

Zusammenfassung

Das E-Learning als ein netzbasiertes Lernen verschafft eine dynamische, interaktive und selbstgesteuerte Lernumgebung. Die Ausbreitung des E-Learning stützt sich auf die Erwartungen, dass E-Learning die Bildungseffizienz verbessern wird und der E-Learning-Markt ständig expandiert. Der Markt für E-Learning ist stark fragmentiert und regional unterschiedlich ausgeprägt. Dennoch wird ein typisches Erscheinungsbild für E-Learning-Märkte abgeleitet. Die größte Aufmerksamkeit richtet sich hierbei auf die Hochschul- und Weiterbildungsbereiche, wo ein massives Wachstum durch E-Learning zu erwarten ist.

Die Preisgestaltung muss den verschiedenen Aspekten des Nachfrageverhaltens in E-Learning-Märkten besser gerecht werden, indem Lerninhalt und -service auf den individuellen Geschmack und realzeitige Bedürfnisse des Lernenden zugeschnitten und bereitgestellt werden. Für einen E-Learning-Kursanbieter ist die Bündelung die simpelste Methode zur Produktdifferenzierung und gleichzeitig eine nachfragebasierte, flexible Preisstrategie. Es zeigt sich, dass die Bündelung von E-Learning-Kursen als eine gewinnmaximierende Strategie eingesetzt werden kann. Zur Implementierung dieser Strategie kann eine nichtlineare Preistechnik Anwendung finden, wobei der Preis für ein vom Lernenden selbst geschnürtes Kursbündel individuell berechnet wird und der Bündelpreis nicht völlig unabhängig von den Nachfragen anderer Lernenden ist. Erlösmodelle für das E-Learning können miteinander kombiniert, und ihre Bedeutung dann schwerpunktmäßig gewichtet werden. Allerdings muss ein verschiedenen Erlösmodellen zugrunde liegendes Preissystem praktisch realisierbar und kommunizierbar sein.