

De Vlaamse educatieve uitgeverij Van In maakt sinds de introductie van haar online platform Bingel ieder jaar een sprong vooruit. Van In verwacht verder te kunnen groeien na de overname van concurrent De Boeck. 'We hebben eerder dan de concurrentie gekozen voor digitale innovatie. Dat bleek de juiste richting.'

*Tekst Maarten Delsing*



Vlaamse Sanoma-dochter heeft succes met online platform Bingel

# De expansie van uitgeverij **VAN IN**

Winfried Mortelmans had even het gevoel dat hij een filmster was toen hij onlangs een bezoek bracht aan een lagere school. De kinderen waren wildenthousiast dat ze 'de man van Bingel' in het echt zagen – Van Ins digitaal platform voor het primair onderwijs. 'Eén kind kondigde aan dat hij al zijn vrienden ging vertellen dat hij mij gezien had. Die gaan kei-jaloers zijn, zei hij', zo herinnert de algemeen directeur zich lachend. 'Bingel is ook een van de populairste sites onder kinde-

ren. Hoogst ongebruikelijk voor iets van school.'

Bingel is de online uitbreiding van de lesmethoden voor wiskunde, spelling en taal, Frans, godsdienst en wereldoriëntatie. Voor ieder leerjaar is een eiland ontwikkeld, waar leerlingen oefeningen maken. Bij goed resultaat verdienen ze 'pingping', waarmee ze hun avatar kunnen personaliseren en mini-games kunnen spelen. Het systeem is adaptief: de oefeningen passen zich aan het niveau van de leerling. Via

een dashboard kan de leerkracht ieders vorderingen op de voet volgen. Sinds de lancering in 2011 is Bingel een groot succes. Niet minder dan 79 procent van de scholen in het Vlaamse lager onderwijs gebruikt het inmiddels. Gezamenlijk maken 280.000 leerlingen dagelijks een half miljoen oefeningen. En met plezier: 9 op 10 leerlingen zegt graag te 'bingelen'. Ook beveelt 90 procent van de leerkrachten die Bingel gebruiken het platform aan. Bingel biedt dan ook



Kinderen 'bingelen' op de iPad, 79 procent van de Vlaamse scholen in het lager onderwijs werkt met het platform

concrete leerwinst, blijkt uit onderzoek, onder meer door het motiverende spelelement.

### Marketinginstrument

Het is daarom geen verrassing dat het goed gaat met Van In. De Belgische dochter van Sanoma Learning groeit sinds de introductie van Bingel jaarlijks met 5 procent – tot circa 35 miljoen euro omzet in 2015. Alle methodes voor het lager onderwijs dragen daaraan bij. Omdat iedere school die ten minste één methode van Van In afneemt toegang krijgt tot het volledige platform en dus ook de oefeningen voor alle andere methodes kan aanbieden, werkt Bingel tegelijkertijd als perfect marketinginstrument.

Mortelmans benadrukt dat de marktleider zijn positie ook heeft kunnen verstevigen door te blijven investeren in de kwaliteit van de content. Toch kan hij niet ontkennen dat Bingel misschien de belangrijkste drager

van de groei is. 'Wij profiteren ervan dat we eerder dan de concurrentie hebben gekozen voor digitale innovatie. En dat ook beter hebben gedaan. Digitalisering was voor ons geen doel op zich. We hebben niet zomaar een boek door een site vervangen.'

Een belangrijkste verklaring voor het succes, vindt Mortelmans, is dat Van In heeft geluisterd naar de behoeften van leerkrachten en leerlingen. 'We ondersteunen de leerkracht bij zijn leeropdracht, zodat hij zijn job – kinderen helpen zich te ontwikkelen – het best kan uitvoeren. De impact die wij hebben, bevat drie manieren: We verhogen het leerresultaat. We vergroten de motivatie van leerlingen. En we verbeteren de efficiency van het leerproces. Bingel doet dat allemaal.'

Ook de eenvoud van het platform is een kracht. Bingel sluit aan bij iedere visie op digitaal onderwijs. Kinderen de vrijheid geven zichzelf te ontwikkelen of kinderen alleen de oefeningen laten maken die de leerkracht selecteert, het kan allemaal. Daarbij zijn technische vereisten

jaren snel terrein. Er zijn nu meer dan 80.000 gebruikers en Diddit is aanwezig in meer dan de helft van de Vlaamse scholen. 'Diddit is natuurlijk aangepast op deze leeftijdsgroep. We werken met meer volwassen mini-games, personalisering van profiel en design, maar dit werkt wel op dezelfde achterliggende technologie.'

Evenmin blijft het platform, dat in 2015 een International Educational Learning Resources Award won, iets Vlaams. Er zijn inmiddels lokale versies voor lagere scholen in Wallonië (waar Van In eveneens marktleider is), Zweden en Finland. Mortelmans: 'In Zweden, waar het vorig jaar is gestart, schieten de gebruikersaantallen momenteel elke maand met 50 procent omhoog. Het is ook mooi dat het in Finland, toch een gidsland als het gaat om kwaliteit van het onderwijs, zeer wordt geprezen.' Bij deze expansie profiteert Van In ervan dat het onderdeel is van een internationale groep, vindt de directeur. 'Tien jaar geleden overheerste teleurstelling bij internationale educatieve concerns als Sanoma Learning. De

## 'DIGITALISERING WAS VOOR ONS GEEN DOEL OP ZICH, WE HEBBEN NIET ZOMAAR EEN BOEK DOOR EEN SITE VERVANGEN'

beperkt. Leerlingen hebben alleen een pc of tablet met internet nodig. Als de school dat niet zelf heeft, kan het de oefeningen als huiswerk opgeven. 'Bingel past bij ieder schoolprofiel', zegt Mortelmans.

### Diddit

Het mooie van Bingel is dat het succes niet beperkt blijft tot de lagere school. Diddit, een variant voor het middelbaar onderwijs, wint na de lancering in 2015 voor de eerste twee leer-

verwachting was dat bedrijven content zouden uitwisselen, maar dat bleek moeilijker dan gedacht. Zelfs wiskundemethodes zijn door de lokale context moeilijk te vertalen. Maar voor techniek zijn er wél grote synergievoordelen te bepalen.'

En dat wordt steeds meer waargemaakt. 'Onze zusterbedrijven profiteren van onze knowhow over Bingel. Andersom leren wij van hen. In Zweden gebruiken ze bijvoorbeeld veel meer tablets. Hoe gaan leerlingen ►



**Winfried Mortelmans, directeur uitgeverij Van In:** 'Wij profiteren ervan dat we eerder dan de concurrentie hebben gekozen voor digitale innovatie'

## 'DE INVESTERINGEN BIJ DE LANCERING ZIJN MAAR EEN FRACTIE VAN DE INVESTERINGEN DIE WE NU DOEN'

daarmee om? Hoe gebruiken ze Bingel dan? Daar leren wij van. Ander voorbeeld: digitale assesment. Dat leeft minder in België, dus zijn wij daar software-technisch niet mee bezig. Doordat we de expertise van de zusters kunnen gebruiken, hebben we straks wél een hoogwaardig product.'

### Naïviteit

Voor alle uitbreidingen in eigen land zijn investeringen nodig. En niet alleen voor de uitbreidingen overigens. Mortelmans moet hard lachen om de naïviteit daarover toen Bingel werd gelanceerd. 'Wij dachten: nu zijn we klaar voor de komende jaren. Niet dus. De investeringen van destijds zijn maar een fractie van de investeringen die we nu doen. Voor voortdurende verbeteringen én het gebruik van Bingel. Wat dacht je dat hosting van 500.000 oefeningen per dag kost?'

De noodzaak tot investeringen is de voornaamste reden dat Van In eerder dit jaar concurrent De Boeck (met een omzet van 16,9 miljoen euro nummer 4 in de

markt) heeft overgenomen – naast het feit dat beider portfolio's opmerkelijk weinig overlappen. 'Ook al zijn we hier marktleider, we zijn nog lang niet zo groot als onze Nederlandse zuster Malmberg. De markt is hier meer versnipperd en verdeeld over Vlaanderen én Wallonië. Het budget voor leermiddelen per leerling is ook lager. Daarom moeten we op grotere schaal werken.'

Voorlopig gaat de meeste aandacht uit naar de integratie van beide bedrijven, die komend voorjaar moet zijn afgerond. De merknamen Van In en De Boeck blijven bestaan, maar de uitgeverij zal opereren als één bedrijf – met een kantoor in Vlaanderen (het huidige kantoor plus magazijn in Wommelgem van Van In) en een kantoor in Wallonië (een nog te vinden pand nabij Louvain-La-Neuve). Doordat dubbele functies zo kunnen verdwijnen, verliezen 38 van de 205 medewerkers hun baan.

Maar daarna, belooft Mortelmans, zal Van In doorgaan met innoveren en groeien. ■

## BRANCHE REGISTER

### DRUKKERIJ

**Bariet bv**

**Bariet**   
BOEKEN EN TIJDSCHRIFTEN

Koematen 7  
Postbus 86  
8330 AB Steenwijk  
**T** 088 110 56 00  
**E** info@bariet.nl  
**W** www.bariet.nl

### OPSLAG EN VERZENDING

**Hexspoor**  
E-fulfilment 

**Hexspoor Opslag en Verzending**

Ladonkseweg 9  
5281 RN Boxtel  
**T** 0411 652 122  
**E** mail@hexspoor.nl  
**I** www.hexspoor-e.nl  
*Uw boeken met zorg opgeslagen,  
verpakt en (wereldwijd) verzonden.*

### MUZIEKDISTRIBUTEUR

**Bertus Groothandel**

 **Bertus**

**en Distributie b.v.**

Akeleibaan 59  
2908 KA Capelle a/d IJssel  
**T** 010 2641 500  
**E** sales.nl@bertus.com  
**W** www.bertus.com  
*Al meer dan 40 jaar hét adres voor  
al uw beeld- en geluidsdragers!*

Bel ons voor meer informatie over  
adverteren in het BRANCHEREGISTER  
Nicole van Lierop, tel. 06-41 11 98 86,  
e-mail nicole@pubmedia.nl