

# De Standaard

maandag 01 september 2008

## Bijles geven is lucratieve industrie

**BRUSSEL – Reportage** Leerlingen krijgen steeds vaker bijles op privemarkt. Leerlingen bijles geven wordt steeds meer het domein van lucratieve bijleskantoren in plaats van de school. 'Wij vullen aan, waar het onderwijs handen te kort komt', zeggen de bedrijven. Maar er is ook een keerzijde: het prijskaartje is hoog en niemand die de charlatans van de betrouwbare kan onderscheiden.

*Van onze redacteur*

Begrijpt uw zoon of dochter moeilijk Frans? Of heeft uw kind problemen met rekenen? Dan heeft de school op oudercontacten u misschien al aangeraden om uw kind bijles te laten volgen. Dat gebeurt steeds vaker buiten de schoolmuren: een op de zes leerlingen volgde al buiten de school om bijles (*zie grafiek*).

Op zoekertjessites zoals Kapaza.be en Zoekbijles.be bieden honderden mensen - vooral studenten - zich aan om in het zwart bijles te geven. Maar sinds enkele jaren gooien ook heuse bedrijven zich op de markt. Een 'basispakket' van 30 uur bijles, of een heel jaar door studiebegeleiding aan 25 euro per uur? Het kan allemaal. En steeds meer ouders laten er zich door verleiden.

Educadomo is zo'n bedrijf, dat al sinds 2004 actief is en vandaag al meer dan 1.500 gezinnen bereikt. De lesgevers zijn studenten die meestal zelf een lerarenopleiding volgen, en gaan bij de scholieren aan huis om bijles te geven.

'Wij kiezen bewust voor studenten, omdat zij dichterbij de leefwereld van scholieren staan', zegt Malinsky Meir van Educadomo. 'Ze zijn de vertrouwenspersoon van de scholier. Bovendien zitten ze zelf nog in de materie. Daardoor kunnen ze de stof makkelijker overbrengen.'

Ook My Sherpa, dat vijf jaar geleden door twee studenten van de ULB werd opgericht, redeneert op die manier. 'Bij ervaren leerkrachten bestaat de kans dat ze te veel in hun eigen logica vastgeroest zitten. Hun contact met de scholier is ook afstandelijker', zegt manager Kris Kemland.

Veel leerlingen zijn er met enkele uren inhoudelijke bijles vanaf. Maar de bijleskantoren doen ook steeds vaker het hele jaar door aan huiswerkbegeleiding. 'Ik wil het geen veredelde vorm van babysitting noemen', zegt Wouter Cuppens van bijleskantoor StudieCo. 'Maar het klopt dat steeds meer gezinnen, vooral kapitaalkrachtige tweeverdieners, verlangen dat er om 17 uur bij hen iemand aan de deur staat om hun zoon of dochter op te vangen, te begeleiden bij het huiswerk en te controleren.'

De rekening is dan snel gemaakt. 'Dit is een serieuze investering voor ouders', zegt Cuppens. 'Maar het is niet dat wij op zulke klanten azen, of hen zo lang mogelijk aan ons proberen te binden. Ik hamer er bij de ouders altijd op dat ze hun kinderen zo veel mogelijk zelfstandig moeten leren werken. Tegenover twee uren bijles, staan twee uren zelfstudie.'

Hoe dan ook, met bijleskantoren valt geld te verdienen. En dat weten ze. Ook de ouders. Die staan in het begin vaak wantrouwig tegenover de bijleskantoren. 'Ik hoor ook verhalen van ouders die verplicht worden om hun kind minstens 30 uur bijles te laten volgen. Of studenten die opdrachten moeten aanvaarden of anders loon worden afgehouden', zegt Kemland van My Sherpa.

'Maar wij doen regelmatig tevredenheidsenquêtes, en die zijn positief.'

Charlatans? Die zijn er zeker, maar door mond-tot-mondreclame hopen we dat het kaf van het koren wordt gescheiden. Cuppens van StudieCo is rechter voor de raap. 'Het is vooral het bureau Memento dat ons imago bekladt', zegt hij. Enkele jaren geleden al getuigen verschillende repetitoren in *Humo* en de studentenbladen *Veto* en *Schamper* over de wanpraktijken in de kantoren van Memento.

Cuppens bevestigt de negatieve verhalen. 'Ik heb zelf een les gegeven bij Memento, in Leuven. De werking van de directeur strookte niet met mijn pedagogisch inzicht. De leerlingen werden tot de grond afgekraakt. En als een student het niet goed deed, dreigde hij naar de ouders te stappen, ook al was het nog maar oktober.'

De bedrijfsleider van Memento, in Leuven, wilde nooit op die aantijgingen ingaan. Ook nu niet. Een uitnodiging om zijn werking uit te leggen, slaat hij zelfs af.

'Ik stel mij er vragen bij dat zulke kantoren kunnen blijven bestaan', zegt Cuppens. 'Als alle kantoren met andere standaarden werken, qua rekrutering van lesgevers en begeleiding van scholieren, is het logisch dat er wantrouwen ontstaat. Daarom pleit ik bij de overheid al langer voor een kwaliteitslabel, een erkenning van de overheid. Maar die blijft voorlopig op de vlakte.'

Op de website staat nochtans dat StudieCo door de Vlaamse overheid is erkend. Is dat dan een leugen? 'Ik heb een vergunning voor arbeidsbemiddeling, wat niet verplicht is. Verder heb ik geen officiële erkenning, dat klopt', zegt Cuppens. 'Maar ik pak ermee uit, om de mensen te overtuigen dat mijn bureau voor kwaliteit staat. En dat is niet gelogen.' Er zijn wel meer kantoren die de 'consument' handig proberen te overtuigen. Sommigen sparen zelfs kosten noch moeite voor marketing. Zo stuurt Educadomo aan het begin van het schooljaar mails naar 50.000 gezinnen met schoolgaande kinderen, en adverteert het bedrijf in de lokale en nationale media. 'Twintig procent van onze omzet spenderen we aan marketing', zegt Meir.

'Het is belangrijk om kenbaar te zijn. Wij zijn de marktleider in België en willen dat blijven. Er zit enorm veel groeipotentieel in deze markt', zegt Meir. 'In Frankrijk volgt veertig procent van de leerlingen bijles, goed voor 200 miljoen euro. Bijles geven is een industrie, al is misschien niet gepast over industrie te spreken als het over onderwijs gaat.'

De scholen zijn een beetje bang voor dit marktgerichte denken, zeker als de bijleskantoren hun leerkrachten assertief gaan aanklappen om zich bekend te maken. 'Natuurlijk stellen we ons voor aan de scholen, de zorgleerkrachten en de pedagogische directeurs', zegt Kemland van My Sherpa. 'Maar daarom voeren we nog geen gevecht om de leerling. We dringen ons niet op.'

'We handelen niet tegen de scholen in', zegt ook Cuppens. 'De scholen hoeven geen schrik te hebben. We zijn geen concurrentie, maar complementair. Veel scholen hebben nu eenmaal geen aanbod, en geven zelfs over de middag of na de uren geen bijles meer. Waar moeten al die kinderen dan naartoe?'

YVES DELEPELEIRE