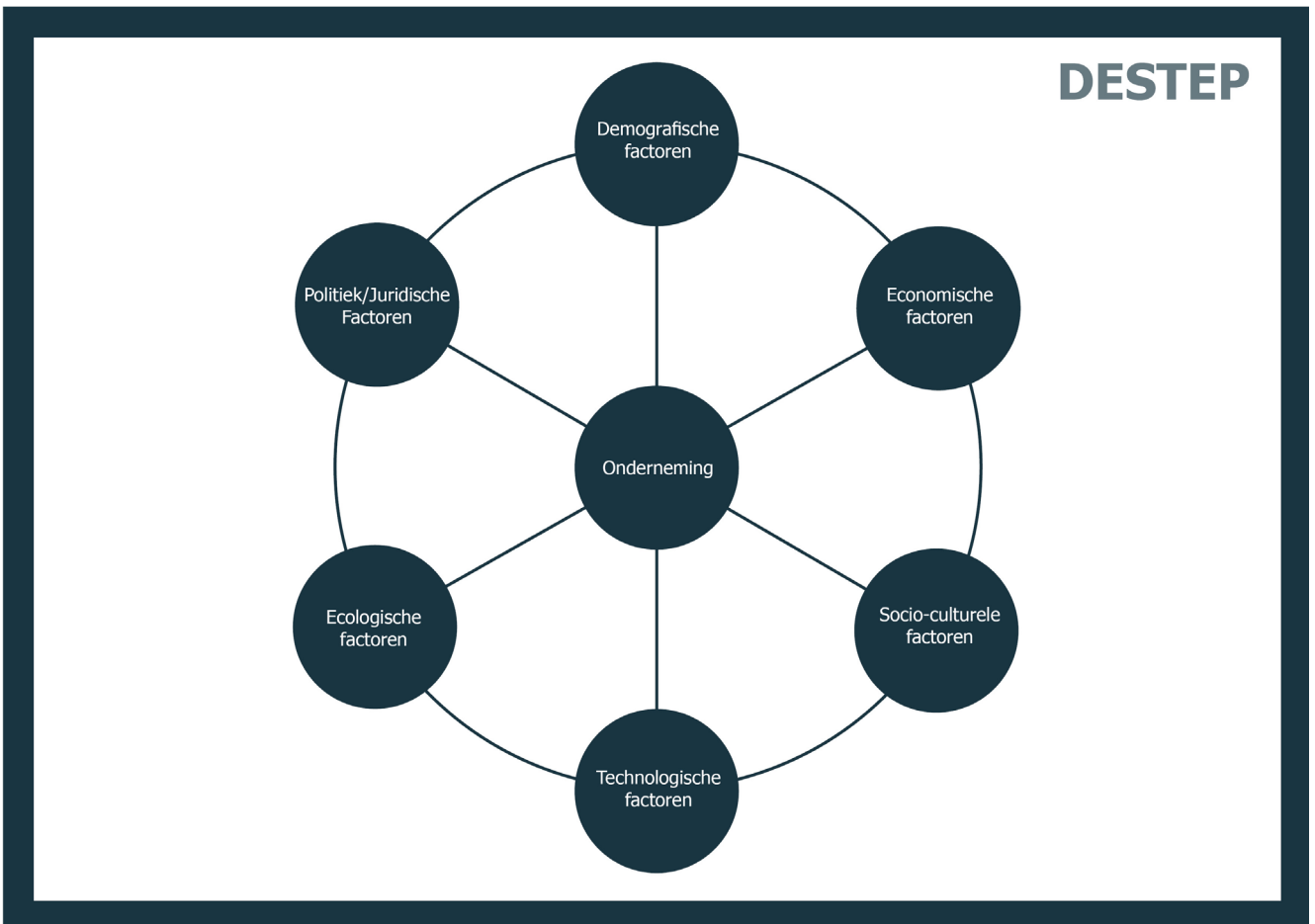
Wat ziet de gebruiker? Wat speelt er echt bij de gebruiker?

Gedachten/Emoties

Wat ziet de gebruiker als een verbetering voor zichzelf?

Ideeën/Aanbevelingen

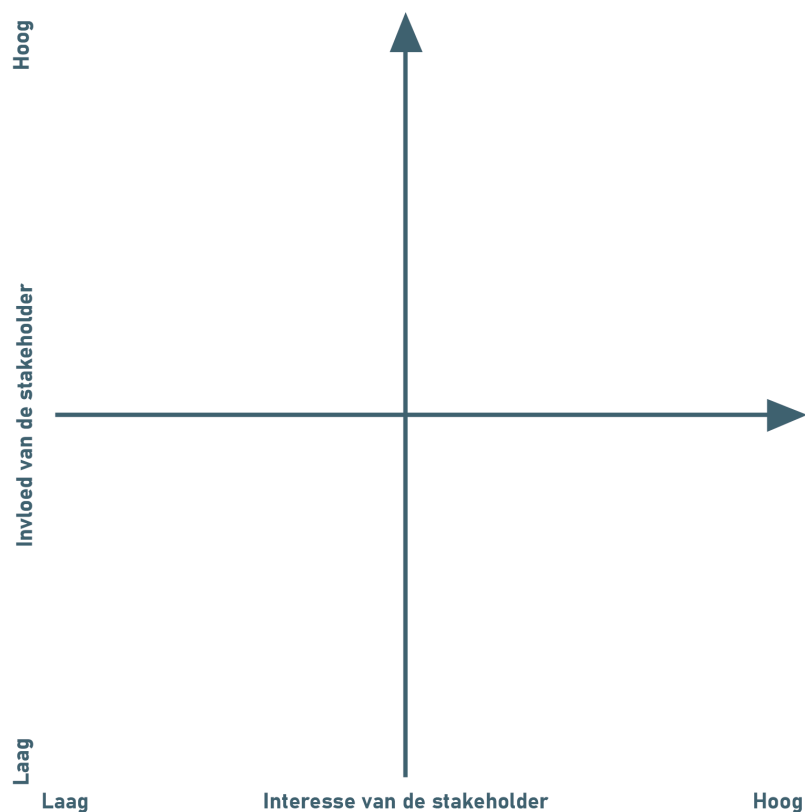
DESTEP



POTENTIAL PARTNER RATING

Eigenschap/ criterium	Weging van belang criterium (dit is in totaal over alle eigenschappen heen 100) Specifiek per eigenschap kan dit 5 of 10 of 50 zijn	Cijfer specifieke producent van 1 tot 10, waarbij 1 = slecht en 10 = goed	Score producent (Weging X behaalde cijfer producent)
Hoofdcriterium 1			
Subcriterium a			
Subcriterium b			
Ect.			
Invloed op algemene kasklimaat			
Gemak van implementatie systeem			
In bestaande kas mogelijk?			
In nieuwbouw noodzakelijk?			
Mogelijkheid uitbreiden systeem op lange termijn ?			
Energieparameters			
Subparameter 1			
Subparameter 2			
Economische factoren			
Installatie			
Aankoop			
Onderhoud			
Levensduur			
Compatibiliteit met bestaande systemen			
Duurzaamheid van het systeem			
Juridische factoren			
Snelheid van de oplossing / wanneer mogelijk om in gebruik te nemen?			

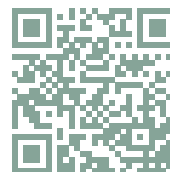
STAKEHOLDERMAP



FASE 2 | ONTDEK

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 3| DEFINIEER



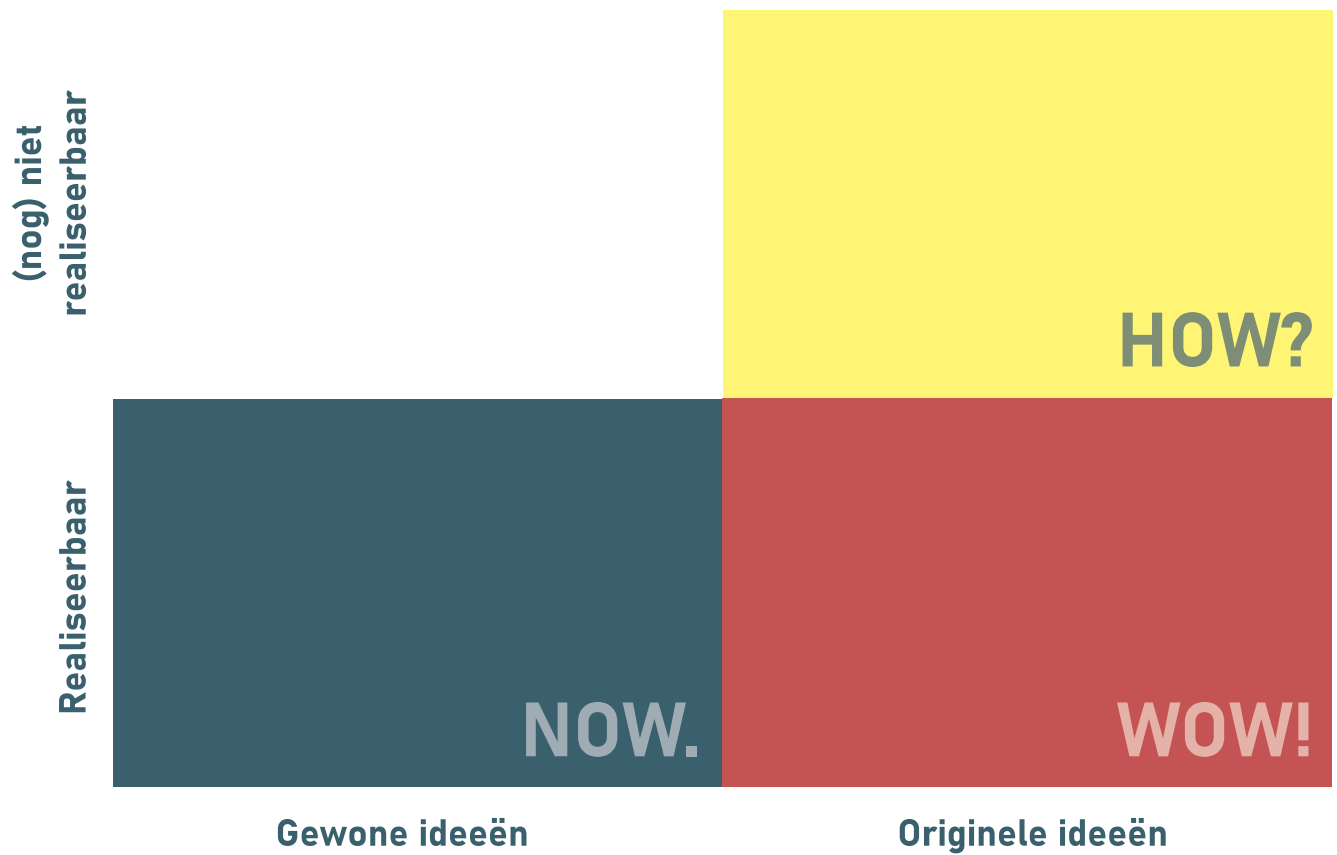
TOOLS FASE 3

DE TOOLS

In deze fase worden aan de hand van de volgende tools een aantal concepten gedefinieerd.

- Licht de oorspronkelijke oplossing toe en beoordeel deze met behulp van een SWOT-analyse.
 - Organiseer een brainstorm over mogelijke ideeën en oplossingen. Dit biedt hulp bij het beantwoorden van de omgevingsvereisten.
 - Visualiseer de ideeën uit de brainstorm met behulp van Sketch thinking. Deze methode is één van de vele manieren om een brainstorm uit te voeren.
 - Verkrijg nieuwe inzichten middels een focusgroep (dit is een groepsgesprek).
 - Indien voorgaande fase (ontdekfase, fase 2) heeft geleid tot het bedenken van een aantal nieuwe oplossingen, kan het team deze mogelijke oplossingen evalueren aan de hand van een COCD-Matrix, waarin een overzicht gegeven wordt van welke oplossingen haalbaar en / of vernieuwend zijn op korte en lange termijn.
-

COCD-MATRIX



SWOT

Wat vind je een voordeel van het systeem?



Wat vind je een nadeel van het systeem?



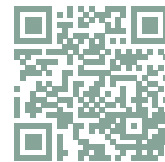
Bij welke uitdagingen kan het systeem telers helpen om een beter bedrijf uit te bouwen?

Welke zaken maken het voor telers moeilijk om met het systeem aan de slag te gaan?

FASE 3 | DEFINIEER

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 4| ONTWIKKEL

- 1 START
 - 2 ONTDEK
 - 3 DEFINIEER
 - 4 ONTWIKKEL
 - 5 HERONTDEK
 - 6 VERBETER
 - 7 LEVER
-

TOOLS FASE 4

DE TOOLS

Gebruik de volgende tools voor het visueel vormgeven van het concept:

- Maak een moodboard of poster om het concept te visualiseren.

Gebruik de volgende tools voor het vormgeven en bepalen van de eigenschappen van de conceptuele oplossing:

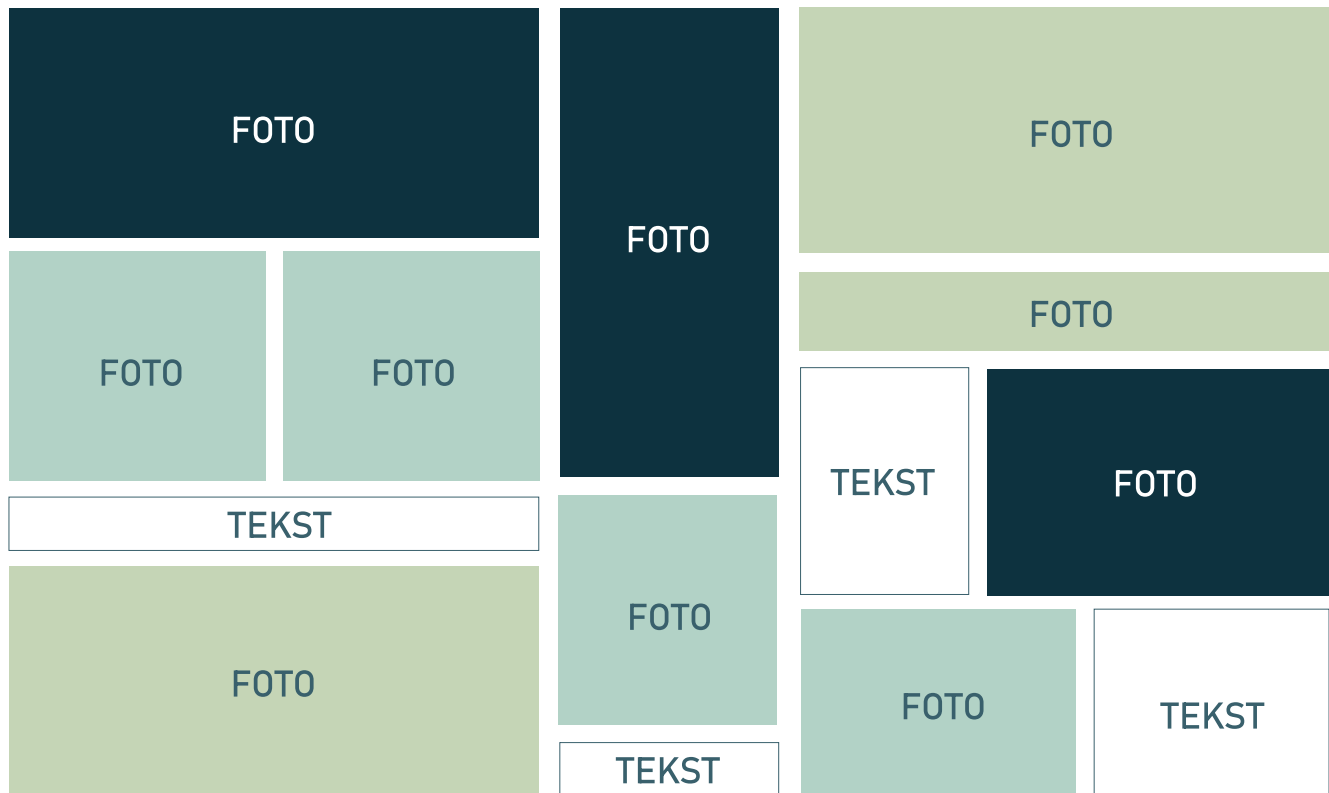
- Beoordeel de mogelijke oplossingen en innovatiemogelijkheden op basis van relevante criteria (bijvoorbeeld: eigenschappen waaraan dit moet voldoen) om makkelijker keuzes te kunnen maken en om inzicht te krijgen in wat er nog extra ontworpen kan worden. Gebruik hiervoor de multicriteria-analyse.
- Gebruik de PREFER om tot een selectie te komen van potentiële innovatie-ideeën of oplossingen.
- Door een trade-off te doen kan een keuze gemaakt worden tussen verschillende concepten.
- Maak een storyboard om communicatie over het finale concept te vergemakkelijken en verdere testen te vergemakkelijken.

Gebruik deze tools voor het verrijken van het concept:

- Definieer met behulp van Unique Selling Proposition (USP) wat het onderscheidend vermogen is van de innovatie waardoor deze een meerwaarde biedt aan de gebruikers ten opzichte van andere systemen en technieken die verkrijgbaar zijn in de markt.

MOODBOARD

Dit is een voorbeeld van een moodboard, gebruik deze tool bij de vormgeving van het idee.



PREFER

De mogelijke oplossingen en innovatie-mogelijkheden beoordelen op basis van relevante criteria om makkelijker keuzes te kunnen maken en om inzicht te krijgen in wat er nog extra ontworpen kan worden.

Ideeën	Potentie	Risico	Moeite/Inspanning	Gevoel	Totaal
Idee 1					
Idee 2					
Idee 3					
Etc.					

TRADE-OFF

Concepten									
Criteria	Weging	Concept 1		Concept 2		Concept 3		Concept 4	
		Score	Gewogen	Score	Gewogen	Score	Gewogen	Score	Gewogen
Kostprijs	1	7	7	10	10	3	3	7	7
Duurzaamheid	3	5	15	5	15	5	15	7	21
MilieuImpact	5	6	30	4	20	6	30	7	35
Productlestappen	4	8	32	9	36	7	28	5	20
Productletijd	2	1	2	3	6	2	4	9	18
Gebruiksgemak	5	3	15	7	35	10	50	4	20
Ergonomie	3	4	12	5	15	10	30	8	24
Velligheid	4	9	36	9	36	9	36	2	8
Vormgeving	1	1	1	8	8	4	4	10	10
Totaal			150		181		200		163

STORYBOARD



Lorem ipsum dolor sit amet, consec



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volut



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim
veniam, quis nostrud exerci tation
ullamcorper suscipit lobortis nisl ut



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim
veniam, quis nostrud exerci tation



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim
veniam, quis nostrud exerci tation
ullamcorper suscipit lobortis nisl ut



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volut



Lorem ipsum dolor sit amet, consec-
tetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim
veniam, quis nostrud exerci tation

MULTICRITERIA-ANALYSE

Oplijsting van criteria	Eenheid	Wegingsfactor	Alternatief 1 / concept 1 / oplossing 1	Alternatief 2 / concept 2/ oplossing 2	Alternatief 3 / concept 3/ oplossing 3	Weging X score
Criterium 1 (financieel)	€					
Criterium 2 (mate akkoord)	--/++					
Criterium 3 (tijd)	Jaren / maanden					
Etc.	Etc.					
Totaal						

FASE 4 | ONTWIKKEL

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 5| HERONTDEK

- 1 START
 - 2 ONTDEK
 - 3 DEFINIEER
 - 4 ONTWIKKEL
 - 5 HERONTDEK
 - 6 VERBETER
 - 7 LEVER
-

TOOLS FASE 5

DE TOOLS

Om de juiste informatie te verzamelen bij de eindgebruikers en/of de experts, zijn er enkele methodes die gebruikt kunnen worden.

- Expert-interviews helpen inzicht te verkrijgen in de mogelijkheden van het concept. Daarnaast kunnen moeilijkheden bij de ontwikkeling vermeden of aangepast worden.
 - Middels een concepttest wordt de acceptatie van de eindgebruiker in kaart gebracht. De acceptatie en de adoptiebereidheid wordt bij de eindgebruiker getoetst. In de glastuinbouwsector neemt dit vaak de vorm aan van teeltrondgangen waarbij de telers de proefopstelling bezoeken, beoordelen en bespreken met elkaar.
-

VERWACHTINGEN

VOORBEELD KWALITATIEVE GESPREKSLEIDRAAD EXPERTINTERVIEW

De vragenlijst is een voorbeeld van een expertinterview waarbij de expert een teler was.

Telersprofiel

- Kan u vertellen wie u bent (naam, leeftijd, opleiding die u gevolgd heeft)?
- In welke teelt(en) bent u actief?
- Hoe lang bent u al actief als teler?
- Hoe bent u in de teelt gerold (familiebedrijf, door de opleiding, andere, ect.)
- Hoe groot is uw bedrijf?
- Hoeveel vaste werknemers heeft uw bedrijf ongeveer in dienst?
- Op hoeveel seizoenarbeiders doet uw bedrijf per jaar beroep (gemiddeld genomen)?

Informatiekanalen voor innovatie, nieuwe systemen en technieken

- Via welke kanalen tracht u informatie in te winnen over nieuwe systemen, technieken en ontwikkelingen in de glastuinbouwsector? (Open bevragen, maar voorbeelden van kanalen zie de lijst hieronder).
 - o Samenkomst met collega-telers
 - o Beurzen
 - o Vakbladen en tijdschriften
 - o Websites
 - o Rondgang bij proeftuinen of kennisbedrijven
 - o Bijscholingsmomenten
 - o Vertegenwoordigers van bedrijven
 - / verkopers van nieuwe technologieën of systemen
 - o Contacten op de veiling
 - o Andere kanalen, namelijk:

CONCEPTTESTEN

In welke mate bent u geïnteresseerd in deze innovatie? U kan het bijpassende cijfer omcirkelen.

Ik ben helemaal niet geïnteresseerd in de innovatie.	1	2	3	4	5	Ik ben heel erg geïnteresseerd in de innovatie.
---	---	---	---	---	---	--

- Waarom heeft u dit antwoord aangeduid / waarom vindt u dit?

Hoe enthousiast bent u over deze innovatie? U kan het bijpassende cijfer omcirkelen.

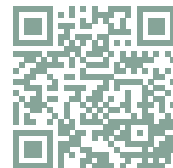
Ik ben helemaal niet enthousiast over de innovatie.	1	2	3	4	5	Ik ben heel erg enthousiast over de innovatie.
--	---	---	---	---	---	---

- Waarom heeft u dit antwoord aangeduid / waarom vindt u dit?

FASE 5 | HERONTDEK

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 6| **VERBETER**

- 1 START
 - 2 ONTDEK
 - 3 DEFINIEER
 - 4 ONTWIKKEL
 - 5 HERONTDEK
 - 6 VERBETER
 - 7 LEVER
-

TOOLS FASE 6

DE TOOLS

Onderstaande tools bieden hulp bij het afronden van deze fase.

- Verkrijg inzicht in wat goed en minder goed is aan het concept middels conceptevaluatie.
 - Met behulp van conceptverrijking wordt het concept verbeterd aan de hand van de verzamelde informatie, inzichten, resultaten en evaluaties.
-

CONCEPT EVALUATIE

De concepten van de innovaties en de oplossing zullen alvast geëvalueerd worden aan de hand van vier factoren.

Indien u van mening bent dat er nog factoren ontbreken dan kan u deze als extra toevoegen en opsommen.

Dit is 1 van de 4 factoren, de andere factoren kunt u via de website terugvinden of via de QR-code.

Factor 1 – Proefopstelling

- Welke opstelling werd er gebruikt? Bijvoorbeeld: Werden er twee of meerdere condities met elkaar vergeleken?
 - o Welke condities werden er met elkaar vergeleken?
 - Waarom heeft men de proefopstelling op die manier opgesteld?
 - Hoe lang heeft de proef gelopen?
 - Wanneer heeft de proef gelopen?
 - o Welke seizoen?
 - o Zaaidatum?
 - o Plantdatum?
 - o Oogstdatum?
 - Welke rassen werden meegenomen in de proef?
 - Welke zaden werden er meegenomen in de proef?
 - Voor belichtingsproeven: Wanneer heeft men belicht? Wat is de lichtintensiteit? Wat is het gebruikte lightspectrum?
 - o Son-T versus Led versus Hybride belichting
 - Indien van toepassing: Wanneer is er gestookt en gekierd in de kas?
 - Zijn er bepaalde verklarende factoren voor de gevonden resultaten?
-



FASE 6 | VERBETER

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu



FASE 7| LEVER

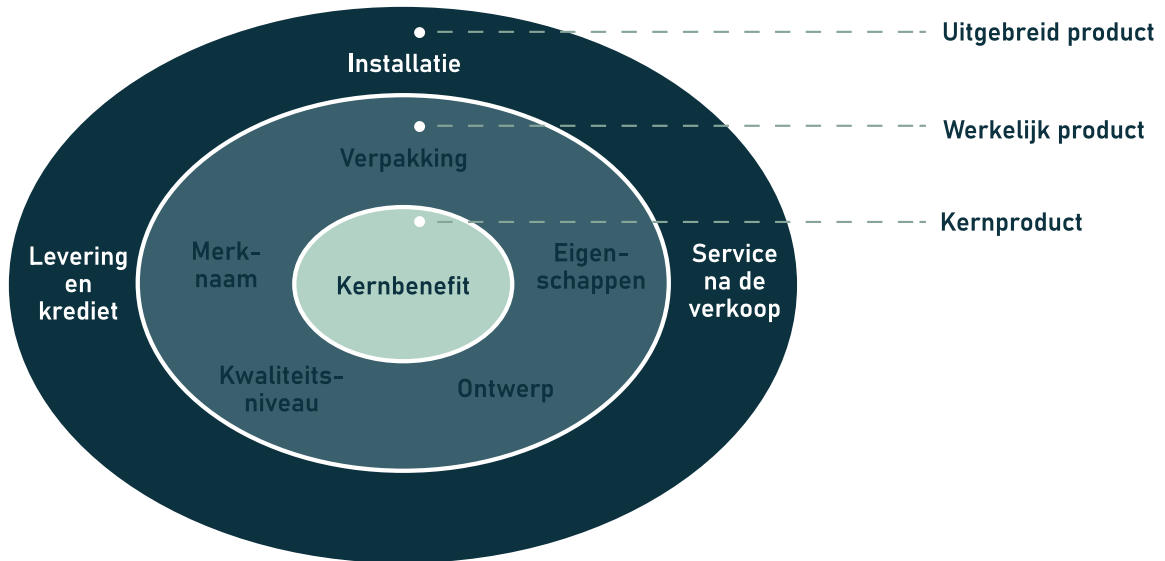
- 1 START
 - 2 ONTDEK
 - 3 DEFINIEER
 - 4 ONTWIKKEL
 - 5 HERONTDEK
 - 6 VERBETER
 - 7 LEVER
-

TOOLS FASE 7

DE TOOLS

Het prototype vormt de eerste versie van de ontwikkelde innovatie. Het vormt de samenvatting van alle voorgaande fases die geconcretiseerd wordt. Het prototype gaat gepaard met de productfiche die een opsomming bevat van de doeleinden van de innovatie en alle eigenschappen, onderdelen, technische informatie, onderhoudsspecificaties, etc. Het prototype zal getest worden en daarna op basis van de feedback aangepast worden tot het product dat op de markt beschikbaar zal komen.

PROTOTYPE



- Waar dient het product voor?
- Beschrijf de functies van het product.
- Welke productspecificaties zijn nodig om deze functies te vervullen?

Wat/wie is er nodig om het product te maken?

- Stakeholders
- Partners
- Geld
- Bronnen zoals energie, materiaal,...

Onderdelen en materialen waaruit de innovatie bestaat

- Lijst van onderdelen
- Lijst van materiaal per onderdeel

Technische tekeningen van de innovatie

- Voor de innovatie in zijn geheel
- Per onderdeel van de innovatie

Assemblage plan

- Tekeningen
- Technieken
- Distributieplan
- Transportplan
- Montageplan

Life cycle monitoring

- Services
- Garanties
- Opvolging
- Waste Management

Kwaliteitscontrole

- Parameters
- Metingen
- Opvolging
- Zelfmonitoring

Taken

- Taakverdeling: wie doet wat
- Wanneer: timing uit te voeren taken
- Nu, Nabije toekomst, Verdere toekomst, Permanent

FASE 7 | LEVER

HANDLEIDINGEN EN TOOLS

Een uitgebreide omschrijving, handleiding en voorbeeld van de tool kunt u terugvinden door het scannen van deze QR-code, of bekijk het via de website www.hetglitchkompas.eu





www.hetglitchkompas.eu