

# BasisonderwijsPakket:

## Herkenbaar en niet te missen

Sinds september 2003 valt het BasisonderwijsPakket van EDG op de deurmat bij 9.000 basisscholen in Nederland. Onder andere in Loenen aan de Vecht. Daar wordt de blauwe envelop met plezier ontvangen. "Het pakket is herkenbaar en gewenst door de informatie die erin zit."

In het begin zag directeur Ties Grijpstra van openbare basisschool Graaf Floris in Loenen aan de Vecht het BasisonderwijsPakket nog wel eens over het hoofd, maar na een tijdje begon het pakketje hem toch op te vallen. "Het was herkenbaar. Daar kwam dat pakketje weer", vertelt hij. "Dat komt door de verpakking: het is één geheel."



Graaf Floris is één van de 9.000 basisscholen die het BasisonderwijsPakket krijgen. Net als Grijpstra ontvangen alle schooldirecteuren het pakket iedere eerste week van de maand. Een duidelijk herkenbare zeeblauwe envelop met lachende kindergezichten die gevuld is met informatiemateriaal van verschillende instanties. "We willen het kaf van het koren scheiden. Dat doen we door gewenste informatie te combineren en commerciële uitingen te weren", benadrukt Jan-Jaap Boekel, manager Marketing & Sales bij EDG. "Opdrachtgevers profiteren van de gecombineerde verzending en besparen gemiddeld 20% op de kosten." Zo kunnen organisaties hun boodschap vaker naar voren brengen. Zij willen namelijk het liefst zo vaak mogelijk met het onderwijs communiceren. Boekel: "Het is simpel. Het effect wordt vele malen groter, wanneer je je boodschap frequenter onder de aandacht brengt."

**Niet in de prullenbak**  
Basisscholen ontvangen wekelijks bergen post. Een deel daarvan belandt rechtstreeks in de prullenbak.

Directeur Grijpstra: "Maar bij dit pakket is de verpakking duidelijk, je weet wat je krijgt en dus gooi je het niet weg." Het BasisonderwijsPakket heeft bovendien een stempel waarop staat: 'Kenmerk van Kwaliteit'. "Daarmee willen we aangeven dat het niet om commerciële uitingen gaat, maar om gewenste informatie", benadrukt Jan-Jaap Boekel.

Op basisschool Graaf Floris zitten slechts 165 leerlingen. Een kleine school, waardoor ook de directeur regelmatig voor de klas staat. Hij is dus genoodzaakt efficiënt met z'n tijd om te springen. Om dat mogelijk

te maken, zit in ieder pakket een begeleidende brief met een tabel met alle informatie die in het pakket te vinden is. Boekel: "De volgorde waarin alles in de tabel staat, is ook de volgorde waarop de informatie in het pakket is terug te vinden." Verder wordt vermeld voor wie de informatie bestemd is. De directeur kan zo de informatie meteen doorgeven aan bijvoorbeeld de betreffende vakleerkracht of de intern begeleider. "Normaal moet ik alles inzien om er later achter te

komen: hé, dat is voor groep 8", zegt Grijpstra. Hij is tevreden. "Als de envelop tegenwoordig bij ons binnenkomt, verdwijnt hij direct in mijn tas. Lekker mee naar huis, want daar kan ik alles rustig doorlezen en leg ik opzij wat voor mijn collega's is."

## Nieuw!

### Digitale voor aankondiging BasisonderwijsPakket

In april is EDG gestart met de digitale voor aankondiging van het BasisonderwijsPakket. Hiermee komen opdrachtgevers extra tegen dezelfde kosten in beeld bij de doelgroep. Een dag voordat het BasisonderwijsPakket bij de schooldirecteur op zijn of haar bureau ligt, wordt de digitale voor aankondiging verstuurd. In deze e-mail ziet de basisschooldirecteur in één oogopslag welke informatie hij de volgende dag kan verwachten. Bovendien kan hij zich vast verdiepen in het onderwerp door naar de site van de betreffende organisatie te surfen.

# Nationale Sportweek:

## "Iedereen aan het sporten!"

De tweede Nationale Sportweek vond dit jaar plaats van 25 maart tot en met 3 april. De Stichting Nationale Sportweek is een initiatief van het Nederlands Olympisch Comité\* Nederlandse Sportfederatie (NOC\*NSF), de sportdetailhandel, de sportleveranciers, de leraren lichamelijke opvoeding en de sportieve gemeenten in Nederland. De Nationale Sportweek is dé week van het jaar waarin sport extra onder de aandacht wordt gebracht van alle Nederlanders. Behalve landelijke evenementen werden er tijdens de sportweek ruim duizend activiteiten op lokaal niveau georganiseerd, van proeflessen Taekwondo in Elburg tot een frisbeeclinic in Utrecht.



wijs wilden aankondigen. In totaal gaat het om bijna 16.000 adressen van scholen door heel Nederland! Dit was voor ons onmogelijk om zelf te doen. We beschikken niet over de data, niet over de distributiemogelijkheden en ook niet over de capaciteit om dit allemaal zelf te verwerken.

Hanneke van den Pol is tevreden over het verloop van De Nationale Sportweek 2005: "Het was de tweede keer dat de sportweek plaatsvond en we hebben een enorme stap voorwaarts gemaakt. In het verlengde daarvan zijn we ook erg blij met De Dag van het Onderwijs die deel uitmaakte van de sportweek. We hebben erg veel positieve reacties van scholen gehad. Mede dankzij EDG hebben we een belangrijke groep goed weten te bereiken. Volgend jaar hopen we weer meer scholen bereid te vinden om ook hun leerlingen te laten zien en voelen hoe leuk en belangrijk het is om aan sport te doen. Wie de jeugd heeft, heeft tenslotte de toekomst!"



Hanneke van den Pol, directeur van De Nationale Sportweek: "Het doel van de Stichting Nationale Sportweek is eigenlijk heel eenvoudig te benoemen: we willen heel

Nederland aan het sporten krijgen. Omdat juist jongeren zo belangrijk zijn hebben we 'De Dag van het Onderwijs' in het leven geroepen. Op die dag willen we zoveel mogelijk leerlingen op scholen in heel Nederland leren én laten zien hoe fijn en leuk het is om te sporten."

Met deze doelstelling kwam Van den Pol met EDG in contact. Van den Pol: "EDG heeft ons geholpen onze plannen om te zetten in concrete doelstellingen en met het bepalen van de bijbehorende doelgroepen. We kwamen tot de conclusie dat we De Nationale Sportweek via een mailing naar zowel het Nederlandse Basis- als Voortgezet Onder-

# EDG

Distributie & Media

# Nieuws

Uitgave nr. 2 - Juni 2005

MVO:

"Effectief je doelgroep bereiken"

3

Experimenten Leermiddelen:

"EDG denkt mee"

4

Nationale Sportweek:

"Scholen wijzen op het belang van sport"

6

## EDG Kort

In het EDG Magazine van januari heeft u kunnen lezen over de integratie van EDG en KDV. Deze nieuwe EDG Nieuwsbrief is daar mede het gevolg van. De nieuwsbrief verschijnt vier keer per jaar.

Het schooljaar zit er al weer bijna op. Het nieuwe schooljaar staat dus weer voor de deur. Bel ons gerust voor een oriënterend gesprek over de mogelijkheden voor het nieuwe schooljaar!

Ook dit jaar heeft een aantal organisaties gebruik gemaakt van de mogelijkheid om gezamenlijk de eindexamenkandidaten succes te wensen. De examenposter is verspreid door heel Nederland.



## EDG introduceert Docentraal: voor alle docenten in het voortgezet onderwijs



Bij deze nieuwsbrief vindt u het allereerste exemplaar van Docentraal, een vakblad voor docenten in het voortgezet onderwijs. Na het blad Ezeltje Prik is Docentraal het tweede blad dat door EDG wordt uitgegeven. Marinske Riethorst, hoofdredacteur van Ezeltje Prik, is ook verantwoordelijk voor Docentraal.

Marinske Riethorst: "In het blad draait alles om de docent, de leerling en de relatie tussen beiden. Daarnaast komen praktische zaken over lesgeven, lesmateriaal en de omgang met leerlingen en hun ouders aan bod. Dit gebeurt op een prikkelende en betrokken manier. Docentraal is echt een blad voor en door docenten."

De eerste Docentraal verschijnt 13 juni. In totaal zal het blad in 2005 twee keer verschijnen. In 2006 volgen zes edities. Het bereik van het blad is 80.000 docenten op naam in het totale voortgezet onderwijs in Nederland.

Voor vragen over Docentraal kunt u met ons contact opnemen op telefoonnummer 030 241 70 21.

## Colofon

De EDG Nieuwsbrief is een uitgave van:

EDG

Distributie & Media

EDG Distributie & Media

Niels Borhweg 123

3542 CA Utrecht

Tel: (030) 241 70 21

Fax: (030) 241 06 71

E-mail: sales@edg.nl

Directeur: Erik Trimp

Aan deze nieuwsbrief werkten mee:

• Hoofdredactie: Dennis Rijntjes • Eindredactie: Rob de Boer • Tekstbijdragen: Jolanda Groot, Marissa Blijham • Vormgeving & ontwerp: Flaire - www.flaire.nl • Druk: Drukkerij Grafia, Pijnacker

© 2005. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, overgenomen of openbaar gemaakt, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

6

5

EDG

Distributie & Media



## Beschuit met muisjes

Een geboorte blijft altijd indrukwekkend. Ook deze keer weer. Voorafgaand aan de geboorte is er de creatie en de ontwikkeling tot een levensvatbaar geheel. Dit maandenlange proces is zeer delicaat. Naarmate de maanden verstrijken neemt het aantal vragen dat je hebt alleen maar toe. Normaliter zijn deze vragen pas te beantwoorden nadat de geboorte heeft plaatsgevonden. In dit geval niet. Ik wist precies op welke dag het geboren zou worden. Het tijdstip was zelfs bekend. Sterker nog, ik wist precies hoeveel gram het zou wegen en hoeveel centimeter in lengte. Zelfs het persen was door de

aanwezige voorkennis ruim van te voren ingepland. Al met al toch een hele bevalling..... zo'n nieuw blad. Net voor het verschijnen van deze nieuwsbrief is hij geboren. Het nieuwe vakblad voor docenten in het voortgezet onderwijs. Wij noemen hem 'Docentraal'. Net als de 80.000 docenten ontvangt u ook een gratis exemplaar. Uiteraard zijn we erg nieuwsgierig naar uw reactie. We horen graag van u via [sales@edg.nl](mailto:sales@edg.nl).

Jan-Jaap Boekel  
Manager Marketing & Sales

Address <http://www.edg.nl> Search Favorites Media Print

## Corporate website EDG aangepast

Begin dit jaar is EDG Distributie & Media samengegaan met KDV Distributie & Media, een bedrijf dat de markt van 0 tot 4 jaar bedient. Dankzij de samensmelting van de twee bedrijven kunnen segmentoverstijgende organisaties via EDG de hele doelgroep van 0 tot 18 jaar bereiken. Een nieuwe website was dan ook een logische vervolgstap.

Jolanda Groot, manager Marketing & Communicatie: "De nieuwe website is het visitekaartje van EDG. De klant staat bij ons centraal en dat was ook precies het uitgangspunt voor de invulling van onze nieuwe site. Door een overzichtelijke indeling kunnen alle bezoekers in één oogopslag zien waar EDG voor staat en wat EDG te bieden heeft. Onze geïntegreerde dienstverlening is er op gericht om de verwachtingen van onze opdrachtgevers te overtreffen. We hopen uiteraard dat ook onze nieuwe site uw verwachtingen zal overtreffen!" Medio juni is de nieuwe corporate website van EDG te bewonderen op [www.edg.nl](http://www.edg.nl).



## Medewerkers in het onderwijs zijn overtuigd. U ook?

Steeds meer medewerkers in het onderwijs ontdekken de voordelen van Schoolpost. De behoefte aan inzicht in en invloed op hun eigen informatiestroom wordt met de dag groter. Schoolpost biedt medewerkers in het onderwijs (gratis) een persoonlijke, digitale informatiebron binnen handbereik. De informatievoorziening in het onderwijs digitaliseert steeds meer, maar de behoefte om 'iets in handen te hebben' blijft bestaan. Met behulp van de SchoolpostCatalogus

heeft iedere medewerker in het onderwijs altijd en overal toegang tot relevante informatie ter ondersteuning van zijn of haar werk. En kan hij/zij wanneer het uitkomt de informatie direct (na)bestellen.

**Meer weten?** Bel ons op 030 241 70 21 of neem zelf een kijkje. Ga naar [Schoolpost.nl](http://Schoolpost.nl) en log in met de volgende toegangscode:

**Login:** algemeen@edg.nl, **Wachtwoord:** schoolpost

Uiteraard zijn we erg benieuwd naar uw reactie! U kunt uw reactie mailen naar [jgroot@edg.nl](mailto:jgroot@edg.nl)

## "We willen onze doelgroep zo effectief mogelijk bereiken!"

Het Voorlichtingsbureau voor margarine, vetten en oliën (MVO) is een onafhankelijk orgaan dat zich hard maakt voor het verspreiden van kennis over vetten. Dit doet MVO volgens de richtlijnen voor een goede voeding van het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum geeft informatie over gezonde en veilige voeding en gezond leven. Momenteel loopt de campagne 'Smeer je groot', die in het teken staat van de keuze voor de juiste vetten. De Ezeltje Prik mediamix helpt MVO haar doelgroep te bereiken.

Nicole Vervaeke is Communicatiedeskundige bij MVO en onder andere nauw betrokken bij de campagne 'Smeer je Groot': "Met de campagne willen we ouders van jonge

kinderen voorlichten over de belangrijke keuze voor de juiste vetten en dan met name het belang van margarine. In onze communicatie leggen we het verschil uit tussen gezonde vetten (onverzadigde) en ongezonde (verzadigde) vetten.

We hanteren overigens een handig ezelsbruggetje om het verschil tussen 'goede' en 'slechte' vetten te onthouden: Verzadigd = Verkeerd en Onverzadigd = OK! De gezonde, onverzadigde, vetten die in margarine zitten zijn goed voor hart en bloedvaten en voor kinderen bovendien noodzakelijk om goed te groeien."

Om de doelgroep, ouders met jonge kinderen, zo effectief en efficiënt mogelijk te bereiken besloot MVO de Ezeltje Prik mediamix van EDG in te zetten. De mediamix bereikt kinderen op het kinderdagverblijf, hun ouders en de leidsters. Vervaeke:



"We adverteren het hele jaar door met een paginagrote advertentie in het Ezeltje Prik Blad en hebben daarnaast via EDG posters opgehangen op kinderdagverblijven. Verder stonden we met de brochure 'Smeer je groot' in het Ezeltje Prik Prikbord. De

mediamix is voor ons een belangrijke manier om ouders met jonge kinderen te bereiken. We krijgen erg veel reacties en een eigen onderzoekje onder leidsters van kinderdagverblijven wees uit dat ouders die hun kind komen wegbrengen of ophalen veel met elkaar en met de leidsters over onze campagne praten."

MVO adverteert nog dit hele jaar in het Ezeltje Prik Blad en is zeker van plan om ook in de toekomst EDG weer bij de plannen te betrekken. "We zijn erg tevreden over de samenwerking", besluit Vervaeke.

## De Ezeltje Prik Mediamix

- **Het Ezeltje Prik Blad**
  - Oplage 175.000
  - Verspreiding via 2.800 kinderdagverblijven door heel Nederland.
  - HOI verklaring
- **Het Ezeltje Prik Prikbord**
  - Prominent aanwezig bij 1.750 kinderdagverblijven.
- **De Ezeltje Prik Posterservice**
  - Uw poster op een prominente plaats bij 1.750 kinderdagverblijven.
- **Ezeltje Prik Sampling**
  - Proefverpakkingen en probeerexemplaren via 2.800 kinderdagverblijven bij ouders en leidsters onder de aandacht gebracht.

## "EDG denkt mee"

Onderbouw-VO is de vraagbaak voor iedereen die werkzaam is in de eerste twee leerjaren van het voortgezet onderwijs en bezig is met de nieuwe onderbouw. EDG verzorgt twee keer per jaar de verspreiding van het Onderbouw Magazine en de gehele afhandeling van de experimentele leermiddelen. Nieuw is ook de digitale afhandeling die verloopt via [schoolpost.nl](http://schoolpost.nl), maar voor de herkenbaarheid wel in de eigen huisstijl van de Experimenten Leermiddelen is vormgegeven.

Onderbouw-VO stimuleert op allerlei mogelijke manieren de uitwisseling van informatie over de nieuwe onderbouw tussen docenten, team- en schoolleiders. Het doel is om met en voor scholen te werken aan een onderbouw waarin het leren van jongeren tussen de 12 en 14 jaar centraal staat. Scholen en docenten krijgen middels het twejaarlijkse magazine informatie en kunnen daarnaast op de website terecht. Behalve een informatief karakter heeft de website vooral een interactief doel, dat afgelopen april nog eens is benadrukt met de lancering van de nieuwe digitale ontmoetingsplek Onderbouwplein.

Een van de initiatieven van Onderbouw-VO is het project Onderbouw Experimenten Leermiddelen. Dit is een stimuleringsprogramma voor schoolontwikkeling in de onderbouw, dat gezamenlijk door scholen, uitgevers en de Taakgroep Vernieuwing Basisvorming is ontwikkeld. Voor het leerjaar 2004 - 2006 zijn acht experimenten beschikbaar en voor het leerjaar 2005 - 2007 zijn tien leermiddelen ontwikkeld. Er zijn Experimenten Leermiddelen gemaakt in de vakgebieden Nederlands, Engels, Wiskunde, Mens & Natuur, Mens & Maatschappij, Kunst en Cultuur en Beweging en Sport.

### Kleine organisatie

Omdat EDG al de verspreiding verzorgde van het Onderbouw Magazine en de afhandeling deed van de Experimenten Leermiddelen, was het ook logisch dat EDG de digitale afhandeling zou realiseren. "Wij zijn een kleine organisatie die geen middelen heeft om het gehele logistieke proces zelf te verzorgen.

EDG heeft nu eenmaal veel kennis van de onderwijsmarkt. Zij weten ook hoe de doelgroep in elkaar steekt en hoe zij reageert op mailingen en bestellingen", geeft Vera Simon Thomas aan, projectleider van Experimenten Leermiddelen onderbouw-VO.



In nauw overleg heeft EDG een digitale bestelmodule gemaakt voor de Experimenten Leermiddelen. "Omdat digitaal bestellen zowel bij EDG, bij Onderbouw-VO als bij de scholen nog geen gelopen koers is, is het belangrijk dat er wordt meegedacht over de inrichting van de bestelmodule en het distributietraject.

Omdat het voor alle partijen nieuw is, is een flexibele opstelling heel belangrijk. Dat treffen wij zeker bij EDG. Natuurlijk kan de digitale afhandeling nog beter verlopen, maar dat komt vooral omdat de digitale techniek en de gebruikers hiervan zich voortdurend blijven ontwikkelen en steeds vaker worden voor de digitale werkwijze. Op dit moment willen scholen bijvoorbeeld graag nog een 'echte' factuur ontvangen. Er komt een tijd dat dit ook digitaal gaat. Dan moet de site daar ook op worden afgestemd. Daarnaast zijn er nog meer mogelijkheden denkbaar. Momenteel worden de presentexemplaren nog verstuurd. In de toekomst zou het een mooi vervolg zijn als EDG die content ook op de site zet, waarbij scholen de leermiddelen middels een wachtwoord kunnen inzien en met één druk op de knop kunnen bestellen."