



BRIGITTE Academy: Interaktive Masterclasses von Frauen für Frauen

Als zusätzliche Erlösquelle für die erfolgreiche Crossmedia-Marke BRIGITTE hat RTL Deutschland die „Masterclass Finanzen“ der BRIGITTE Academy als Coaching-Angebot speziell für Frauen gelauncht. Technologisches Fundament bildet die „Alive“ Event-Plattform von Arvato-Systems.

„Der Usability-Test gibt uns die Gewissheit, mit der Navigation auf der Website und mit dem Design der Module auf dem richtigen Weg zu sein. Das Feedback der Testpersonen hat uns wertvolle Impulse gegeben und gezeigt, dass Besucher die Module und Funktionen intuitiv verstehen und nutzen.“

Thorsten Heger
Vice President RTL Publishing, Leben&Leute

Ausgangssituation

Das bisherige Konzept war auf einmalige Veranstaltungen ausgerichtet: BRIGITTE Academy hat einerseits Live-Events veranstaltet und andererseits Vorträge live gestreamt – ohne die Aufzeichnungen oder passende Inhalte im Nachhinein on-demand zu veröffentlichen. Im Zuge der Transformation des Geschäftsmodells plante RTL Deutschland, eine Plattform für hybride Events einzuführen und dort Multimedia-Content jeglicher Art bereitzustellen. Dabei galt es, flexibles Lernen durch optimal aufbereitete Inhalte zu ermöglichen und die Besucherinnen personalisiert anzusprechen.

Der Kunde

- BRIGITTE ist eine der bekanntesten Marken des Medienhauses RTL Deutschland (ehemals Gruner+Jahr)
- Die BRIGITTE Academy ist das Weiterbildungsangebot von BRIGITTE, Deutschlands führender crossmedialer Frauen-Marke.
- Im Rahmen der „Masterclass Finanzen“ lernen die Teilnehmerinnen, ihre Finanzen ganzheitlich zu managen und langfristig Vermögen aufzubauen.

Branche

- Medien





Vision

BRIGITTE wollte sich mit der BRIGITTE Academy als weiterem Kanal neu am Markt positionieren. Das Ziel: Sowohl bestehende Abonentinnen begeistern und langfristig binden als auch neue Kundinnen gewinnen – mithilfe der interaktiven „Masterclass Finanzen“. Als überzeugender, vielfältiger Paid-Content sollte sie echte Mehrwerte bieten und Frauen den einfachen Zugang zu Finanzthemen verschiedener Art gestatten.

Lösung

Jede „Masterclass Finanzen“ erstreckt sich über acht Wochen und beinhaltet diverse Content-Formate. Die Teilnehmerinnen können über die Plattform auf mehr als zwölf Stunden Videomaterial zugreifen und in ihrem eigenen Tempo lernen. Außerdem ermöglichen Live-Sessions und Kleingruppen, sogenannte Masterminds, die Inhalte weiter zu vertiefen sowie einen aktuellen und persönlichen Bezug herzustellen. Bei den Live-Sessions handelt es sich um Expertinnenvorträge mit viel Raum für individuelle Nachfragen, wohingegen sich in den Mastermind-Gruppen bis zu zwölf Teilnehmerinnen mit der Referentin direkt austauschen. Dabei fungieren die BRIGITTE Redakteurinnen nicht nur als Moderatorinnen, sondern auch als kreative Köpfe hinter dem Gesamtkonzept und als Autorinnen des begleitenden, 100-seitigen Print-Workbooks. Zusätzliches Material gibt es in Form von Download-Content. Community-, Chat- und Support-Funktionen komplettieren das Angebot.

Unsere Leistungen

Die Event- und Digital-Experience-Experten von Arvato Systems haben das Plattform-Konzept erarbeitet und die BRIGITTE Academy auf Basis des neuen Corporate Designs von BRIGITTE umgesetzt. Mit der „Alive“-Plattform, die Arvato Systems hostet und betreibt, steht die BRIGITTE Academy auf einem stabilen Fundament, das sich jederzeit bedarfsgerecht erweitern lässt. „Alive“ ist eine eigenentwickelte Plattform für die Umsetzung hybrider und digitaler Events jeglicher Art. Darüber kann BRIGITTE die Masterclasses vorbereiten, bewerben, durchführen und nachbereiten. Das integrierte Redaktionssystem erlaubt, das Publikum am jeweiligen Touchpoint anzusprechen. Zudem ist der AboShop des Medienhauses über bidirektionale Schnittstellen (APIs) an die Plattform angebunden. So ist sichergestellt, dass ausschließlich Teilnehmerinnen auf die Inhalte zugreifen können. Dabei ist jederzeit für den Schutz personenbezogener Daten gesorgt: Die Plattform-Architektur basiert auf einem Privacy-by-Design-Ansatz, und die DSGVO-konforme Datenverarbeitung erfolgt in deutschen Rechenzentren.

Die rund 45-minütige Testsitzung hat mit einem qualitativen Interview begonnen. Im weiteren Verlauf lag der Fokus auf der Interaktion des Probanden mit dem Klickdummy. Dabei waren die möglichen Klickpfade in der zugrundeliegenden Prototyping-Software hinterlegt. Die damit erzeugten Prototypen unterstützen auch Storytelling-Module mit umfangreichen Animationen.

Kundenvorteile

Das nahtlos in „Alive“ integrierte Redaktionssystem ist für Redakteuri:nnen und Programm-Manager:innen einfach zu bedienen. Über den Modulbaukasten erstellen sie passgenaue Inhalte und veröffentlichen sie auf der Plattform. So ist es ihnen unter anderem möglich, inhaltlich und optisch maßgeschneiderte Landingpages zu



Der Case im Überblick

Aufgabe

- Integration von „Alive“ in das bestehende IT-Ökosystem
- Adaption des neuen Corporate Designs von BRIGITTE
- Bereitstellung eines Modulbaukastens
- Hosting, Betrieb und Weiterentwicklung der Event-Plattform

Technologie

- „Alive“ Event-Plattform
- integriertes Redaktionssystem
- API-basierte Anbindung des existierenden AboShops

Ergebnis

- Die BRIGITTE Academy ist als hybrides Coaching-Format erfolgreich am Markt platziert.
- Die entsprechende Landingpage erzielt dank passgenau ausgespielter Informationen und einer effizient gesteuerten Nutzerakquise gute Abverkaufs-KPIs.
- Durch die bedarfsgerechte Content-Distribution hat sich die Konversionsrate verbessert.
- Die Kosten pro Klick sinken, da der optimierte Publikationsprozess eine zielgerichtete Ansprache ermöglicht.
- Im Log-In-Bereich steht Content verschiedenster Art bereit: von On-Demand-Videos und Live-Sessions mit Chatmöglichkeit über Aufzeichnungen vergangener Events, Download-Inhalte und weiterführende Informationen bis hin zur Verbindung mit der Linked-in-Community.
- Es ist erstmalig möglich, Inhalte auf Basis von Nutzerdaten personalisiert anzupassen.
- Ein zentrales API-Management erlaubt, zusätzliche Tools mit der Event-Plattform zu verknüpfen.



launchen und wirkungsvolle Marketingmaßnahmen umzusetzen, wie etwa Mailings und Newsletter – einschließlich der rechtssicheren, opt-in-basierten Anmeldung. Daneben hat das Team der BRIGITTE Academy den Call-to-Action innerhalb bereits laufender Kampagnenmaßnahmen derart gestaltet, dass interessierte Nutzerinnen mit ihrem Klick auf die jeweilige Landingpage gelangen – die das entsprechende Thema nahtlos aufgreift und inhaltlich fortführt. Aufgrund dieser Tatsache ist die Konversionsrate sehr hoch.

Zudem hat BRIGITTE ein kleines Broadcasting-Studio eingerichtet, in dem die Redakteurinnen Trailer und Intros für die Masterclasses zu Themen wie „Gender-Pay-Gap“ und „Einstieg in den Aktienhandel“ produzieren. Neben all diesen Maßnahmen hat auch das ganzheitliche Promotion-Konzept dazu beigetragen, dass die beiden bisherigen Masterclass-Kurse in 2022 nach kurzer Zeit ausverkauft waren.

Ausblick

Die Masterclasses, die kollaborative Live-Veranstaltungen und individuelles Lernen kombinieren, sind ein voller Erfolg. BRIGITTE wird bestehende Masterclasses wiederholen und gegebenenfalls weitere Events durchführen. Zugleich hat RTL Deutschland mit „Alive“ eine skalierbare Basis für neue Event- und Content-Formate erhalten. Anhand des Nutzerinnen-Feedbacks entwickelt Arvato Systems die BRIGITTE Academy bedarfsgerecht weiter. So ist zum Beispiel geplant, eine leistungsstarke Mediathek zu launchen und dort themenspezifische Playlists anzubieten.

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems | **Jens Kretschmann** | Product Business Owner Alive
Tel.: +49 5241 80-46006 | E-Mail: jens.kretschmann@bertelsmann.de
arvato-systems.de



Womit können wir Sie heute begeistern?

Über Arvato Systems

Als international agierender IT-Spezialist und Experte für Künstliche Intelligenz und Multi-Cloud Services unterstützt Arvato Systems namhafte Unternehmen bei der Digitalen Transformation. Rund 3.100 Mitarbeitende an weltweit über 25 Standorten stehen für hohes technisches Verständnis, Branchen-Know-how und einen klaren Fokus auf Kundenbedürfnisse. Als Team entwickeln wir innovative IT-Lösungen, bringen unsere Kunden in die Cloud, integrieren digitale Prozesse und übernehmen den Betrieb sowie die Betreuung von IT-Systemen.

- Umfassende IT-Lösungen für Branchen wie Handel, Medien, Fertigungsindustrie, Gesundheitswesen, öffentlicher Sektor sowie Energie- und Versorgungswirtschaft
- Langjährige Erfahrung in der Digitalen Transformation
- Kompetenz in Themen wie Künstliche Intelligenz, Cloud Computing, IT-Security, Customer Experience, E-Commerce und Business Process Management
- Know-how in vielen starken Technologien und ein ausgeprägtes Ökosystem mit Partnern wie Amazon Web Services, Google, Microsoft und SAP
- Eine große Bandbreite an Infrastructure Services wie beispielsweise Managed Services sowie ein darauf aufbauendes Application Management

Zudem können wir im Verbund der zum Bertelsmann-Konzern gehörenden Arvato ganze Wertschöpfungsketten abbilden. Durch unser starkes strategisches Partner-Netzwerk mit internationalen Top-Playern wie AWS, Google, Microsoft oder SAP stärken wir unser Know-how kontinuierlich und setzen auf modernste Technologie. We Empower Digital Leaders.

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems | **Jens Kretschmann** | Product Business Owner Alive
Tel.: +49 5241 80-46006 | E-Mail: jens.kretschmann@bertelsmann.de
arvato-systems.de

