

Case digitale leermiddelen (textbooks) voor studenten van de medische faculteit Radboud Universiteit Nijmegen (2015).

Uitgevoerd in dienstverband als Licensing Manager bij medische uitgever Bohn Stafleu van Loghum.

1. Situatie

Inleiding:

Medische uitgever [Bohn Stafleu van Loghum](#) (BSL) wil het medische onderwijs (mbo-hbo en wo) ondersteunen met kwalitatief goede, recente en gevalideerde studiemiddelen voor studenten.



De focus ligt op digitaal uitgeven in diverse vormen (tekst, video, toetsen, casuïstiek etc.) en de wens is het sluiten van licenties met directies van opleidingen, opleidingsinstituten en mediatheken.

BSL had in 2015 een groot deel van haar leermiddelen gedigitaliseerd en licenseerde die content vooral via individuele licenties. Deze licenties (elk met eigen account, wachtwoord) beperkten gedeeld gebruik en kopieergedrag en maakten een gepersonaliseerde omgeving mogelijk.

De klantwens van Radboud Universiteit Nijmegen, faculteit Geneeskunde.

De doelstelling van de universiteit is het faciliteren van modern, actueel en hoogstaand onderwijs.

Universiteiten willen daarom op een innovatieve wijze, plaats- en tijdsafhankelijk leermiddelen aanbieden aan studenten. Het gebruik van digitale leersystemen (elo's) is vroegtijdig opgepakt, waardoor al snel de behoefte aan digitale leermiddelen ontstond.



2. Taak

Als licensing manager was het mijn taak digitale educatieve content commercieel rendabel te maken en institutioneel (op schoolniveau) te licenseren en adviseren. Eén van mijn klanten was de medische faculteit van de Radboud Universiteit, waar ca. 2.000 Geneeskundestudenten studeren.

Als licensing manager kreeg ik de volgende vraag van de decaan (dhr. Roland van der Laan):

- 1) Adviseren en licenseren + aanbieden van digitale studiecontent aan de Radboud Universiteit;
- 2) Toegang rechtstreeks vanuit het netwerk van de universiteit, daardoor heeft student géén aparte login of wachtwoord meer nodig;
- 3) De content is via deeplinks vanuit de elo (Blackboard) bereikbaar, waardoor docenten vanuit de lesblokken rechtstreekse verwijzingen kunnen maken naar de onderliggende literatuur;
- 4) Ontwikkelen van een haalbaar en toekomstbestendig financieringsmodel waarbij de faculteit/mediatheek de content centraal financiert;
- 5) Als wij géén werkbare digitale oplossing bieden, werden de BSL boeken van de lijst gehaald en vervangen door titels die *wel* digitaal beschikbaar zijn (concurrerende uitgevers zoals Elsevier, Pearson etc.)

3. Actie

Als licensing manager was ik de linking pin tussen klant en BSL en verantwoordelijk voor de dealmaking. Deze klantvraag was nieuw voor BSL en week af van het bestaande licentiemodellen. De acties die ik heb genomen:

- 1) Strategie en business model (ism. directie en finance)
 - a. Afzet en omzet-analyses RU historisch en voorspellend
 - b. Inschatten kannibalisatie risico en kopieer-risico door het vrijgeven digitale content, zowel op Radboud Universiteit -niveau als landelijk.
 - c. Bepalen business model en pricing
 - d. Bepalen licensing voorwaarden en licentie
- 2) Technische en realisatie-model (ism ict, product owner, productie)
 - a. Technische aanpassingen BSL-platform coördineren
 - b. Inrichten BSL-platform met gevraagde content coördineren
 - c. Contact BSL – Radboud Universiteit over ict-zaken stroomlijnen
 - d. Bewaken productietempo en oplevering
- 3) Marketing en communicatie naar student & docent Radboud Universiteit
 - a. Communicatieplan student-docent opstellen
 - b. Nieuwe dienst succesvol bekendmaken bij de doelgroep
 - c. Route voor klantvragen inrichten (helpdesk BSL)
- 4) Contract-closing.



4. Resultaat

Binnen een aantal maanden is een volledige IP-access, gepersonaliseerde content-omgeving voor de Radboud Universiteit opgeleverd, getest en in studiejaar 2015-2016 in gebruik genomen.

De kritische succesfactoren: access vanuit het Radboud Universiteit netwerk zonder log-in, de juiste content in diverse vormen gekoppeld aan het elo en een realistische financiële business case voor beide partijen + adoptie door de student *en* docent zijn behaald.

Voordelen voor de universiteit (organisatieniveau)

1. Elke student heeft beschikking over de juiste gevalideerde, actuele content waardoor het onderwijs beter is in te richten;
2. Zekerheid dat copyrights en verwijzingen zijn afgekocht (géén risico op boetes);
3. Les-efficiency stijgt want elke student heeft dezelfde bronnen;
4. Door learning analytics wordt gedrag van groepen studenten gevolgd en onderwijs waar nodig aangepast;
5. Overzichtelijke en toekomstvaste investering (het verkrijgen van centrale financiering is een aandachtspunt, voor verrekening naar student zijn er diverse mogelijkheden).

Voordelen voor docent

1. Elke student heeft overal en altijd beschikking over dezelfde bronnen;
2. Zekerheid dat copyrights en verwijzingen zijn afgekocht (géén risico op boetes);
3. Gevalideerde en actuele content die stabiel en continue beschikbaar is op besloten omgeving;
4. Inzage in learning analytics, om het onderwijs mee te verbeteren;
5. Rechtstreeks vanuit digitale leeromgeving linken naar ondersteunende bronnen.

Voordelen voor student

1. Gefaciliteerd in de benodigde content voor de studie
2. Rechtstreekse digitale toegang, geen extra accounts/wachtwoorden meer nodig
3. 24/7 access tot leermiddelen op digitale devices

De licentie is na het eerste jaar 2015-2016 (pilot) voor 3 jaar verlengd en uitgebreid. Omdat wij (anoniem) statistieken vastleggen over gebruik van de leermiddelen, is ook de basis gelegd voor learning analytics bij de Universiteit: op welke wijze en hoe wordt studiecontent gebruikt en welke informatie kunnen wij hieruit halen om het onderwijs verder te verbeteren.



5. Reflectie

BSL heeft in de Radboud Universiteit een innovatieve partner gevonden, waarmee het verantwoord was deze (innovatieve en mogelijk risico-volle) business case op te zetten. Uitgevers worstelen met rendabel maken van digitale content en zien bedreigingen in oa. kopieer-gedrag, teruglopende marges en stijgende kosten door digitalisering. Deze samenwerking was spannend en uitdagend, waarbij gecalculerde risico's zijn genomen en partijen elkaar als strategische partners zien.

De succesfactoren aan klantzijde: daadkracht, visie, budget, capaciteit

Succesfactoren aan leverancierszijde: daadkracht, urgentie, visie, ondernemerschap.

Over de auteur:

[Hans Hoekstra](#) is interim sales- en business developmentmanager en gespecialiseerd in de sectoren Onderwijs en Zorg.

Het bedrijf [Marktwijs Consultancy](#) ondersteunt bij sales en business development projecten.



www.marktwijs.nl

Hans.Hoekstra@marktwijs.nl

