



“Je leert het beste als je niet weet dat je aan het leren bent.”



# “Krachtige media, gamification en education – da’s de kern van wat wij doen.”

**If at first you don’t succeed, try and try again. Het is de gouden regel van ondernemen. Toon en Joris van Pretence games stuurden na elke tegenslag hun businessplan bij en ontdekten zo de kern van hun ondernemingsverhaal. Vandaag bewijzen ze de kracht van die visie met hun succesvolle Gemeentegame.**

*Tekst: Lucas Medaer – Foto’s: Pat Verbruggen*

## 1. Het begin: “Amai. Dat kan ik beter.”

Het is even zoeken naar het cafeetje waar we hebben afgesproken. Rotselaar City is nochtans niet zó bijster groot. Na een rondje rond de kerk zien we Toon en Joris dan toch zitten. De eerste is tv-producer, de tweede leerkracht. We zijn hier om te praten over hun Gemeentegame, een interactieve en educatieve wandeling die je de gemeente die je bezoekt beter leert kennen. Maar ook om te praten over de lange weg ernaartoe. Want het pad van Pretence games stond niet in de sterren geschreven.

“Ik heb Pretence games in 2020 in mijn eentje opgericht”, begint Toon. “We zaten toen midden in de hype rond escape rooms. Op een avond ben ik ook eens gaan spelen, samen met enkele vrienden. Aan het eind

van die beleving zei iedereen tegen elkaar: ‘Amai. Dat moeten we opnieuw doen.’ Ik dacht enkel: ‘Amai. Dat kan ik beter.’” En zo geschiedde. Of toch ongeveer.

Oorspronkelijk zou Pretence games eigen, complexe escape games creëren. Maar corona en onzorgvuldige afspraken met een partner strooiden roet in het eten. “Wanneer bleek dat het uitwerken van het concept niet zou lukken zoals ik het in mijn hoofd had en tegen het budget dat ik erin wou steken, heb ik dat project in de koelkast gestoken. Gelukkig had ik van in het begin ook meteen een plan B en C. Plan B was om een unieke escape-ervaring op maat van bedrijven te creëren. Bijvoorbeeld: je werknemers komen ‘s ochtends nietsvermoedend toe op kantoor en zien aan het onthaal een grote rode knop staan. Iemand

drukt erop en -pats- start daarmee een spel. Als teambuilding kan dat tellen. Het derde idee dat ik had -en dat ik zelf het minst hoog aanschreef- was een escape game die je als particulier thuis zélf kon maken. Uiteindelijk ben ik die laatste weg ingeslagen.”

## 2. Tegenslag: Legende in leven

Het is ietwat ironisch dat het idee waar Toon het minst zeker over was, uiteindelijk de poort naar succes zou openen. Uiteindelijk, want het eerste spel dat Toon ontwikkelt, is puur commercieel gezien geen schot in de roos. ‘Legende in leven’ was een game voor ouders die hun kinderen kwalitatieve schermtijd willen geven. Een game ook, die je als ouder helemaal zelf in elkaar kon steken. In het spel krijgt je kind vijf foto’s



te zien die door jou als ouder ergens in huis genomen zijn. Op elke locatie ligt telkens een code verstopt die de kinderen moeten vinden. Vinden ze alle vijf de codes, dan spelen ze de locatie van de schat vrij. "Die schat kan je heel laagdrempelig zelf maken: trek de snoepkast open, neem er een Kinder Surprise uit, verstopt die in de wasmand, trek er een foto van en klaar."

Het verhoopte succes bleef echter uit. "Ik had het naïeve idee dat iedereen op mijn game te wachten zat. Maar ik werd al heel snel terug met mijn voetjes op de grond gezet. Er is zoveel dat gratis wordt aangeboden. Als je wil opvallen, heb je dus een grote marketingcampagne nodig. En daar had ik het geld niet voor."

Want misschien even terugspoelen: Toon had de game op poten gezet met zijn laatste spaarcenten. Zijn vrouw had hij overtuigd met de woorden: 'Als ik dit niet doe, ga ik er de rest van mijn leven spijt van hebben.' Om dan te moeten vaststellen dat het spel amper gespeeld werd.

Terug naar de tekentafel dus. Wie zou er nog geïnteresseerd kunnen zijn in de game? Het onderwijs, misschien? Enter leerkracht

Joris. "Ik geef les binnen de leerkrachtenopleiding aan de Thomas Moore Hogeschool en in bijberoep ben ik ook actief geweest als ceremoniespreker bij huwelijken, samen met een vijftal collega's. Maar toen kwam corona en viel alles stil." Tot die tijd kende Joris Toon eigenlijk enkel van familiefeesten, als een neef van zijn vrouw. Ze spraken mekaar ook maar één keer per jaar – op die familiefeesten. Maar wanneer Toon Pretence games opstartte, veranderde dat. "Jij had me wel al eens om advies gevraagd toen je escape rooms wou opstarten", herinnert Joris zich. "Maar niet meer dan dat. De echte samenwerking is begonnen toen je me vroeg of 'Legende in leven' ook geschikt zou zijn voor het onderwijs."

Die gedachte bleek niet zo gek, want in 'Legende in leven' zat ook een educatieve component. "Vooraleer kinderen een foto te zien kregen, moesten ze een raadsel oplossen, en nadat ze de vrijgespeelde code hadden ingegeven, kregen ze als beloning een bonusweetje. Op die manier leerden kinderen spelenderwijs bij", vertelt Toon. Daar zag ook Joris het potentieel van in. "Want uit mijn ervaring weet ik: je leert het beste als je niet weet dat je aan het

leren bent. Maar er waren toch nog zaken die aangepast moesten worden", legt hij uit. "Dat betekende echter ook: opnieuw langs de developer passeren – en daar was geen geld voor."

Met andere woorden: Toon en Joris zaten vast.

### 3. Succes: de Gemeentegame

Een inventief product dat niet verkoopt, geen geld, en -oh ja- het coronavirus dat nog steeds woedt: hoe buig je zo'n situatie om in je voordeel?

Joris: "We moesten brainstormen, maar tijdens corona kon je niet veel anders doen dan rondjes rond de kerktoren lopen. Ik in Edegem, Toon in Rotselaar. En door telkens diezelfde wandeling van drie kilometer te doen, viel het ons op hoeveel je eigenlijk op zo'n tocht ontdekt. Hoeveel toffe plaatsen en verhalen zijn er wel niet, die je voorheen nooit opmerkte?" Plots lijkt de locatie van onze ontmoeting niet meer zo toevallig.

"De Gemeentegame is eigenlijk gebouwd op de fundamenten van 'Legende in leven',





100% RIJPLEZIER.  
100% ELEKTRISCH.



 GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID.

Milieu-informatie (KB 19/03/04): [bmw.be](http://bmw.be)

15,8 - 24,7 KWH/100 KM • 0 G/KM CO<sub>2</sub> (WLTP)

## “Storytelling is iets waar elk bedrijf naar op zoek is.”

vult Toon aan. “Je maakt een wandeling doorheen een stad of dorp en onderweg krijg je filmpjes te zien waarin een acteur je meer vertelt over de geschiedenis van waar je bent. Je krijgt ook foto’s te zien van de plaatsen waar je naartoe moet. Op die plaats is telkens een codebordje verstoppt dat je moet zoeken. Met de volledige code kan je dan na afloop naar de dienst toerisme gaan om jouw aandenken aan de gemeente op te halen.”

“Onze werkwijze is simpel”, pikt Joris in. “Alles vertrekt vanuit krachtige media: een sterk verhaal vertellen op een sterke manier. Daarbij komt de tv-ervaring van Toon handig bij te pas: hij kent alle topregisseurs, -scenaristen en -acteurs. Aan dat sterke verhaal koppelen we ook telkens een gamification-aspect en een educatief aspect. Wanneer je binnen die driehoek van krachtige media, gamification en onderwijs blijft, kan je heel veel richtingen uit.”

### 4. Toekomstmuziek

Andere richtingen kunnen uitslaan, is belangrijk voor Pretence games. Op dit moment kan je al een Gemeentegame spelen in Wezemaal, Edegem en Tessenderloo. In de toekomst komen daar nog zeker enkele andere gemeenten bij. Ook met de VRT bestaat er sinds dit jaar een nauwe samenwerking om gethematiseerde wandelingen en games voor een stad of gemeente te ontwikkelen.

Maar werken met gemeentes gaat traag. Daarom is Pretence games op zoek naar een manier om hun concept -met als basis de driehoek tussen krachtige media, gamification en education- naar andere sectoren uit te breiden. Toon: “Wij beseffen momenteel zeer goed dat we met dit eenvoudige principe in al die andere sectoren ook een meerwaarde kunnen betekenen, nu is het enkel nog kwestie van dat ook aan hen duidelijk te maken. Daar zijn we nu volop mee bezig. Er lopen tal van gesprekken met allerhande interessante, grote organisaties die stilaan beetje bij beetje overtuigd geraken van de kracht van ons concept.”

“Storytelling is iets waar elk bedrijf naar op zoek is”, beaamt Joris. “Neem nu de war for talent: ieder bedrijf heeft mensen nodig. Allemaal proberen ze mensen te overtuigen om voor hen te kiezen. Maar louter een spandoek uithangen met ‘Wij zoeken mensen’ werkt niet. Je hebt krachtige storytelling nodig om de missie en waarden van je bedrijf naar anderen te communiceren. Ook daar zou onze gameformule mee kunnen helpen.”

“En als we dan daarnaast ook nog Legende in Leven opnieuw zouden kunnen lanceren, is dat wel heel mooi meegenomen”, vult Toon aan. Joris knikt. Het concept van de game zit goed, daar zijn de twee ondernemers rotsvast van overtuigd. En met meer middelen zou een marketingcampagne plots wél betaalbaar zijn. In dat geval zou ook ‘Legende in Leven’ alsnog een mooi succes kunnen worden.



Wanneer we na ons gesprek huiswaarts keren, wandelen we opnieuw langs de kerktoren. Maar deze keer doen we dat toch met merkbaar meer interesse voor onze omgeving. En inderdaad, Rotselaar City biedt veel moois – als je het maar wil zien. Dus: If at first you don't succeed, try and try again. Want zonder het te weten, zetten al je tegenslagen je misschien wel op het pad naar succes – net zoals bij Toon en Joris van Pretence games.