

“Het informatie kookboekje voor ontwerpen van  
informatielandschappen”

# Inhoud

Inhoud .....	2
Inleiding:.....	5
En wat is dan genoeg.....	5
Governance .....	6
Premissen over Governance.....	6
Het maken van een belangrijke stap in de ordening van ons bedrijf: het begrippenmodel van de onderneming. ....	7
Een niet relevant verhaal: De warmte.....	7
Informatie structuur ontwerpen .....	8
(Organisatie) bewust informatiebeheer toepassen voor ontwerpen .....	10
Perspectieven die ik zelf hanteer voor begrijpen van ontwerp vragen:.....	12
Wat gaat er op voor elk bedrijf: .....	16
Ons dilemma .....	18
Een niet relevant verhaal: Het jongetje en het zuivere hart .....	18
Waarom wordt er dan zo weinig in duidelijke, eenduidige taal uitgewerkt?.....	19
Niet relevant verhaal: het ideaal en de beer.....	20
Erken complexiteit.....	24
Niet relevant verhaal: de oude bekeerling .....	25
De vaste volgorde voor succesvolle stuurmodellen .....	26
-verbinden van taken en rollen: samenwerken en verbinden .....	27
Niet relevant verhaal: Het jongetje en het ontwaken.....	27
-optimaliseren van kennismodellen .....	29
Niet relevant verhaal: Reflecties van verlangen.....	30
Oplossingen bedenken: .....	31
Niet relevant verhaal: haar tere vleugels .....	32
De werkende organisatie .....	33
Niet relevant verhaal: het geroofde meisje.....	34
De doelstellingen boom: .....	35
Niet relevant verhaal: het wonder van de zonen .....	37
<i>De Visie:</i> ( tot uitvoering in sprekende voorbeelden).....	38
Niet relevant verhaal: de verstoorde reus .....	40

Niet relevant verhaal: Het jongetje en de leeuw .....	41
De Missie .....	43
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de dood .....	43
De strategie .....	44
Niet relevant verhaal: Het jongetje en zijn stemmen.....	44
Financiële strategie .....	45
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de blauwe fee .....	45
Duurzaamheid strategie .....	46
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de meisjes .....	47
Maatschappelijke strategie .....	48
Omgeving analyse .....	48
Voorbeeld van een engineering bedrijf.....	49
Niet relevant verhaal: Kleine Jos .....	51
Voorbeeld van Rijkswaterstaat.....	52
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de kleine paardjes .....	53
Verbindingen-afhankelijkheden-belangen .....	54
Niet relevant verhaal: De snor .....	57
Een voorbeeld van een metadata model en de toepassing .....	59
Niet relevant verhaal: De glimlach .....	61
Veranderagenda's .....	62
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de arme buurvrouw .....	64
Staannd beleid en lopende projecten .....	65
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de engel .....	65
Bedrijfsvoering structuur.....	66
-informatie voor sturen en regisseren.....	66
Niet relevant verhaal: Het jongetje en het leven .....	66
De noodzaak van mandaat en scheiden van scope en uitvoering.....	68
Niet relevant verhaal: Overuren.....	70
-informatie voor logistieke aansturing en productie.....	71
Niet relevant verhaal: De heerlijke stoel .....	73
-kennis beschikbaarheid en informatie beschikbaarheid .....	75
Kennis beschikbaarheid.....	75

Niet relevant verhaal: Het randje van de wereld .....	77
Informatie beschikbaarheid .....	78
Niet relevant verhaal: De moeder, het jongetje en de giftige bonbons.....	79
Diensten model .....	80
Niet relevant verhaal: Het mooiste beestje dat zij ooit had gezien .....	81
Bedrijfsobjecten model .....	82
Niet relevant verhaal: Het meisje en de mooie handen.....	83
Bovenliggend organisatiemodel .....	84
Niet relevant verhaal: De wereld in de binnenstad.....	86
Inrichting dienstverlening.....	87
Niet relevant verhaal: De oma en de engel van de dood .....	87
Organisatiemodel .....	89
Wie een onderneming moet organiseren, moet zorgen dat kennis en competentie, processen en informatie, producten en beheer goed georganiseerd worden. Ook al in de ontwerpfase. ....	89
Niet relevant verhaal: De vader en het nieuwe goud .....	90
Informatiemodel .....	92
Interoperabiliteit: .....	96
Niet relevant verhaal: De jongen en het paardje .....	98
Modellen voor transacties.....	99
Niet relevant verhaal: De vrouw en haar kinderen .....	100
Niet relevant verhaal: Het jongetje en het bos .....	101
Niet relevant verhaal: Het jongetje en de zee.....	101

## **Inleiding:**

Het doel van dit boek is een goed beeld te geven van welke breedte een ontwerper van bedrijven/informatie moet beslaan en deze zo volledig mogelijk begrijpelijk te maken. Begrijpelijk voor de opdrachtgevers en de programmamanagers die het moeten uitvoeren. Het bevat geen bouw instructies, geen technische voorschriften en geen ontwerptalen, daar zijn andere boekjes voor. Dit kookboekje gaat over volledig uitwerken van de vraag aan de systeemontwerper, het functionele deel.

Om het verstand te ontlasten voeg ik wat niet relevante verhalen toe, om vooral even te ontspannen. Die heten dan ook "Niet relevant verhaal " en een nummer. Die verhalen zijn net als bij proeverijen zoiets als een stukje brood, daarna proef je vaak weer beter.

## **En wat is dan genoeg**

Voor een bedrijf of een bedrijfsproces is slechts een deel van de schepping al afdoende compleet. Het is een veelgemaakte opmerking dat "juist genoeg" ontwerpen, de beste ontwerp aanpak is, dat is echter een opmerking om boekhouders te vriend te houden.

Net iets te veel ontwerpen, blijkt veel beter te werken. De kosten zijn verwaarloosbaar, te vergelijken met een WA verzekering voor een bedrijf. Beelden en toepasbare voorbeelden bij ontwerpen maken de context rijk van een ontwerp en daardoor deelbaar en beter realiseerbaar. Niet alleen het zingevend deel, de keuze is benoemd, maar ook de vormgeving is afdoende uitgewerkt. Daarnaast is de lijn betrekken en informatie bij beheerders ophalen een echte verrijking van een ontwerp.

Alleen wie de doelen van de klant, in functies van de klant kent en de bedrijfsdoelen in functies en processen, kan de bedrijfsfuncties ontwerpen waarmee je een klant dient. Zowel wat de klant wil, als de vorm waarin. Geen zingeving zonder de vormgeving. De bedrijfsfuncties zijn de basis van het informatiemodel, zonder dat zijn geen vertalingen in goede kenmerken mogelijk en geen goede index van de bedrijfsinformatie die past bij wat het bedrijf doet. En blijf sturen.

Het sturen van een bedrijf is zoiets als schoon water, het zou niet zo moeten zijn, dat een instituut of iemand met een belang, een vitaal deel van de sturing en doelen onbeheersbaar kan maken.

Helemaal als het een vitaal deel van de openbare infrastructuur of het publieke domein betreft. Je hebt niet snel te veel schoon drinkwater. (zeker niet wereldwijd)

## **Over Verandermanagement:**

Vaak heb ik gehoord dat veranderen leuk is. Veranderen van organisaties is vaak verre van leuk, maar is de enige aanleiding voor een beleidsfunctie zoals bedrijfsarchitectuur of informatiemanagement. De architect en informatiemanager zijn dus veranderkundige, bedrijfskundige en functiekundige. En kunnen, samen met anderen, wat verandert weer in beheer brengen en in toepassing. Als een bedrijf niet meer verandert kunnen beleidsfuncties zoals architect en informatiemanager weg.

Op dit moment verandert de samenleving naar steeds meer real time dienstverlenend en netwerkdiensten. Dat betekent dat de bedrijfsarchitect en de daar uit volgende architectuur dienstig moeten zijn aan de real time sturing van bedrijven.

Dat vraagt nogal wat. Het duurt niet lang meer, of alleen wie real time kan reageren op een functionele vraag, wordt als toereikend dienstverlener gezien. Dat betekent vooral heel goed verbinden met de klant waar we voor werken en zo transparant mogelijk laten zien welke weg afgelegd moet worden. Die weg moet aannemelijk zijn en de klant moet die als effectief en gewenst kunnen zien. Dat vraagt in een bedrijf een gedegen verandermanagement aanpak. En omdat het steeds meer sturen op de vraag van morgen wordt, moet er niet langer in IST en SOLL beelden gedacht worden met een spanne van vijf jaar vooruit, los van of iemand daar ooit iets aan had, de huidige bedrijfsarchitect zorgt voor meervoudige ontwikkelsporen die steeds bijgesteld kunnen worden, liefst per maand of kwartaal, zodat er samen met de strategen van het bedrijf op gestuurd kan worden. Er is in die aanpak een stelsel van gateways en evaluaties nodig met een regelmatige uitvoeringspraktijk en intervisie voor de deelnemers.

Advies:

*Informatie beheer is niet per se aan alle mensen gegeven, bedrijven zouden best mogen overwegen dat als een specialisme te zien en dus kern van de bedrijfskundige dienst voor het bedrijf. Voor informatie beheer en strategie in veranderprocessen ligt de lat zelfs wat hoger, de specialist in die functie moet ook nog een excellente gids in het bedrijfsproces zijn en uitnemend kenner van het bedrijf in rollen en taken en natuurlijk verantwoordelijkheden, het omveld en de markt. Ze moeten ondernemer zijn.*

Hoe stuur je dat? Dat gaan we nu uitgebreid behandelen.

## **Governance:**

Citaat van Wikipedia : *“Corporate Governance is de Engelstalige term voor ondernemingsbestuur. Binnen de bedrijfskunde gebruikt men de term voor het aanduiden van hoe een onderneming goed, efficiënt en verantwoord geleid moet worden. Het omvat vooral ook de relatie met de belangrijkste belanghebbenden van de onderneming zoals de eigenaren (aandeelhouders), werknemers, afnemers en de samenleving als geheel. Goed is hier vooral effectief. Effectief is dat iedereen die gestuurd wordt, die sturing ook voelt en ervaart als dienstverlening. Structuur om structuur leidt vaak alleen tot heel veel weerstand, terwijl een dienend leider altijd meehelpen uitlokt.*

## **Premissen over Governance**

***Governance zoals hier beschreven gaat uit van een aantal premissen:***

***-De gene die leidt moet een dienend leider zijn, dienend in de zin van bereid van uit het belang van het hele team ( soms zelfs de onderneming) te acteren en het korte termijn belang of het eigen belang, op te schorten.***

***-Een leider wordt een leider door wie hij veiligheid bied en door mensen die het lastig hebben te redden***

***-Een leider verliest het “dagproduct” leiderschap, als hij of zij zich niet als leider gedraagt***

***-In de buurt van de goede leider voelt iedereen zich leider en heeft het gevoel de verantwoordelijkheid over de onderneming mee te dragen***

***-Een leider respecteert de menselijke maat en blijft daar binnen***

## **Het maken van een belangrijke stap in de ordening van ons bedrijf: het begrippenmodel van de onderneming.**

De begrippen die we gebruiken moeten goed uitgewerkt en gedeeld worden, communicatie over functies moet zo exact mogelijk gemaakt worden. Daar zal op zich niemand tegen zijn. Voor het effectief samenwerken in een bedrijf is echter best veel gezamenlijk begrip nodig.

Als er geen taal voor is tussen deelnemers, kan het niet uitgevoerd en begrepen worden. Alle verandering en inrichting begint met de juiste taal vinden. Voor nieuwe dingen dus ook soms nieuwe begrippen en nieuwe taal.

Het uitwerken van onze bedrijfstaal wordt ook wel het begrippenkader van het bedrijf genoemd. Het bevat alle begrippen waar we geen misverstand over willen laten bestaan. Het eerste stuurinstrument van een bedrijf is het inzicht in het eigen bedrijf en het netwerk van verbindingen die het vormt, en de begrippen die gelden voor de zaken binnen het bedrijf en alle processen van het bedrijf en het doorleven van onze bedrijfscultuur en bedrijfstaal. Dat taalmodel is altijd opgehangen aan de bedrijfsfuncties. Waar het nodig is en het karakter van een contract zou kunnen ontstaan, moet een degelijke uitwerking van begrippen de basis zijn. Wat is bij ons een klant? Iemand die al zaken met ons doet, of iemand die het wil gaan doen, of iemand met wie wij zaken willen doen, of alle drie? Stel je voor dat je dat niet nader bepaald!

**Waarschuwing:** Doordat de modelmatige aanpak ( architect, adviseur, consultant) vaak al vroeg focust op een gekende oplossing voor een gekend probleem, in een moment in de tijd, vergeet dit gremium ( de “wij brengen de oplossing “laag ) vaak de overige views, die in de volgende hoofdstukken aan de orde komen. Terwijl echt heel goede conceptuele ontwerpen van organisaties, altijd de doelen van de eindgebruikers ( van de bedrijfsdiensten ) als uitgangspunt hebben. Lange termijn doelen liefst. En weer: zonder taalbegrip, geen uitleg ( in een taal die de klant ook begrijpt).

Advies: spreek zo veel mogelijk de taal van je klanten, of laat hen spreken als je het nog niet weet en gebruik de begrippen van de klant.

## **Een niet relevant verhaal: De warmte**

Al heel klein was hij een roedeldier. Hij lag tegen zijn broertjes en zusjes aan en sliep onverstoord, ook als zij bewogen of al met elkaar spraken. Onverstoord zijn en comfortabel, dat was hij daardoor al als klein kind gewoon. Het was omgekeerd ook zo, hij was makkelijk om tegen aan te zitten en iedereen gunde hem graag een plekje. Hij bracht warmte en was een zachte factor. Hij had ook van zijn natuur extraatjes gekregen, louter toevallig, zo rook hij altijd lekker, waren zijn handen een weldaad voor anderen en zag hij er leuk en mooi uit. Al op heel jonge leeftijd, op zijn 8<sup>ste</sup> verjaardag, had hij een regulier baantje waarmee hij genoeg verdiende om alles te doen wat hij wilde. Zijn ouders waren dol op hem, zijn juffrouwen en meesters en hij had een aantal goede vrienden en vriendinnetjes. Elk jaar haalde hij een heel goed rapport, niet alles een tien en niet alles minimaal, hij was goed genoeg om een fijne leerling te zijn en niet een uitslover, hij was goed in sport en leuk in spelletjes, kortom een echte fijne leerling en een fijne teamspeler. Elk jaar dat hij ouder werd leek hij meer warmte uit te stralen. Zijn omgeving leek meer en meer een soort achtergrond en minder een

gelijke omgeving. Hij werd een kleine man en mensen gingen hem meer en meer als kleine man beschouwen. Het meest bijzondere was de warmte die hij altijd uitstraalde, als er sneeuw lag, smolt deze rondom hem, als de rest het koud had, was hij lekker warm en als er een koude nacht was, sliep iedereen het liefste tegen hem aan, want dan bleef je lekker warm. Hij werd voor het eerst verliefd toen hij veertien was, op het meisje dat naast hen woonde en Ingrid heette. Ze wandelden oneindige wandelingen en zoenden tot hun lippen schraal waren en ze stuurden elkaar berichtjes, cadeautjes en zelfgemaakte leuke dingen, dassen, mutsen en allerlei nuttigs. Hun verliefdheid duurde door en toen ze achttien werden vonden beider ouders dat ze dan maar moesten gaan samenwonen en zo gebeurde. Met negentien waren ze voor het eerst zwanger en met twintig werd hun eerste tweeling geboren, twee kleine meisjes met rood haar en overal sproetjes in de vorm van kleine vlammetjes. En warm, heel erg warm. De artsen waren eerst bezorgd, maar de meisjes bleken kerngezond en heel levendig, alleen we warmer dan andere kinderen. Hoewel hun temperatuur gewoon leek, straalden ze steeds warmte uit, als een gezellige kachel of een open haard. Op een kwade dag besloot de koning van het buurland de oorlog te verklaren aan het land van ons gezin. Soldaten bestormden de grenzen en iedereen moest als soldaat het leger in, ook onze jonge vader. Na een afscheid met veel tranen, trok hij naar de plaats waar hij als soldaat ingekwartierd zou worden en werd soldaat. Samen met de andere soldaten uit zijn land verdedigde hij steden en spoorwegen en dorpjes en bruggen en jaren lang was hij zo weg in de oorlog. Toen het eindelijk vrede werd was hij al vier jaar niet meer thuis geweest en had hij al drie jaar geen brief meer geschreven of ontvangen. Het was er op een zeker moment niet meer van gekomen en hij was zo opgegaan in de oorlog, dat hij vaak dagen niet meer aan zijn gezin dacht. Op weg naar huis stelde hij zich een blije thuiskomst voor, een feest en veel blijdschap, hij kocht cadeautjes voor zijn kinderen en vrouw en kwam aan bij hun huisje. Maar waar hij ook zocht, geen vrouw en geen kindertjes, zijn ouders en haar ouders waren ook in geen velden en wegen te vinden. Aan het einde van de dag besloot hij een zoekactie te starten, hij klopte aan bij alle burens en alle mensen in de buurt, maar niemand wist waar ze gebleven waren. Toen voor het eerst, kreeg hij het koud, zo koud dat hij bleek werd met blauwe oren. De hele nacht liep hij rond de plaats waar ze gewoond hadden en zocht en zocht, maar kon ze niet vinden. Mijn lieve kinderen en mijn lieve vrouw, mijn ouders en haar ouders, zo jammerde hij. De gedachten aan hen verdreven de kou, hij werd weer warm en zelfs zo warm dat hij begon te stralen en licht leek te geven. De mensen kwamen naar hem toe en warmden hun handen en keken vol bewondering naar zijn schijnsel. Opeens verscheen uit het niets zijn tweeling en even later leek zijn vrouw spontaan uit de lucht te stappen, en weer later kwamen zijn ouders en schoonouders tevoorschijn. Voor hen was de tijd stil blijven staan vanaf dat hij weg was gegaan en pas nu hij terug was konden zij weer bestaan. Het was best wel bijzonder en velen vonden het een wonder, maar hij was gewoon blij.

## **Informatie structuur ontwerpen**

Veel organisaties worstelen met informatiebeheer. Onvindbare informatie is regel. Tegelijkertijd wil de klant, wil de medewerker, wil het publiek, steeds meer real time diensten op basis van betrouwbare informatie. Zelf informatie zoeken is een weinig gewaardeerde bezigheid, taakwerkers en kenniswerkers zijn minstens 5 uur per week kwijt aan de juiste informatie reproduceren, of op basis van eerdere bronnen de informatie terug te vinden. Tijd die als verspilling wordt ervaren en dat is terecht. In een bedrijf met 8000 medewerkers leidt dat tot 40.000 uur per week zoeken en weinig



vinden, op jaarbasis 48 keer, 1.920.000 uur. Met een kostprijs van 50 euro per uur = 96.000.000 euro. Wat een bewuste en rare verspilling.

Uitgangspunt moet zijn dat data (informatie) altijd terug te herleiden moet zijn tot het doel van de inwinning, ook wel de context of perspectief genoemd, en de regels tijdens het ophalen, de zgn. datapaden. Dus ken je dan ook de hele workflow. Dat is belangrijk, omdat die regels bij het ophalen bepalen waarom het opgehaald is, het doel van de informatie. Belangrijk in die context is het beschrijven van het prestatiedoel waar de context van is. Het meest duurzame deel van een context is het prestatiedoel, niet het object, zelfs niet het proces of de uitkomst. Het prestatiedoel is een soort samenvoeging van prestatie en doel, de reden dat we een doel hebben, onze drijfveren en de achterliggende prestatie die we willen produceren. Voorbeeld: ik wil van de brug weten hoe veilig deze is voor vrachtverkeer, om slachtoffers van ongevallen te voorkomen, om mijn reputatie te beschermen en mijn eigen aansprakelijkheid af te dekken, en omdat ik het van de wet op veiligheid van bruggen moet. Ik win deze informatie in om te weten of de brug veilig is.

Terwijl de processen nooit helemaal foutloos kunnen zijn, blijft het streven naar het beste een oorspronkelijk doel. Een doel dat veel verspilling veroorzaakt. Makkelijk voorbeeld is een prestatiedoel als lekker warm blijven in de winter en optimaal mobiel, bewegelijk. Dat is te realiseren met een goede lange winterjas, maar of er dan tevens optimale mobiliteit is gerealiseerd is de vraag en er blijft altijd een budgettaire beperking, uitzonderingen daar gelaten. Optimaal mobiel is de mens in zijn blootje, maar dat is suboptimaal voor warm blijven. Ergens in de buurt van 90% is realistischer en betaalbaar. De basis regel zou moeten zijn dat de context minimaal het doel van informatie, de benodigde kennis en het proces waar het uitkomt, beschrijft. Meer dan 90% van een doel halen van de informatie is alleen te behalen voor wie de juiste kennis heeft en dat is vaak zeldzaam en heel duur en vaak overbodig.

Het doel van informatiebeheer is informatie zo handig mogelijk te bewaren voor een doel en zo handig mogelijk beschikbaar te stellen voor alle denkbare doelen. Dat vraagt om veel kennis van het doelveld en inzicht in de informatiebehoefte, waar de informatie bij hoort en de waarde die stakeholders daar aan toe kennen. Klanten en medewerkers hebben recht op doelmatigheid en betrouwbaarheid en actualiteit, factoren die effectiviteit geven aan informatiebeheer. Met alle kosten overwegingen die een onderneming passen. Hoeveel beheer is redelijk om 96.000.000 euro aan zoekkosten te vermijden? Hoeveel is redelijk om de helft te vermijden? Moet je het helemaal willen vermijden?

Afspraken en regels hebben alleen relevantie binnen doelen en kunnen alleen begrepen worden in een doel of projectie van doelen. Dat heet dan binnen een context of perspectief. Als het doel niet expliciet valt te kennen vervalt de relevantie van de regel die daar uit volgt. Voorbeeld: als je veel informatie, die samen een totaal beeld vormen van een vraagstuk, in delen bewaard, is het handig dat je weet dat je een deel van een totaal hebt, als je een deel leest. En met welk doel het gemaakt is, dat is dus weten waarom het er is.

Er zijn twee hoofdregels voor informatie beheer:

-er is maar één kwaliteitsnorm: de gebruiker vindt de informatie van goede kwaliteit en kan makkelijk ontdekken bij welk doel het hoort.

-informatie wordt beheerd, liefst dagelijks. Onbeheerde informatie bestaat niet erg lang.

Onbeheerde informatie valt terug naar historische informatie of zelfs data.

In dit schrijven zal regelmatig stil worden gestaan bij de waarde van afspraken voor gebruik, hergebruik of maken van informatie, omdat er altijd een concreet doel mee gediend wordt, dat onbetwist van waarde moet zijn voor de onderneming waar de informatie voor bedoeld is. Dit is bijna altijd goed uit te drukken in financiële waarde of benutbare waarde in toepassen. Ook geluk is rijkdom en toename van welbevinden door mooie informatie, behoort tot de waardevolle delen van de waardeketen. Allemaal benutbare waarde.

Tot slot, de belangrijkste factor in alle informatievraagstukken en de belangrijkste economische factor is bezieling, wie niet met bezieling werkt doet corvee.



# (Organisatie) bewust informatiebeheer toepassen voor ontwerpen

Pré ambule:

Een ontwerp proces wordt vaak afgebeeld als een flow, maar is feitelijk een geheel van kennis, competenties, sturen en weten ( ervaring) en de flow. Daarnaast zou je moeten weten welke rollen met welk doel en taken er bij betrokken zijn om te weten waar informatie vandaan komt. Alle factoren die er iets mee moeten zijn bronnen van het doel van de informatie. Het is fijn dat een ontvanger van informatie kan weten wat er mee beoogt werd zodat de gebruiker doelmatig kan doen met de informatie wat de bedoeling is. En hier gaat het over ontwerp informatie.

Als je wilt terug vinden met welk ontwerpdoel informatie gemaakt is en wilt weten of de bron betrouwbaar is moet je het proces, het doel en het werkingsgebied , de kennis en informatie vastleggen die werd gebruikt. Dat is nogal wat, en geen eenvoudige opgave. Toch is het zo dat als je delen van het ontstaan van informatie niet kunt kennen, op die delen de informatie niet feitelijk meer is, maar meer een beschrijving van een aanname. Wat/wie geen functie vervult in een bedrijf is nutteloos. Bijna alle informatie moet daartoe, in een ontwerp, naar een doel te herleiden zijn.

Er zijn perspectieven die ik ga hanteren: In het onderstaande schema, probeer ik daar een kapstok voor aan te reiken. Steeds als ik een perspectief behandel haal dan het onderstaande plaatje weer terug en kijk waar we ongeveer zitten in het onderstaande plaatje. Dat raad ik je aan zodat je methodisch gaat uitwerken wat je nog te doen hebt aan ontwerp delen en informatie. Het is ten slotte een huishoudboekje voor ontwerpen. Achterin het boekje zit een A3 exemplaar, dat je er steeds naast kan leggen, pas aan , schrijf bij en structureer, wees vrij toe te voegen.

