

Esther-Maria Roos

# Praxisleitfaden Online-Kurs

Kurse auf digitalen Plattformen  
rechtssicher erstellen und  
vermarkten

MOREMEDIA



Springer Gabler

---

# Praxisleitfaden Onlinekurs

---

Esther-Maria Roos

# Praxisleitfaden Onlinekurs

Kurse auf digitalen Plattformen  
rechtssicher erstellen und  
vermarkten

 Springer Gabler

Esther-Maria Roos  
Rechtsanwältin Roos  
Kanzlei Roos  
Köln, Deutschland

ISBN 978-3-658-34034-6      ISBN 978-3-658-34035-3 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-34035-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Carina Reibold

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung – Wobei dieses Buch helfen will</b> .....	1
1.1	Welche Arten von Onlinekursen gibt es? .....	4
1.2	Die drei großen Angstgegner -Abmahnung, Schadensersatz und Ideenklau .....	7
1.3	Betroffene Rechtsgebiete .....	10
	Literatur und Links .....	11
<b>2</b>	<b>Entstehungsprozess eines Kurses</b> .....	13
2.1	Erläuterung .....	13
2.2	Auf einen Blick: Projektschema .....	13
<b>3</b>	<b>Der Kunde</b> .....	17
3.1	Den Idealen Kunden finden (Buyer Persona) .....	17
3.2	Auf einen Blick: Projektschema und Checkliste .....	18
	Literatur und Links .....	20
<b>4</b>	<b>Kursthema</b> .....	23
4.1	Kundenbefragung .....	23
4.1.1	Kundenbefragungen aus rechtlicher Sicht .....	24
4.2	Vom Problem zum Kursthema .....	26
4.2.1	Kursnamen und -themen aus rechtlicher Sicht .....	27
4.2.2	Marken- und Titelschutz .....	28
4.3	Auf einen Blick Checkliste .....	32
<b>5</b>	<b>Die Kursstruktur</b> .....	35
5.1	Kursziel .....	35
5.2	Vielfalt der Vermittlungsmethoden .....	36
5.3	Auf einen Blick .....	37

---

Literatur und Links .....	38
<b>6 Der Kursinhalt .....</b>	<b>39</b>
6.1 Urheberrecht für Kursersteller .....	39
6.1.1 Die Entstehung .....	40
6.1.2 Die Dauer .....	40
6.1.3 Was passiert nach dem Ablauf des Urheberrechts? ....	41
6.1.4 Was sind Leistungsschutzrechte und welche müssen online beachtet werden? .....	41
6.2 Betrachtung von Inhalten .....	42
6.2.1 Texte .....	42
6.2.2 Fotos .....	44
6.2.3 Grafiken .....	46
6.2.4 Screenshots .....	47
6.2.5 Videos .....	48
6.2.6 Audios .....	48
6.2.7 Musik .....	49
6.2.8 Zitate .....	50
6.2.9 Exkurs: Der Onlinekurs im Rahmen eines Bildungsanbieters .....	55
6.3 Nutzung von fremden Inhalten .....	58
6.3.1 Lizenzvertrag .....	59
6.4 Auf einen Blick: Checkliste .....	60
Literatur und Links .....	61
<b>7 Das Hosting .....</b>	<b>63</b>
7.1 Grundwissen/Grundsätzliches über das Anbieten von Onlinekursen .....	63
7.2 Eigene Website und sonstige Elemente .....	65
7.3 Plattformen und deren Unterscheidungen .....	67
7.3.1 Verkaufen im eigenen Namen .....	67
7.3.2 Reseller Modell .....	67
7.3.3 Inheldanbieter/Reine Zahlungsanbieter .....	68
7.3.4 Komplettanbieter .....	68
7.3.5 Plattformanbieter aus dem Ausland .....	69
7.4 Rechtlicher Bedarf .....	75
7.4.1 Impressum .....	76
7.4.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen – AGB .....	78
7.4.3 Widerrufserklärungen .....	82
7.4.4 Datenschutzerklärungen .....	85

---

7.5	Auf einen Blick: Wann brauche ich Was? .....	88
	Literatur und Links .....	89
<b>8</b>	<b>Marketing, Launch und Verkauf .....</b>	<b>91</b>
8.1	Die klassischen Marketing-Elemente und deren rechtlichen Aspekte .....	91
8.1.1	Newsletter und E-Mail-Marketing .....	91
8.1.2	Das Freebie .....	95
8.1.3	Gewinnspiele .....	97
8.1.4	Testimonials .....	100
8.1.5	Affiliate-Werbung .....	100
8.2	Verkaufsakt aus rechtlicher Perspektive .....	103
8.3	Fernunterrichtsvertrag .....	103
8.3.1	Neues Schuldrecht. Neue Regelungen seit 1.1.2022 und neues Verbraucherrecht ab 1.3.2022 ....	107
	Literatur und Links .....	111
<b>9</b>	<b>Geschäftliches .....</b>	<b>113</b>
9.1	Gewerbeanmeldung .....	113
9.2	Nebenberufliche Tätigkeit .....	116
9.3	Berufsrechtliche Fragen .....	119
9.4	Zusammenarbeit mit anderen .....	120
9.4.1	Auslagerung von Tätigkeiten .....	120
9.4.2	Gemeinsame Erstellung eines Onlinekurses mit anderen .....	122
9.5	Öffentliche Zertifizierung des Kurses .....	123
9.6	Auf einen Blick .....	124
	Literatur und Links .....	125
<b>10</b>	<b>Umgang mit Nachahmern .....</b>	<b>127</b>
10.1	Wann liegt eine Verletzung meiner Rechte vor? .....	127
10.2	Welche Rechte habe ich und wie kann ich dagegen vorgehen .....	129
10.3	Auf einen Blick .....	131
	Literatur und Links .....	131
	<b>Der große Überblick: der Juralution® Online-Kurs-Planner .....</b>	<b>133</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>147</b>



# Einleitung – Wobei dieses Buch helfen will

# 1

Onlinekurse sind zum festen Bestandteil der Wissensvermittlung geworden. Der Markt entwickelt sich seit Jahren schon sehr positiv und hat zusätzlich seit der Pandemiezeit ab März 2020 nochmal einen deutlichen Schub erhalten. Allein das kostenfreie Kursangebot auf der Plattform des Hasso-Plattner-Instituts zeigte im Jahr 2020 einen Nutzerzuwachs von ca. 81 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Auch andere Auswertungen zeigen, dass zwischen 2019 und 2020 ein deutlicher Nutzungszuwachs von Onlinekursen stattgefunden hat. Lag der Zuwachs zwischen 2008 und 2019 bei jährlich ca. 1–2 %, stieg er zwischen 2019 und 2020 um 4 % an. Die Möglichkeit, sich neues Wissen und neue Fertigkeiten ortsunabhängig – und oft im eigenen zeitlichen Rhythmus – zu erschließen, ist für viele Lernende zunehmend interessant und zum Teil durch die Veränderungen der Pandemie auch notwendig geworden.

Neben den vielleicht auf den ersten Blick „klassischen“ Anwendungsfeldern des Wissens, kommen viele weitere Themen hinzu, an denen Menschen Interesse haben. Deshalb beinhalten Onlinekurse zahlreiche Vorteile, wie in Tab. 1.1. systematisch aufgezählt wird. Die Themenpalette bei Onlinekursen beschränkt sich daher nicht nur auf typische Berufsbildungen, sondern bietet ein nahezu unendliches Spektrum von Zeichenkursen, über Coaching- und Beratungsformate jeder Art bis zu Spezialthemen, die auch ihr Publikum finden.

## **Vorteile von Onlinekursen:**

Das Internet, Soziale Plattformen und technische Geräte wie Mobiltelefone und Tablets vereinen durch gute Kameras und Aufnahmeeinheiten technische Möglichkeiten, die eine durchaus ansprechende Produktion von Inhalten einfach und kostengünstig macht.

**Tab. 1.1** Vorteile von Online-Kursen. (Quelle: Eigene Darstellung)

Vorteile für Anbietende	Vorteile für Lernende
Kunden können überregional/international gewonnen werden	Möglichkeit, interessante Inhalte aus aller Welt kennenzulernen; ggf. Gewinnung von persönlichen Kontakten in alle Welt
Zusätzliche Themen können vermittelt werden	Gezielte Auswahl von Themen möglich
Auch kleinere Spezialthemen können wirtschaftlich vermittelt werden	Suche nach Spezialinteressenten (Nischenthemen)
Zeitliche und örtliche Unabhängigkeit	Zeitliche und örtliche Unabhängigkeit;
Entkopplung von persönlicher Zeit und der Vergütung	Anpassung an eigene Lerngeschwindigkeit; bessere Vereinbarkeit von eigenen Lebensumständen mit dem Lernen
Bindung von Bestandskunden	Bindung an Anbieter; ggf. Kennenlernen neuer und interessanter weiterer Anbieter für ein besonderes Interesse, besonderen Bedarf
Skalierung, zusätzliches Standbein für bestehendes Geschäft	

Somit haben auch viele Menschen entdeckt, dass sie über Expertenwissen verfügen, für das es Interessenten gibt. Onlinekurse haben sich während der Pandemiezeit zudem als durchaus ernstzunehmende Möglichkeit erwiesen, die eigenen Dienstleistungen für Kunden/Klienten anzubieten, wenn dies aufgrund von Begegnungsbeschränkungen nicht direkt persönlich möglich war. Darüber hinaus haben einige Anbieter festgestellt, dass sie sich mit Onlinekursen Kunden erschließen können, die sie regulär aufgrund zu großer räumlicher Entfernung nicht hätten gewinnen können. Als Beispiel sei hier eine Physiotherapeutin aus Deutschland genannt, die sich auf eine spezielle Bewegungsstörung bei sehr jungen Kindern spezialisiert hat. Üblicherweise behandelt sie diese in ihrer Praxis, es bedarf jedoch auch zusätzlicher Übung im Alltag. Hierzu hat sie ein Tutorial entwickelt, das es Eltern leichter macht, die Übungen nachzuvollziehen. Vergleichbare Erklärungen und Materialien gibt es kaum und nicht alle Physiotherapeuten kennen sich mit dieser Bewegungsstörung gut aus. Sie konnte sich mit ihrem Onlineangebot während der Pandemie deutschsprachige Eltern aus anderen europäischen Ländern als Kunden erschließen, die ein Kursangebot in ihrer Muttersprache vorzogen.

Neben der Möglichkeit von überregionalen – sogar internationalen – Angeboten, bieten Onlinekurse noch eine weitere Chance für die Kursanbietenden: Da man mit schriftlichen Materialien und aufgezeichneten Medien arbeiten kann, lässt sich die

direkte Verbindung „Zeit gegen Geld“ entkoppeln. Nicht zuletzt wegen dieser Skalierungsmöglichkeit, empfehlen Berater allen Experten, auf Onlinekurse als Mittel eines passiven Einkommens zu setzen (vgl. Prott und Bargfrede 2021, 178 ff.).

### **Worauf konzentriert sich dieses Buch?**

In einem Onlinekurs werden Wissen und Information, für die der Kursersteller ein gewisses Expertentum hat, mit Hilfe von medialen Elementen wie Videos, Live-Vortrag, Präsentationen, Audio etc. aufbereitet, vermittelt und über digitale/elektronische Plattformen mit Lernenden geteilt – oft gegen Bezahlung.

Bei Erstellung und Vertrieb des Onlinekurses stellen sich rechtliche Fragen aus unterschiedlichen Rechtsgebieten. Der Schwerpunkt dieses Buches liegt bei der Darstellung von Onlinekursen, die in Eigenregie erstellt und vertrieben werden sollen.

Zu der inhaltlichen und didaktischen Konzeption von Onlinekursen sowie zu den konkreten marketingstrategischen Überlegungen gibt es zahlreiche gute Bücher und Onlinekurse. Zu den rechtlichen Fragen, gibt es das nur punktuell. Da die rechtlichen Fragestellungen bei Onlinekursen unterschiedliche Rechtsgebiete berühren und je nach Konzeptionsphase, in der sich ein Kurs befindet, andere sind, haben Personen, die einen Onlinekurs erstellen möchten, das Problem, dass sie sich durch viele Informationen „kämpfen“ müssen, um herauszufinden, was für sie in ihrer aktuellen Arbeitsphase relevant ist. Diese unerfreuliche und zeitraubende Situation möchte dieses Buch beheben.

Dieses Buch gibt hilft allen, die sich erstmalig auf die spannende Reise begeben, einen Onlinekurs zu erstellen, dies auf rechtssichere Weise zu tun. Nach der Lektüre können die Leser entscheiden, was für sie passt, wissen, welche Rechte ihnen selbst zustehen, wann Rechte anderer eingeholt werden müssen, welche rechtlichen Rahmenbedingungen sie beachten müssen und wann es vielleicht auch sinnvoll sein kann, externe Unterstützung durch eine Rechts- und/oder Steuerberatung einzuholen.

Die Konzeption eines Onlinekurses ist spannend und ein gelungener Kurs ist neben der Chance auf eine erfreuliche Einnahmequelle auch für die Erstellenden sehr befriedigend. Erfahrungsgemäß ist die erstmalige Erstellung eines Kurses sehr arbeitsintensiv- nicht nur rechtlich. Der „*Juralution Onlinekurs-Planer*“ möchte dabei helfen, die rechtlichen Aspekte zeitlich sinnvoll einzuplanen, sodass der Kurs auch zeitgerecht fertig wird.

### **Was noch zu sagen ist**

Die Nennung von konkreten Produkten (z. B. Softwareprogrammen, Apps und sonstigen Tools) ist nicht immer zu vermeiden. Im Buch werden daher an einigen Stellen

bestimmte Produkte, Plattformen oder auch Dienstleister genannt. In der Regel handelt es sich um oft empfohlene (Standard-)Produkte, damit die Leser einen Wiedererkennungs- und/oder Anknüpfungspunkt für eigene Recherchen haben. Produkt- und Herstellernennungen stellen aber keine umfassende Marktübersicht dar. Ebenso wenig sollen sie Werbung für die jeweiligen Produkte sein. Die Entscheidung für oder gegen ein Produkt müssen die Kurserstellenden selbst treffen. Sie ist von technischen, rechtlichen, finanziellen und auch sonstigen persönlichen und unternehmerischen Erwägungen abhängig, die nur jeder selbst beurteilen kann. Das Buch kann hier nur eine Hilfestellung leisten, in dem es z. B. auf rechtliche Rahmenbedingungen hinweist, die für die Nutzung von Tools wesentlich sind. Produkte entwickeln sich stetig, dies gilt insbesondere für den Onlinebereich. Somit können beschriebene Features von Tools sich zwischen Redaktionsschluss und Erscheinen des Buches durchaus verändern.

---

## 1.1 Welche Arten von Onlinekursen gibt es?

Der Begriff **Onlinekurs** ist ein Oberbegriff für viele unterschiedliche Erscheinungsformen von Wissensvermittlung auf elektronischem Weg.

Diese Kurse werden auch unter unterschiedlichen Rahmenbedingungen angeboten. Viele Kursangebote erfolgen im Rahmen von Ausbildungs- und Studiengängen an Fortbildungsinstituten oder Universitäten und Hochschulen. Sie sind eingebettet in das jeweilige Curriculum und werden von der jeweiligen Ausbildungsinstitution veranstaltet. Sie sind meistens nur für einen bestimmten Personenkreis zugänglich und die (Honorar-)Dozenten des jeweiligen Kurses werden über die Einrichtung beschäftigt sowie über die rechtlichen Rahmenbedingungen aufgeklärt. Eine eigene Vermarktung durch die Dozenten ist meistens weder möglich noch gewollt. Besonderheiten, die sich aus dieser Konstellation ergeben, werden in diesem Buch im Abschn. 6.2.9 *Exkurs „Onlinekurse im Rahmen von Hochschulen/Universitäten“* kurz dargestellt. Sie sind nicht der Schwerpunkt dieses Buches.

Dieses Buch konzentriert sich auf Kurse, die die Erstellenden selbst konzipieren und auf der Basis eigener Überlegungen vertreiben möchten.

Aus didaktischer Hinsicht, fallen Onlinekurse unter den Oberbegriff „Fernunterricht oder Distance Learning“ (Erpenbeck, J, Sauter, S. Sauter, W 2015: E-Learning und Blended Learning Selbstgesteuerte Lernprozesse zum Wissensaufbau und zur Qualifizierung, S. 14). Je nachdem, wie sie aufbereitet

sind, können Sie Elemente des „Blended Learnings“ und auch des „Peer group learnings“ beinhalten.

Inhaltlich und von der Dauer sind Onlinekurse ebenfalls sehr verschieden (vgl. Tab 1.2). Sie reichen von einer Sammlung weniger Seiten – ggf. flankiert durch ein kurzes Video – bis zu mehrmonatigen Programmen mit intensiv ausgearbeitetem Material und großem Archiv, direktem Austausch mit der Kursleitung sowie umfangreichen Community-Aktivitäten. Bei einer Internetrecherche findet man noch viele weitere Bezeichnungen (vgl. Tab 1.3), die sich teilweise an der Struktur, teilweise eher an marketingorientierten Maßgaben ausrichten.

Weitere Beschreibungen sind zu finden, die sich eher am Vermarktungsansatz eines Onlinekurses orientieren (Vgl. Word Tab. 1.4): Für den tieferen Einstieg:

**Tab. 1.2** Begriffe und Elemente des Distance Learning. (Quelle: Eigene Darstellung)

Typus	Beschreibung
Blended Learning	Integriertes Lernarrangement, das die unterschiedlichen verfügbaren Möglichkeiten der Vernetzung im Internet und klassische Lernmethoden verbindet. Z. B. durch Kombination von Wissensaufbau und Qualifizierung mittels Web Based Trainings mit Wissensmanagement, Training, E-Tutoring und E-Coaching zielgruppengerecht miteinander
Peer Group Learning	Lernen von Multiplikatoren der eigenen Gruppe: Der Grundgedanke ist, dass man leichter von Personen lernt, die in einer ähnlichen Situation sind wie man selbst. Die Multiplikatoren sind in bestimmten Themen geschult und geben das weiter. Dieses Prinzip wird z. B. in von Co-Moderatoren in LernCommunities erfüllt
Social Learning	Lernen im aktiven Austausch mit anderen, z. B. Kollegen, Vorgesetzten, Coaches und Mentoren. „Learning by doing“ ist hier relevant, aber auch das Feedback der der anderen und das Abschauen, wie andere etwas tun. Idealerweise gemeinsames Bearbeiten von Aufgaben; sorgt für Vernetzung der Lerngemeinschaft“
E-Learning	<i>E-Learning</i> bezeichnet das prozessorientierte Lernen in Szenarien, das mit Informations- und Kommunikationstechnologien sowie mit darauf aufbauenden (ELearning-) Systemen unterstützt bzw. ermöglicht wird. Das wesentliche Element sind hierbei WBT – Web Based Trainings
Webinare	<i>Webinare (Live E-Learning, Live Lessons)</i> sind Online-Treffen, die jeweils zu einem definierten Termin im Web durchgeführt werden

**Tab. 1.3** Typologie von Onlinekursen. (Quelle: Eigene Darstellung)

Typus	Erläuterung
Selbstlernkurs/ E-Mail-Kurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissen wird in geeigneten Schritten vermittelt</li> <li>• Form unterschiedlich; reiner Text, Video, Audio oder Kombination von allem möglich (beim E-Mail-Kurs erfolgt die Aufbereitung meist in Textform)</li> <li>• Kunde erwirbt durch Kauf Zugriff auf den entsprechenden Inhalt</li> <li>• ggf. wird der Inhalt in „Häppchen“ freigegeben bzw. zugeschickt</li> </ul>
Gruppen-Onlinekurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissen wird idR zeitversetzt (asynchron) durch Trainer vermittelt</li> <li>• Meistens Kombination aus mehreren Medien (z. B. Textdateien und Videos)</li> <li>• Kurs richtet sich an mehrere Teilnehmer</li> <li>• Beinhaltet meistens eine (zusätzliche) Community für die Teilnehmer über eine soziale Plattform</li> <li>• Austausch der Gruppenmitglieder untereinander und mit Trainer ist gewünscht</li> <li>• Teilnehmer erwirbt Zugang zu Kursunterlagen (idR mit Downloadmöglichkeit) und Zugang zur Community</li> </ul>
Live-Workshop-Reihe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serie interaktiver Webinare</li> <li>• Meist zeitsynchrone Kommunikation (mit Aufzeichnungen)</li> <li>• Trainer vermittelt Inhalte in einem Vortrag (meist über Video, Konferenztools oder über Soziale Plattformen)</li> <li>• Interaktion zwischen Teilnehmer und Trainer möglich</li> <li>• Teilnehmer erwerben Zugang zur Gruppe, in der sie dem Vortrag folgen können; ggf. Zusatzmaterial</li> </ul>
(Einzel) Coaching-Programm	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zu Materialien (z. B. Texte, Videos, Audios) zum eigenständigen Durcharbeiten</li> <li>• Individuelle Betreuung durch direkten Kontakt mit Coach (E-Mail, Videokonferenzen, Telefonate, ggf. Präsenzseminare)</li> </ul>

Darstellung nach Podcast-Episode von Amy Porterfield <https://www.amyporterfield.com/240transcript/> (abgerufen am 23.02.2022).

Auch wenn in der Tab. 1.4 bestimmte Preisgrenzen angegeben sind, ist die Preisgestaltung bei Onlinekursen grundsätzlich frei. Die Preise können je nach angestrebter Positionierung des Kurserstellenden deutlich nach unten oder oben abweichen.

**Tab. 1.4** Marketingorientierte Typologie von Onlinekursen. (Eigene Darstellung)**Starter Kurs**

- Konzentration auf ein kleines, abgrenzbares Thema
- geringe Hürde für Teilnehmer; löst kleines, aber drängendes Problem
- positioniert Kursersteller als Experte für das Thema
- finanziell überschaubarer Einsatz für Teilnehmer (bis ca. 100 EUR)

**Spotlight Kurs**

- intensiverer Einstieg in ein Spezialthema
- mehr Material (z.B. Tutorials, Arbeitsblätter, konkrete Anleitungen)
- Teilnehmer haben Grundwissen, müssen/wollen aber tiefer einsteigen
- längere Laufzeit und intensivere Betreuung als beim Starter Kurs
- größerer finanzieller Einsatz für Teilnehmer (bis ca. 500 EUR)

**Signature Kurs**

- tiefer und umfassender Einstieg in ein Thema
- soll bei Teilnehmer umfassende Veränderung bzw. Beherrschung des Themas vermitteln
- meist mehrwöchige/ mehrmonatige Laufzeit
- Viel und gut aufbereitetes Material
- oft zusätzliche persönliche Betreuung (ggf. zusätzliches Gruppenprogramm)
- finanzieller Einsatz (ca. 1.000 EUR manchmal auch mehr)

---

## 1.2 Die drei großen Angstgegner -Abmahnung, Schadensersatz und Ideenklau

Obwohl die Erstellung eines Kurses für das eigene Business interessant scheint, schrecken doch einige davor zurück. Grund dafür ist weniger die zusätzliche Arbeit, sondern Unwohlsein und Unsicherheit in Bezug auf rechtliche Fragen. Hier gibt es die drei großen „Angstgegner“: Abmahnung, Schadensersatz und Ideenklau (vgl. Abb. 1.1). Ihnen sind schon einige vielversprechende Kurskonzepte zum Opfer gefallen, bzw. haben sich durch sie stark verzögert. Dies muss nicht sein. Mit etwas Wissen sind diese „Angstgegner“ gut zu überwinden. Zunächst eine kurze Einordnung, worum es sich handelt.

### Abmahnung

Wer durch sein Handeln die Rechte eines anderen verletzt, ist verpflichtet, dies zu unterlassen und zumeist auch Schadensersatz für die erfolgte Rechtsverletzung