

Start News Wie Verlage mit E-Learning Geschäfte machen können

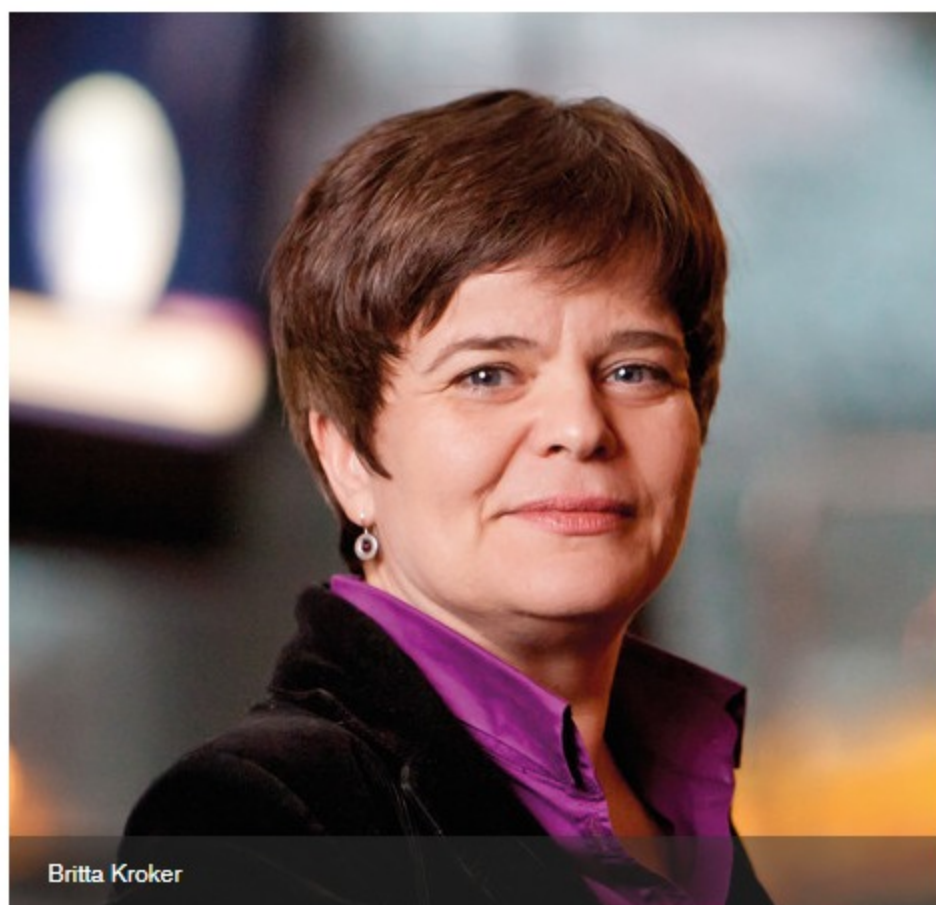
KÖPFE EXKLUSIV



Wie Verlage mit E-Learning Geschäfte machen können

03.09.2019 Rupert Sommer

Aus dem klassischen Medienbetrieb heraus hat Britta Kroker den Sprung ins E-Learning gewagt. Bei der von ihr gegründeten Pink University profitiert sie stark von ihren Erfahrungen als frühere Campus-Verlag-Führungskraft. Im "kress pro"-Interview sagt sie, warum Bildung ein vielversprechendes Geschäftsfeld für Publisher ist.



Britta Kroker

DPRG Alles über Gehälter, Honorare und Stundensätze **Jetzt bestellen!**

"kress pro": Frau Kroker, wie geht's mit dem Klavierspielen voran?

Britta Kroker: Zurzeit komme ich leider selten dazu. Aber warum fragen Sie danach?

"kress pro": Sie haben in einem Interview erzählt, dass Sie nicht mit einem persönlichen Klavierlehrer, sondern via E-Learning üben.

Britta Kroker: Ja, das stimmt. Ich habe mehr als ein Jahr lang intensiv gelernt und wirklich gute Fortschritte gemacht. Für mich war es optimal, nach eigenem Tempo lernen, den Zeitpunkt selbst bestimmen und auch mal kürzere Einheiten einlegen zu können. Ganz wichtig ist es, per Video zu sehen, wie Akkorde und Stücke richtig gespielt werden. Eine persönliche Erfahrung, die mir bestätigt, dass wir mit unserem Konzept der Pink University den Puls der Zeit treffen.

"kress pro": In einem Satz gesagt: Was macht die Pink University?

Britta Kroker: Wir entwickeln videobasierte, interaktive Schulungsmedien für die betriebliche und berufliche Weiterbildung. Unser Anspruch ist, dass Mitarbeiter unsere Lernmedien gerne, erfolgreich und so selbstbestimmt wie möglich nutzen.

"kress pro": Sie kommen aus dem klassischen Mediengeschäft, haben lange für den Campus Verlag gearbeitet und dann mit managementbuch.de ein eigenes Portal aufgebaut. Was haben die Pink University und Ihre heutige Tätigkeit damit zu tun?

Britta Kroker: Sehr viel! Die verlegerische DNA, die ich mitbringe, hat enorm geholfen, dass wir uns im Bildungsmarkt so schnell und stark entwickeln konnten. Der E-Learning-Markt ist ziemlich technisch geprägt, viele Anbieter kommen aus der Software- und Programmierszene. Das heißt, sie entwickeln vor allem Lernmanagement-Systeme und kümmern sich weniger um die Inhalte. Wir machen das genau andersrum. Wir sind die Contentanbieter und fragen uns dabei immer: Wie muss eine Lektion, ein Kurs gemacht sein, damit Weiterbildung erfolgreich ist? Als Programmiererin im Buchverlag war das ähnlich. Wir haben überlegt, welche Themen gefragt sind und wie wir sie aufbereiten müssen, damit sie gerne gelesen werden. Der Unterschied liegt also vor allem im Format: Früher ging es um gedruckte Bücher, heute um digitale Videolehrmedien.

"kress pro": Was ist schwieriger?

Britta Kroker: E-Learning insofern, weil es vielfältigere Kompetenzen braucht und verschiedene Medien zusammenspielen, von Text über Video bis zur Interaktion. An einem Buch sind vor allem Autor, Lektor, Programmchef und Herstellung beteiligt. Bei uns arbeiten Drehbuchautoren, Fachredakteure, Mediendidaktiker, Motion Designer, Programmierer, Kameraleute und Regisseure zusammen. Der Aufwand ist insgesamt deutlich höher.

"kress pro": Ihre Lernvideo-Bibliothek umfasst derzeit über 100 Themen rund um Kommunikation, Führung, Soft Skills, Verkauf. Wie teuer sind solche Produktionen?

Britta Kroker: Genaue Zahlen will ich nicht nennen. Nur so viel: Bei unserem Qualitätsanspruch ist je Produktion ein höherer fünfstelliger Betrag die Regel.

"kress pro": Welche Erfahrungen aus dem Verlagsgeschäft können Sie bei der Preis- und Produktpolitik übernehmen?

Britta Kroker: Zum Beispiel, wie man ein Programm zusammenstellt und präsentiert. Wir achten darauf, dass unsere Angebote dem Bedarf der Unternehmen entsprechen und Inhalte, wenn nötig, angepasst werden. So wie im Buchverlag, der eine überarbeitete Neuauflage herausbringt. Unsere Lernvideos behandeln Themen, die eine hohe Haltbarkeit haben, ähnlich wie Evergreen-Inhalte bei Special-Interest- und Fachmedien. Da agieren wir wie ein Verlag.

...

Sie möchten wissen, in welchen Umsatzgrößenordnungen sich das Münchner Unternehmen Pink University bewegt und welche Tipps Britta Kroker, ehemals Mitglied der Geschäftsleitung im Campus Verlag, für E-Learning-Gründer bereit hält? Im Interview mit Roland Karle gewährt sie im detaillierten Vier-Seiten-Interview im kress pro-Dossier "Bildungsgeschäft: Neue Erlösquellen für Publisher" Einblicke in ihre Geschäftsgeheimnisse. Neugierig geworden? Dann kaufen Sie bitte das Dossier zur kress pro-Ausgabe 5/2019 in unserem Shop.

Ein kress pro-Abo können Sie in unserem Shop ebenfalls abschließen. Sie sind bereits Abonnent? Dann loggen Sie sich bitte unter Mein kress ein und lesen das aktuelle E-Paper.

kress pro - das Magazin für Führungskräfte in Medien - erscheint wie kress.de im Medienfachverlag Oberauer. Chefredakteur ist Markus Wiegand.

Exklusive Storys und aktuelle Personalien aus der Medien- und Kommunikationsbranche gibt es von Montag bis Freitag in unserem kressexpress. **Kostenlos unseren Newsletter abonnieren.**

Wie man Milliardäre zum Sprechen bringt

Wie das „Manager Magazin“ an ein Interview mit Stefan Quandt und Susanne Klatten kam. Alle Details im neuen „Wirtschaftsjournalist“.

Wirtschaftsjournalist

KRESSKÖPFE DIESES ARTIKELS

Noch kein kresskopf?



Dann registrieren Sie sich kostenlos auf kress.

REGISTRIEREN

Roland Karle



Geschäftsführer + Autor
Redaktionsbüro Roland Karle

Rupert Sommer



freier Journalist / kress-Korrespondent München
Pressebüro Sommer

Markus Wiegand



Chefredakteur Kress Pro
Medienfachverlag Oberauer

Newsletter bestellen?

Wir setzen ausschließlich auf Relevanz. Nachrichten gibt es bei uns nur, wenn tatsächlich etwas bedeutsam ist.

NEWSLETTER BESTELLEN

KRESSJOBS

Nürnberg

Java-Entwickler (m/w/d)
Backend für Wertpapier- & Sparprodukt-Apps

ING-DiBa AG

Regensburg

Senior Game Designer/in
Online Spiele

CipSoft GmbH

Berlin

eLearning-Produktmanager / Key Account Manager (m/w/d)

Team H&C talents der Höchsmann & Company KG

Wo
wa
Sie
no
Jede
mehr
200 n
Stellen
angeb
Journ
und P