

Preisgestaltung bei Onlinetrainings

TRAINERMARKETING. Wenn Trainer ihre digitalen Leistungen in Rechnung stellen wollen, macht sich bei ihnen zurzeit eine gewisse Unsicherheit breit. Deshalb haben die Trainerverbände VBT (Österreich) und der BDVT (Deutschland) gemeinsam eine entsprechende Honorarrichtlinie verfasst.

Für die neuen digitalen Lernformate passen die „alten“ Preisgestaltungsmodelle nicht mehr, denn jetzt stellen sich den Trainern Fragen wie:

- Wie kalkuliere ich ein 90-minütiges Onlineseminar?
- Wieviel ist ein Lernvideo wert?
- Mit welchem Betrag kann ich meine Onlinebegleitung in den Foren ansetzen?
- Soll ich bei Webinaren eine teilnehmerzahlabhängige Preisstaffelung anwenden?
- Lasse ich eine Ton- oder Video-Aufnahme und eine (unbegrenzte) Weiternutzung meines Webinars zu und wenn ja, unter welchen Bedingungen (Urheberrechte)?

Beim Beantworten dieser Fragen besteht eine große Unsicherheit im Markt - und zwar nicht nur bei den Anbietern, sondern auch bei den Einkäufern. So sagte zum Beispiel kürzlich eine Personalentwicklerin: „Die Honorarforderungen von Trainern für Onlineformate zum selben Thema klaffen extrem weit auseinander. Auch ihre Verrechnungsmodelle divergieren. Deshalb können wir zurzeit als Unternehmen schwer beurteilen, was noch seriös ist und was nicht.“

Bei den E-Learning- und Webinar-Angeboten haben die Trainer oft noch wenig Erfahrung mit dem Produzieren und Vermarkten solcher Formate. Entsprechend unsicher sind sie bei ihrer Preiskalkulation, auch weil sich im Markt noch keine Preisniveaus etabliert haben. So findet man, wenn man sich über die Onlineangebote von Trainern informiert, nicht selten Preise, bei denen ein Marktkenner denkt: „Mit diesen Dumpingpreisen wird

es dem Trainer nie gelingen, seinen Lebensunterhalt zu finanzieren“. Man findet aber auch Angebote mit Mondpreisen, dass man denkt: „Dieser Anbieter hat vom Markt entweder keine Ahnung oder er hofft, auf einen unerfahrenen Personalern zu treffen, der diesen Fantasiepreis bezahlt.“

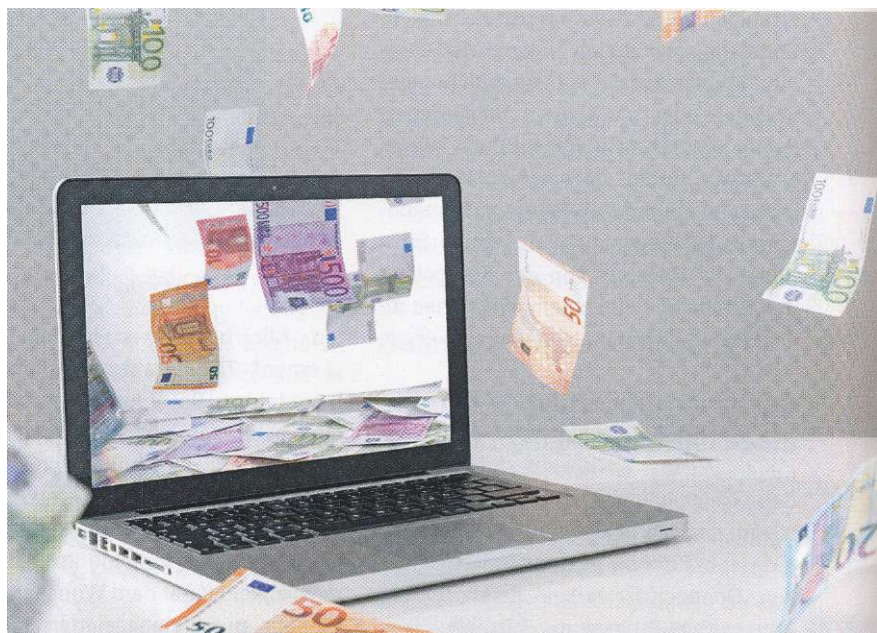
Neuartige Richtlinie zur Preisgestaltung

Vor diesem Hintergrund haben die Vereinigung der Businesstrainer Österreichs (VBT) und der deutsche Berufsverband für Training, Beratung und Coaching (BDVT) gemeinsam eine Honorarrichtlinie für die Vergütung von Onlineformaten erarbeitet. In ihr wird bei der Preisgestal-

tung unterschieden zwischen folgenden drei Formaten:

1 Live-Online-Training

Bei dieser Seminarform ist die Teilnehmerzahl auf etwa zehn Personen begrenzt, damit interaktive und kreative Lehr- und Lernmethoden genutzt werden können. Die Dauer variiert von 90 Minuten bis zu vier Stunden. Bei diesem Format empfehlen VBT und BDVT ein Drittel des klassischen, gewohnten Präsenzseminar-Tagessatzes für eine 90-Minuten-Session zu berechnen. Vorbereitungsarbeiten wie das genaue Sich-vertraut-machen mit den firmeninternen technischen Systemen zur reibungslosen Durchführung des Onlinetrainings werden zusätzlich



verrechnet. Ebenso werden eventuelle Co-Trainer (zum Beispiel zur Unterstützung bei der technischen Durchführung) separat in Rechnung gestellt.

2 Webtalk („Webinar“)

Dieses Format erinnert häufig an einen klassischen Vortrag, der jedoch online gehalten wird, an den sich noch eine Frage-Antwort-Runde anschließt. (Anmerkung: Den eingebürgerten Begriff „Webinar“ nutzen die beiden Verbände nicht - und zwar aufgrund der Möglichkeit, dass der Begriff urheberrechtlich geschützt sein könnte). Charakteristisch für einen Webtalk ist: An ihm kann eine unbegrenzte Zahl von Personen teilnehmen. Seine Dauer beträgt meist 30 bis 90 Minuten. Hier empfehlen die beiden Verbände in ihrer Richtlinie einen von der Teilnehmerzahl abhängigen gestaffelten Preis pro 90-minütiger Einheit (zum Beispiel eine Stunde Vortrag plus 0,5 Stunden Fragen beantworten) zu verrechnen - und zwar

- bis 20 Teilnehmer mindestens 800 Euro
- ab 21 Teilnehmer (mit einem Moderator für den Chat) mindestens 1.740 Euro.

Speziell dieses Format wird von den Auftraggebern oft aufgezeichnet und zur Weiterverwendung in die „E-Learning-Bibliothek“ des Unternehmens gestellt. Dasselbe ist in manchen Unternehmen jedoch auch bei (Live-)Onlinetrainings „gängige Praxis“.

Deshalb empfehlen die Verbände, die AGBs und die Angebote für Onlineformate zum Beispiel stets mit folgendem Hinweis zu versehen: „Audio- und Videomitschnitte sind nur mit schriftlicher Erlaubnis des Anbieters gestattet.“ Bei Webtalks kann danach der Hinweis erfolgen: „Gerne erteilen wir auf Anfrage eine entsprechende Freigabe.“ Bei (Live-) Online-Trainings ist eine differenziertere Betrachtung nötig, weil hierbei auch der Datenschutz zu beachten ist und es die Persönlichkeitsrechte der Teilnehmer zu wahren gilt. Hinzu kommt: Wissen die Teilnehmer, dass das Training mitgeschnitten wird, ändert sich in der Regel auch ihr Verhalten.

Wenn Trainer die Erlaubnis zur Aufnahme eines Webtalks erteilen, empfehlen der BDVT und VBT die oben genannten Honorare beispielsweise mit dem



AUTORIN

Sabine Prohaska

ist Inhaberin eines Beratungsunternehmens, das über eine E-Learning-Academy verfügt und dessen Blended-Learning-Trainer-Ausbildung mit dem BDVT-Trainingspreis in Gold 2018/2019 ausgezeichnet wurde. Prohaska ist Mitglied des Vorstands der Vereinigung der Businessstrainer Österreich (VBT).

Seminar Consult Prohaska e.U.
Märzstraße 55/13, 1150 Wien
Tel. +43(0)664 3851767
www.seminarconsult.at

Faktor 10 zu multiplizieren. Wenn der Kunde über eine Aufnahme des Webtalks verfügt, kann er das Video all seinen Mitarbeitern - im Extremfall konzern- und weltweit - auf der Lernplattform zeitlich unbegrenzt zur Verfügung stellen. Das heißt für den Trainer: Einen entsprechenden Folgeauftrag wird er bei dem Kunden nicht mehr erhalten.

Diese Empfehlung gilt jedoch primär für Webtalks, in denen der Trainer sein Expertenwissen weitergibt und bei denen davon auszugehen ist, dass die Mitschnitte längerfristig und in einem größeren Umfang genutzt werden. Anders verhält es sich, wenn der Trainer in dem Webtalk primär eine Einschätzung zu einem aktuellen Thema wie in jüngster Zeit „Folgen von Corona“ abgibt und davon auszugehen ist: Die Inhalte haben in ein, zwei Wochen oder Monaten primär archivarischen Wert. Dann sollte der Trainer eventuell eher ein höheres Honorar für den Webtalk selbst vereinbaren, als einen recht hohen Multiplikator beim Mitschnitt anzusetzen.

3 E-Learnings

WBTs oder Lernvideos werden üblicherweise pro Minute abgerechnet. Hier variieren die Preise sehr stark nach ...

- der Art des Videos (animiert?)
- der Qualität des Videos (Studio versus Smartphone)

- der Postproduktion (Sprecher, Schnitt, Musik)
- den Nutzungsrechten und Urheberrechten.

Für 20-minütige, professionell erstellte E-Learnings empfehlen die beiden Verbände zwischen 15.000 und 25.000 Euro zu verrechnen. Diesem Betrag liegt ein Richtwert von circa 1.000 Euro/Minute zugrunde. Dieser Wert gilt selbstverständlich nicht für Videos, die ein Trainer „en passant“ mit dem Smartphone erstellte, während er am Schreibtisch saß oder in seinem Garten lustwandelte, sondern nur für Videos, die unter methodisch-didaktischen Gesichtspunkten gezielt aufgebaut und gestaltet sind sowie die professionell bearbeitet wurden - für Videos also, deren Erstellung eine entsprechende Investition an Zeit und Geld erforderten.

Die Honorare werden deutlich divergieren

Die genannten Preise verstehen BDVT und VBT nur als eine Empfehlung, die der Orientierung sowohl der Anbieter als auch Nachfrager im Weiterbildungsmarkt dienen sollen. In der Praxis werden sich ähnlich wie bei den klassischen Präsenztrainings nicht nur verschiedene Verrechnungsmodelle, sondern auch Preisniveaus im Markt etablieren, die abhängig vom Thema, Klientensystem (Profit- oder Non-Profit-Organisation), der Vorerfahrung des Trainers und seinem Ansehen zum Teil stark divergieren. Deshalb hat die Richtlinie der beiden Verbände primär eine vorübergehende Orientierungsfunktion. Sie wird zunehmend an Bedeutung verlieren, wenn die Anbieter mehr Erfahrung mit der Preisgestaltung bei Onlineformaten und die firmeninternen Weiterbildner mehr Erfahrung mit deren Einkauf haben.

Sabine Prohaska

Anmerkung der Redaktion zu Punkt 2 „Webinar“: Ein Mark Keller, der zurzeit in Kuala Lumpur lebt, hat sich vor Jahren einmal die Markenlizenz „WEBINAR®“ gesichert. Durch seine Anwälte ließ er verbreiten, dass der populäre Gattungsbegriff „Webinar“ aus seiner Sicht aber nicht geschützt sei und er die Verwendung des Wortes „Webinar“ niemandem untersagen wolle.