

Babar Baig, Writereader: “De industrie zal zich moeten aanpassen, daar komt ze niet onderuit”

11-12-2020 11:00



WriteReader was de winnaar van de tweede editie van Renew the Book in 2017 en won ook de titel ‘Most Innovative Publishing Startup’ in het ContentShift-programma van de Frankfurter Buchmesse. WriteReader is een op wetenschappelijk onderzoek gebaseerd digitaal uitgeefplatform voor materiaal dat is gericht op kinderen en leraren, en sluit aan op de manier waarop kinderen leren.

Het winnen van Renew the Book in 2017 was een belangrijke mijlpaal voor WriteReader. Babar Baig: “We hebben door mee te doen aan Renew the Book en door die competitie te winnen een enorm netwerk gekregen. Bovendien hebben we dankzij zowel het programma, de organisatie als het netwerk erg veel geleerd. Nadien hebben we verschillende overeenkomsten gesloten met Nederlandse partijen, waaronder NBD-Bibliion voor de Boekenbakker-app, en zijn we vanwege de prijs uitgenodigd door verschillende internationale kickstart- en accelerator-programma’s, waaronder in Zwitserland. Daar hebben we nu drie overeenkomsten gesloten. Een daarvan is met een voetbalclub, die het platform inzet als een fan engagement tool.”

Machine learning

WriteReader heeft inmiddels vijf medewerkers. Onlangs ontvingen ze een subsidie van het Deense Innovatie Fonds, samen met de Deense School voor Onderwijs en de Technische Universiteit, met als doel om op basis

van machine learning de schrijfvaardigheid van kinderen te analyseren en daarmee de leesvaardigheid van die de leerlingen vast te stellen en te verbeteren. Baig: “We monitoren drie jaar lang 1500 kinderen in dit proces. We zitten nu in het tweede jaar, in 2022 is het onderzoek klaar. Wat we hopen te ontdekken, is dat we op basis van vroege analyse van de schrijfvaardigheid de eerste aanwijzingen van dyslexie herkennen bij kinderen tot zes jaar. Het voordeel hiervan is dat we die kinderen al snel kunnen helpen. In Denemarken wordt dyslexie pas officieel gediagnostiseerd in groep 3. Dus tot die tijd was iedereen – ouders, leraren en de kinderen – gefrustreerd dat de kinderen zich niet goed ontwikkelden, zonder een oorzaak te kunnen aanwijzen. Nu kunnen we het veel eerder ontdekken en aanpakken.”

WriteReader is ontwikkeld op basis van wetenschappelijk getoetste methoden. Er is veel aanbod op het gebied van educatieve tools, maar WriteReader is het enige platform waarbij van elk onderdeel bewezen is dat de kinderen er wat van leren. Baig: “Het machine learning-project hadden we bij de oprichting niet direct voor ogen, maar het past inmiddels goed in onze expertise, en dit wetenschappelijk onderzoek zou je een verlengstuk kunnen noemen van onze core business.”

Verdienmodel

“In 2017 hebben we ons platform gelanceerd met een whitelabel-aanpak als verdienmodel. Maar dat bleek niet het beste model: als een partner of een uitgever zich niet inzet voor het platform, dus niet investeert in marketing en dergelijke, dan hebben wij geen voordeel van de samenwerking.

Vorig jaar had WriteReader ongeveer 500.000 gebruikers, vooral in Denemarken, Zweden, Amerika en Canada. De inkomsten kwamen van de uitgevers die het onder een white label inzetten. Maar dit jaar hebben we besloten om het achter een paywall te stoppen en het eigen merk te voeren.

Terugkijkend was white label weliswaar een lean, maar labiel model. Dus nu gaan we met ons eigen merk WriteReader de markt op, via een ‘bottom up’-aanpak. We willen leraren enthousiasmeren voor het gebruik, en via die weg de markt op gaan. Dit doen we nu in elk land, en dat blijkt succesvol.”

“We hadden verwacht dat deze omslag (van freemium naar premium) zou leiden tot een daling van verkoop en gebruik, maar het tegendeel bleek waar. De laatste paar maanden hebben veel leraren, schooldistricten en scholen abonnementen afgesloten. Deels natuurlijk vanwege corona, maar het model werkt dus wel. Dus al onze middelen zetten we nu in om op te schalen.”

Nu ook een Nederlandse versie

“Je product beschikbaar maken voor de lokale markt, dus in de taal van de markt, is belangrijk. Als we in 2017 een Nederlandse editie hadden gehad, hadden we hier uiteraard nu veel meer gebruikers van WriteReader gehad. Daarom is er nu ook een Nederlandstalige editie van WriteReader beschikbaar (op <https://app.writereader.com/>, red), waarmee we de Nederlandse markt kunnen bedienen.”

Martine Meilink, logopedist / dyslexiespecialist heeft geholpen om de Nederlandse versie van WriteReader te maken. Op termijn gaan ook de huidige gebruikers van de Boekenbakker-app over naar WriteReader, Voor bestaande gebruikers (op dit moment nog zo’n 10.000) blijft Boekenbakker-app gewoon werken, maar nieuwe leden kunnen zich niet aanmelden.

En een Russische

“Rusland is nu in hoog tempo aan het digitaliseren, ook in het onderwijs. Daarom hebben we nu ook een Russische vertaling van het platform gemaakt. De lokalisatie is gedaan door een medewerker van ons die uit Rusland komt. Twee weken geleden hebben we de Russische editie gelanceerd, nu is dat het op een na grootste gebied waar WriteReader wordt gebruikt. De leraren zijn enthousiast, maken video’s over hun eigen gebruik, en daardoor krijgen we verzoeken uit Koerdistan, Kirgistan, Oezbekistan en Kazachstan.”

Corona-effect

“Door de coronacrisis wordt Writereader vaker gebruikt. De tool is uitermate geschikt voor leraren en ouders om vanuit huis te gebruiken. Met name in Denemarken en Amerika zagen we een enorme piek in het gebruik. We bouwen op deze golf verder, door interesse te creëren bij potentiële partners. We hebben ook veel feedback en gebruikstips gekregen, wat we gebruiken om het platform te verbeteren. De leraren die nu op afstand of in hybride vorm lesgeven hebben daar veel profijt van.”

De Nederlandse uitgeefindustrie

Wat is Baig’s kijk op de Nederlandse uitgeefindustrie, nu hij daar enkele jaren mee heeft gewerkt? Baig: “De Nederlandse uitgeefindustrie wil graag innoveren, voor zover ik het kan beoordelen, alleen al als je kijkt naar een programma als Renew the Book. Het is nieuwsgierig naar nieuwe ideeën, kijkt met open blik naar de uitdagingen van de toekomstige generaties lezers. De uitgeefindustrie zal zich moeten aanpassen, daar komt ze niet onderuit. Ze moet kijken hoe digitale toepassingen waarde kunnen toevoegen aan het analoge product, en hoe ze daarin de klant, de lezer en gebruiker, zo goed mogelijk kan bedienen. Digitaal en analoog staan niet tegenover elkaar, maar versterken elkaar.”

Openingsfoto: Babar Baig (midden) ontvangt de prijs uit handen van Kajsa Ollongren, destijds wethouder van economische zaken en loco-burgemeester van Amsterdam

Martin Voigt