



# Online-Kurse 2025 – Erfolgreich verkaufen trotz ZFU-Pflicht

Das umfassende Handbuch für rechtssichere und verkaufsstarke Online-Kurse

## 1. Einleitung: Warum dieses Handbuch jetzt relevant ist

Am 12. Juni 2025 hat der Bundesgerichtshof (BGH) ein wegweisendes Urteil gefällt, das die Online-Coaching- und Kursbranche grundlegend verändert. Das Urteil (Az. III ZR 109/24) erweitert den Anwendungsbereich des Fernunterrichtsschutzgesetzes (FernUSG) erheblich und macht deutlich: **Auch B2B-Online-Kurse und hochpreisige Mentoring-Programme unterliegen der ZFU-Pflicht, wenn sie bestimmte Kriterien erfüllen.** <sup>[1] [2] [3] [4]</sup>

### Was sich konkret geändert hat

**Wissensvermittlung wird weit gefasst:** Der BGH legt den Begriff „Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten“ sehr weit aus. Auch Soft Skills, Persönlichkeitsentwicklung und unternehmerische Fähigkeiten fallen darunter. <sup>[4] [1]</sup>

**B2B ist nun mit drin:** Bisher gingen viele Anbieter davon aus, dass B2B-Angebote an Unternehmer und Selbstständige nicht unter das FernUSG fallen. Das BGH-Urteil stellt klar: **Auch Unternehmer sind geschützt.** <sup>[3] [5]</sup>

**Räumliche Trennung bei Online-Formaten:** Selbst synchrone Online-Meetings, die aufgezeichnet und später abrufbar sind, werden als asynchroner Unterricht gewertet. <sup>[4]</sup>

### Warum jetzt viele Anbieter Probleme bekommen

Das Beispiel aus dem BGH-Urteil zeigt die drastischen Konsequenzen: Ein Unternehmer buchte ein 9-monatiges Business-Mentoring für 47.600 €. Nach einigen Wochen kündigte er und forderte Rückzahlung. **Ohne ZFU-Zulassung war der Vertrag nichtig – der Anbieter musste 23.800 € zurückzahlen.** <sup>[3]</sup>

Für bereits abgeschlossene Verträge entstehen potenziell massive Rückzahlungsrisiken. Verstöße können zudem Ordnungswidrigkeiten von bis zu 10.000 € nach sich ziehen. <sup>[6]</sup>

## Warum das auch eine Chance ist

**Hier die gute Nachricht:** Diese Verschärfung ist nicht das Ende für Online-Kurse – im Gegenteil. Sie zwingt Anbieter dazu, ihre Geschäftsmodelle professioneller, klarer und skalierbarer zu gestalten.

Wer jetzt umstellt, profitiert von:

- **Rechtssicherheit** ohne ständige Sorge vor Rückforderungen
- **Klareren Produktstrukturen**, die höhere Umsätze ermöglichen
- **Fokus auf Transformation** statt auf problematische Leistungsversprechen
- **Automatisierung und passives Einkommen** durch ZFU-sichere Basisprodukte

## 2. Das Problem verstehen

### Was ist die ZFU und warum gibt es sie?

Die **Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU)** wurde 1978 gegründet und ist die zuständige Behörde für die Prüfung und Zulassung aller zulassungspflichtigen Fernlehrgänge in Deutschland. Sie hat ihren Sitz in Köln und wurde durch den Staatsvertrag über das Fernunterrichtswesen errichtet. <sup>[7]</sup> <sup>[8]</sup>

**Schutzgedanke:** Das Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG) dient dem Verbraucherschutz und der Qualitätssicherung. Es soll verhindern, dass Teilnehmer durch irreführende oder unqualifizierte Angebote geschädigt werden. <sup>[2]</sup>

### Wann ein Kurs genehmigungspflichtig wird

Nach dem BGH-Urteil liegt **Fernunterricht** vor, wenn folgende Kriterien **kumulativ** erfüllt sind: <sup>[1]</sup>  
<sup>[3]</sup>

1. **Entgeltliche Vermittlung** von Kenntnissen und Fähigkeiten
2. **Räumliche Trennung:** Lehrende und Lernende sind überwiegend räumlich getrennt (auch bei Online-Formaten)
3. **Lernerfolgskontrolle:** Der Lehrende oder sein Beauftragter überwacht den Lernerfolg

### Typische Elemente, die ZFU-pflichtig machen:

#### Systematische Wissensvermittlung:

- Strukturierte Module oder Lektionen
- Aufbauende Inhalte mit klaren Lernzielen
- Mehr als 50% aufgezeichnete Inhalte mit Berufsbezug <sup>[7]</sup>

#### Lernerfolgskontrolle (weit gefasst):

- Hausaufgaben mit Feedback

- Quiz oder Tests mit individueller Auswertung
- Q&A-Sessions mit fachlicher Betreuung
- E-Mail-Support zu Kursinhalten
- Vertraglich zugesicherte Möglichkeit, Fragen zu stellen<sup>[5]</sup> <sup>[3]</sup>

## Was passiert, wenn man keine Genehmigung hat

### Rechtliche Konsequenzen:

- **Nichtigkeit des Vertrags** (§ 7 FernUSG)<sup>[6]</sup>
- **Rückzahlungspflicht** bereits erhaltener Vergütung
- **Ordnungswidrigkeiten** bis zu 10.000 € (§ 21 FernUSG)<sup>[9]</sup>
- **Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen** nach UWG<sup>[6]</sup>

### Praktische Folgen:

- Kunden können auch Jahre später ihr Geld zurückfordern
- Laufende Zahlungen können gestoppt werden
- Imageschäden durch rechtliche Auseinandersetzungen
- Unsicherheit bei allen Geschäftspartnern

## 3. Was in deinem Basiskurs erlaubt ist – und was nicht

### Erlaubt (keine ZFU-Pflicht):

#### Reine Inspiration und Motivation:

- Motivationsvideos ohne systematischen Lernaufbau
- Erfahrungsberichte und Erfolgsgeschichten
- Unterhaltende Formate ohne Lehrcharakter

#### Einmalige Tipps ohne systematischen Aufbau:

- Lose Sammlung von Ratschlägen
- Nicht aufeinander aufbauende Inhalte
- Spontane Impulse ohne didaktische Struktur

#### Sofort umsetzbare Anleitungen:

- Praktische Tutorials ohne Prüfung
- Schritt-für-Schritt-Guides zum direkten Nachmachen
- Werkzeuge und Templates zum Download

#### Community ohne Lernziele:

- Peer-to-Peer-Austausch
- Networking-Plattformen
- Freiwillige Diskussionsrunden ohne Moderation

### **Nicht erlaubt (führt zur ZFU-Pflicht):**

#### **Strukturierte Wissensvermittlung:**

- Aufbauende Module mit klaren Lernzielen
- Systematisches Curriculum über längeren Zeitraum
- Didaktisch geplante Lernpfade

#### **Lernerfolgskontrolle jeder Art:**

- Quiz oder Tests mit individueller Auswertung
- Hausaufgaben mit persönlichem Feedback
- Fortschrittsverfolgung und -bewertung
- Vertraglich zugesicherte Betreuung

#### **Betreuung mit Lernbezug:**

- Persönliche Korrekturen oder Verbesserungsvorschläge
- Fachliche Q&A-Sessions zu Kursinhalten
- Individuelle Lernberatung oder -coaching
- WhatsApp-Support bei Verständnisproblemen

#### **Zertifikate oder Abschlüsse:**

- Leistungsbewertung nach Prüfungen
- Qualifikationsnachweise
- Beruflich relevante Zertifizierungen

## **4. Workarounds & legale Produktgestaltung**

### **Option 1: Basiskurs verschlanken**

**Strategie:** Entferne alle Elemente der Lernerfolgskontrolle aus dem Hauptprodukt.

#### **Umsetzung:**

- Reine Video- oder Audio-Bibliothek ohne Tests
- PDF-Downloads ohne Einsendeaufgaben
- Selbstlernmaterialien ohne Feedback-Option
- Klare Formulierung: „Selbstlernangebot ohne Betreuung“

**Vorteile:** Rechtssicherheit, skalierbar, passives Einkommen

**Nachteile:** Geringere wahrgenommene Wertigkeit, weniger Kundenbindung

## **Option 2: Add-ons separat verkaufen**

**Strategie:** Trenne Basiskurs und Betreuungsleistungen vertraglich.

**Umsetzung:**

- Basiskurs = ZFU-sicher
- Feedback-Pakete = separate Buchung und Rechnung
- Community-Zugang = optionales Add-on
- Klare AGB-Trennung zwischen Produkten

**Vorteile:** Flexibilität für Kunden, Upsell-Möglichkeiten

**Nachteile:** Komplexere Vertragsstruktur, Aufklärungsbedarf

## **Option 3: KI-gestützte Lösungen**

**Strategie:** Nutze KI für Support ohne individuelle Lernerfolgskontrolle.

**Umsetzung:**

- KI-Chatbot für allgemeine Fragen
- Automatisierte E-Mail-Serien
- KI-basierte Tipps ohne persönliche Bewertung
- Community-Moderation durch KI

**Vorteile:** Skalierbar, kostengünstig, rechtlich unkritisch

**Nachteile:** Weniger persönlich, technischer Aufwand

## **Option 4: Inhalte als „Erlebnis“ verpacken**

**Strategie:** Positioniere den Kurs als Challenge oder Event statt als Lehrangebot.

**Umsetzung:**

- „30-Tage-Challenge“ statt „Kurs“
- Entertainment-Label statt Bildungs-Label
- Fokus auf Aktivität statt Lernergebnis
- Gamification ohne Bewertung

**Vorteile:** Emotionale Bindung, Marketing-Differenzierung

**Nachteile:** Label allein schützt nicht bei didaktischen Inhalten

## Option 5: Kooperation mit zertifizierten Partnern

**Strategie:** Arbeite mit bereits zugelassenen Bildungsanbietern zusammen.

**Umsetzung:**

- White-Label-Lösungen über zertifizierte Plattformen
- Partnerschaft mit ZFU-zugelassenen Instituten
- Lizenzierung deiner Inhalte an zertifizierte Anbieter

**Vorteile:** Rechtssicherheit, professioneller Rahmen

**Nachteile:** Weniger Kontrolle, Umsatzteilung

## 5. Add-ons, die nicht ZFU-pflichtig sind

### Automatisierte & KI-gestützte Add-ons

**KI-Chatbot mit Projektwissen:**

- Trainiert auf deine Kursinhalte und Best Practices
- 24/7 verfügbar für allgemeine Fragen
- Keine individuelle Lernerfolgskontrolle
- **Aufwand:** Einmalig hoch, dann wartungsarm
- **Rechtliches Risiko:** Niedrig bei klarer Trennung

**Automatisierte E-Mail-Serien:**

- Inspiration und Motivation statt systematische Lehre
- Lockere Impulse ohne festen Lehrplan
- Erinnerungen und Best Practices
- **Aufwand:** Einmalig erstellen, dann automatisiert
- **Rechtliches Risiko:** Gering bei richtigem Messaging

**WhatsApp-/Telegram-Bot:**

- Motivationsnachrichten und Tipps
- Automatisierte FAQ-Antworten
- Inspirationen ohne Lernkontrolle
- **Aufwand:** Mittel für Einrichtung, dann selbstlaufend
- **Rechtliches Risiko:** Niedrig ohne Live-Support

## Low-Touch menschliche Add-ons

### E-Mail-Fragekontingent:

- Begrenztes Paket (z.B. „3 Fragen pro Monat“)
- Projektbezogene Hilfe statt Lernanleitung
- Kurze Antworten per E-Mail oder Voice-Message
- **Aufwand:** Planbar und skalierbar
- **Rechtliches Risiko:** Gering bei klarer Abgrenzung

### Gruppen-Q&A (optional buchbar):

- Monatliche Live-Sessions nur für Add-on-Käufer
- Allgemeine Fragen ohne individuelle Lernberatung
- Peer-to-Peer-Lernen im Fokus
- **Aufwand:** 1-2 Stunden pro Monat
- **Rechtliches Risiko:** Gering ohne systematische Wissensvermittlung

## Content-/Ressourcen-Add-ons

### Vorlagen & Templates:

- Canva-Designs, Checklisten, Workflows
- Fertige Materialien ohne Anleitung
- Downloads ohne Feedback
- **Aufwand:** Einmalige Erstellung
- **Rechtliches Risiko:** Kein Fernunterricht

### Mini-Library mit Bonus-Videos:

- Ergänzende Tutorials zu Spezialthemen
- Kein aufbauender Lehrplan
- Lose Sammlung ohne Curriculum
- **Aufwand:** Einmalig produzieren
- **Rechtliches Risiko:** Gering ohne Systematik

### Ressourcen-Newsletter:

- Monatliche Tools, Trends, Beispiele
- Inspiration statt Unterricht
- Curated Content ohne Lernziele
- **Aufwand:** 1-2 Stunden pro Ausgabe
- **Rechtliches Risiko:** Sehr niedrig

## Service-orientierte Add-ons

### Projekt-Quick-Review:

- Einmalige Durchsicht aktueller Arbeit
- 10-15 Minuten Audio-/Video-Feedback
- Projektbezogen, nicht lernbezogen
- **Aufwand:** Kurz und prägnant
- **Rechtliches Risiko:** Niedrig als Dienstleistung

### „Done-for-you“-Bausteine:

- Konkrete Umsetzung statt Anleitung
- Z.B. Logo-Design, Setup, Installation
- Ergebnis statt Wissenstransfer
- **Aufwand:** Je nach Service unterschiedlich
- **Rechtliches Risiko:** Kein Fernunterricht

### Community-Zugang (ungemodert):

- Peer-to-Peer-Austausch
- Keine vertraglich zugesicherte Expertenbetreuung
- Networking statt Learning
- **Aufwand:** Minimal nach Setup
- **Rechtliches Risiko:** Sehr niedrig

## 6. Die Produkttreppe als Pflicht & Chance

### Das Konzept der Produkttreppe

Die **Produkttreppe** (auch Value Ladder genannt) ist ein bewährtes Business-Modell, das Produkte und Dienstleistungen in aufeinander aufbauenden Stufen anordnet – vom kostenlosen oder günstigen Einstieg bis zum hochpreisigen Premium-Angebot. <sup>[10]</sup> <sup>[11]</sup>

### Aufbau der klassischen Produkttreppe : <sup>[12]</sup> <sup>[13]</sup>

1. **Lead Magnet** (kostenlos): Freebies, E-Books, Mini-Kurse
2. **Tripwire** (niedrigpreisig): Einsteiger-Produkte, 99-299 €
3. **Core Offer** (Hauptangebot): Basiskurs, 299-999 €
4. **Profit Maximizer** (Premium): Add-ons, Coaching, 1.000-5.000 €
5. **High Ticket** (Top-Level): 1:1-Services, 5.000+ €

## Warum jetzt relevanter denn je

### Rechtliche Trennung zwingt zu klarer Struktur:

- Basiskurs muss ZFU-sicher gestaltet werden
- Betreuungsleistungen werden automatisch zu höheren Stufen
- Klare Produktdifferenzierung wird zur Notwendigkeit

**Hormozi-Perspektive:** Alex Hormozi sieht in solchen Beschränkungen Chancen für bessere Geschäftsmodelle : [\[14\]](#) [\[15\]](#)

- **Längere Kundenbindung** durch mehrstufigen Verkaufsprozess
- **Höherer Customer Lifetime Value** durch Upsells
- **Klarere Value Proposition** auf jeder Stufe
- **Weniger Akquisitionskosten** durch bestehende Kunden

### Praktische Umsetzung der neuen Produkttreppe

#### Stufe 1 – Lead Magnet (ZFU-sicher):

- Kostenloses PDF, Checkliste oder Mini-Video
- Reine Information ohne Betreuung
- Aufbau von Vertrauen und E-Mail-Liste

#### Stufe 2 – Basis-Kurs (ZFU-sicher):

- Selbstlern-Bibliothek ohne Feedback
- On-Demand-Zugriff auf alle Inhalte
- Preis: 197-497 €
- Klare Positionierung: „Keine Betreuung, maximale Flexibilität“

#### Stufe 3 – Premium-Add-ons:

- Optionale Betreuungspakete
- Community-Zugang
- Live-Q&A-Sessions
- Preis: 297-997 € zusätzlich

#### Stufe 4 – High-Touch-Services:

- 1:1-Coaching oder Done-for-you
- Individuelle Strategieentwicklung
- Preis: 2.000-10.000+ €

## Beispiel-Visualisierung einer ZFU-konformen Produkttreppe

High-Touch (1:1 Coaching)	5.000+ €
Premium Add-ons (Community/Q&A)	297-997 €
Basis-Kurs (ZFU-sicher)	197-497 €
Lead Magnet (E-Book/Video)	Kostenlos

### 7. Warum das auch ein Vorteil ist

#### Kundenstimmen & Storytelling als neuer Standard

##### Warum das wichtig wird:

Da du keine Prüfungsergebnisse oder Zertifikate bewerben solltest, werden

**Transformationsgeschichten deiner Kunden zu deinem stärksten Verkaufsargument.**

##### Vorteile von Story-basiertem Marketing:

- **Höhere Glaubwürdigkeit** durch echte Menschen statt Statistiken
- **Emotionale Verbindung** zu potenziellen Kunden
- **Social Proof auf allen Produktstufen** einsetzbar
- **Kein rechtliches Risiko** bei ehrlichen Erfahrungsberichten

##### Praxis-Tipps für bessere Kundenstimmen:

- Frage nicht: „Wie fandest du den Kurs?“
- Frage stattdessen: „Was hat sich konkret für dich verändert?“
- **Sammele Video-Testimonials** für maximale Authentizität
- **Dokumentiere den Vorher-Nachher-Zustand** in Stories

#### Transformation statt Lernplan im Marketing

##### Der neue Messaging-Fokus:

- Statt: „Lerne in 8 Wochen alles über Social Media“
- Besser: „Werde in 8 Wochen vom unsichtbaren Experten zur gefragten Autorität“

##### Outcome-driven statt process-driven:

- Fokus auf **Endergebnis** und **Transformation**

- Weniger Details über Lernprozess oder Methodik
- **Emotionale Benefits** vor funktionalen Features

## Automatisierung & passives Einkommen

### ZFU-sichere Basisprodukte als Fundament:

- Selbstlernkurse können **unbegrenzt verkauft werden**
- Keine zeitaufwändige individuelle Betreuung nötig
- **Skalierbarkeit ohne Personalaufwand**
- Einmal erstellt, dauerhaft verkaufbar

### Betreuung nur noch als Premium-Add-on:

- Höhere Preise für persönliche Services gerechtfertigt
- **Weniger 1:1-Aufwand** im Einstiegsbereich
- **Klarere Wertwahrnehmung** bei optionalen Services

## Erhöhte Conversion durch Value Ladder

### Psychologische Vorteile der Produkttreppe:

- **Niedrigschwelliger Einstieg** reduziert Kaufhemmungen
- **Sukzessive Vertrauensbildung** über mehrere Touchpoints
- **Höhere Gesamtumsätze** durch Upsell-Logik
- **Bessere Kundensegmentierung** nach Investitionsbereitschaft

### SmartBusinessConcepts-Erkenntnisse : <sup>[10]</sup> <sup>[12]</sup>

- Unternehmen mit klarer Produkttreppe haben **durchschnittlich 23% höhere AOV** (Average Order Value)
- **Längere Kundenbindung** durch mehrstufige Journey
- **Geringere Akquisitionskosten** durch interne Upsells

## 8. Marketing- & Conversion-Optimierung trotz ZFU-Pflicht

### Storytelling statt Leistungsversprechen

#### Der neue Marketing-Standard:

Statt Garantien oder Prüfungserfolge zu bewerben, setzt erfolgreiches Marketing auf **emotionale Transformation in echten Kundengeschichten.**

#### Erfolgreiche Story-Struktur:

1. **Ausgangssituation:** Wo stand der Kunde vorher?

2. **Problem/Herausforderung:** Was war das größte Hindernis?
3. **Lösung/Wendepunkt:** Wie hat dein Angebot geholfen?
4. **Transformation:** Wie sieht das Leben jetzt aus?
5. **Emotion:** Wie fühlt sich diese Veränderung an?

#### **Beispiel-Formulierung:**

„Maria war unsichtbare Expertin für Nachhaltigkeit. Trotz 15 Jahren Erfahrung hatte sie nur 200 LinkedIn-Kontakte und bekam nie Anfragen. Nach 8 Wochen mit unseren Materialien postet sie regelmäßig, hat über 2.000 Kontakte und drei neue Kunden. ‚Endlich werde ich als die Expertin wahrgenommen, die ich bin‘, sagt sie.“

#### **Social Proof gezielt einsetzen**

##### **User Generated Content (UGC) fördern:**

- **Instagram-Stories** von Kunden mit deinen Materialien
- **LinkedIn-Posts** über Umsetzungserfolge
- **YouTube-Videos** als Erfahrungsberichte
- **Podcast-Interviews** mit ehemaligen Teilnehmern

##### **Sammlung systematisieren:**

- Regelmäßige E-Mail-Follow-ups nach Kursende
- Incentives für Testimonials (Bonus-Inhalte, Rabatte)
- **Video-Calls für authentische Erfahrungsberichte**
- Screenshot-Sammlung von positiven Nachrichten

#### **Scarcity & Urgency (Hormozi-Style)**

##### **Zeitlich limitierte Boni:**

- „Nur die ersten 50 Käufer erhalten das Bonus-Template-Paket“
- „Early-Bird-Preis nur bis Sonntag 23:59 Uhr“
- **Live-Countdown-Timer** auf der Verkaufsseite

##### **Exklusive Add-on-Zugänge:**

- „Community-Zugang nur für die ersten 100 Mitglieder“
- „Persönliche Q&A-Session nur einmal pro Quartal“
- **Wartelisten** für Premium-Services

##### **Authentische Verknappung:**

- Echte Kapazitätsgrenzen kommunizieren
- **Persönliche Bandbreite** als ehrlicher Grund

- Transparenz über limitierte Betreuungsplätze

## Pain-Dream-Fix-Formel nach Hormozi

### 1. Pain (Schmerzpunkt identifizieren):

- Wo frustriert deine Zielgruppe aktuell am meisten?
- Welche Konsequenzen hat das Problem langfristig?
- **Emotionalen Schmerz** vor funktionalen Details thematisieren

### 2. Dream (Traumzustand beschreiben):

- Wie sieht das Leben nach der Transformation aus?
- Welche neuen Möglichkeiten eröffnen sich?
- **Konkrete Visionen** statt abstrakte Verbesserungen

### 3. Fix (Lösung als Brücke):

- Dein Angebot als direkter Weg vom Problem zur Lösung
- **Machbare Schritte** ohne übertriebene Versprechen
- Fokus auf Befähigung statt Garantien

### Beispiel in der Praxis:

**Pain:** „Du bist Expertin, aber online bist du unsichtbar. Während andere mit weniger Wissen die großen Aufträge bekommen, kämpfst du um jede Anfrage.“

**Dream:** „Stell dir vor: Potenzielle Kunden finden dich, bevor du sie suchen musst. Dein Kalender füllt sich mit Terminen von Menschen, die bereits überzeugt sind, dass du die richtige Expertin bist.“

**Fix:** „Unsere Sichtbarkeits-Bibliothek zeigt dir erprobte Strategien, mit denen Experten wie du online gefunden werden – ohne täglich stundenlang Content zu erstellen.“

## Sichere Formulierungen vs. riskante Aussagen

Riskant (ZFU-relevant)	Sicher (ZFU-konform)
„Nach dem Kurs beherrscht du...“	„Die Materialien helfen dir dabei, zu...“
„Garantierter Erfolg in 30 Tagen“	„Viele berichten von Verbesserungen bereits nach wenigen Wochen“
„Wir korrigieren deine Hausaufgaben“	„Du kannst die Übungen eigenständig durcharbeiten“
„Zertifikat nach bestandener Prüfung“	„Teilnahmebestätigung auf Wunsch“
„Ich bringe dir bei, wie...“	„Du lernst anhand der Materialien, wie...“
„Mit Erfolgsgarantie oder Geld zurück“	„Viele Teilnehmer erreichen ähnliche Ergebnisse“

## 9. Praxis-Checkliste für Kursanbieter

### Schritt 1: Ist mein Basiskurs ZFU-frei?

#### Keine systematische Wissensvermittlung

- Sind meine Inhalte lose zusammengestellt statt aufeinander aufbauend?
- Fehlen klare Lernziele oder ein durchgängiges Curriculum?
- Ist weniger als 50% der Inhalte berufsbezogen und aufgezeichnet?

#### Keine Lernerfolgskontrolle

- Gibt es keine Hausaufgaben, Tests oder Quizzes mit Feedback?
- Ist kein Support oder Q&A zu Kursinhalten vertraglich zugesichert?
- Existiert keine individuelle Fortschrittsverfolgung?

#### Keine vertraglich geschuldete Betreuung

- Ist in den AGB klar formuliert: „Selbstlernangebot ohne Betreuung“?
- Werden keine persönlichen Rückmeldungen oder Korrekturen versprochen?
- Ist Support nur als separates Add-on buchbar?

### Schritt 2: Add-ons klar entkoppeln

#### Vertragliche Trennung

- Sind Add-ons als separate Produkte mit eigenen AGB definiert?
- Erfolgt getrennte Rechnungsstellung für Basiskurs und Add-ons?
- Ist die Buchung von Add-ons optional und nicht automatisch?

#### Kommunikative Abgrenzung

- Werden Add-ons nie als „Bestandteil“ des Hauptkurses beworben?
- Ist in der Produktbeschreibung klar: „Optional buchbare Zusatzleistungen“?
- Erscheinen Add-ons nicht im Hauptkurs-Preis oder -umfang?

#### Add-on-Ideen sammeln

- Welche KI-gestützten Services kann ich anbieten?
- Welche Templates oder Tools passen zu meinem Thema?
- Welche projektbezogenen Reviews kann ich als Service anbieten?

### Schritt 3: Produkttreppe entwerfen

#### Stufen definieren

- **Lead Magnet** (kostenlos): E-Book, Checkliste, Mini-Video?
- **Basis-Kurs** (ZFU-sicher): Selbstlern-Bibliothek, Preis?
- **Premium-Add-ons**: Community, Q&A, Templates?
- **High-Touch**: 1:1-Services, Done-for-you?

#### Preisgestaltung

- Ist der Einstieg niedrighschwellig genug?
- Rechtfertigt jede Stufe ihren Preissprung durch zusätzlichen Wert?
- Sind die Preisabstände nicht zu groß (max. 3-5x pro Stufe)?

#### Customer Journey planen

- Wie gelangen Kunden von Stufe zu Stufe?
- Welche Trigger lösen Upsells aus?
- Wie lange sollten Kunden auf jeder Stufe verbringen?

### Schritt 4: Messaging & Transformation formulieren

#### Story-Collection

- Habe ich 3-5 starke Kundentransformationen dokumentiert?
- Sind Video-Testimonials verfügbar oder geplant?
- Sammle ich systematisch Erfolgsgeschichten?

#### Pain-Dream-Fix prüfen

- **Pain**: Welches Problem löse ich emotional und funktional?
- **Dream**: Wie beschreibe ich die Transformation konkret und inspirierend?
- **Fix**: Positioniere ich mein Angebot als logische Brücke?

#### Sichere Formulierungen

- Vermeide ich Garantien und Leistungsversprechen?
- Nutze ich „Viele berichten..." statt „Du wirst..."?
- Fokussiere ich auf Möglichkeiten statt Ergebnisse?

### Schritt 5: Technische Umsetzung & Verkaufsstrategie

#### Plattform-Setup

- Ist mein Kursbereich klar als „Selbstlernbereich" gelabelt?
- Sind Add-ons technisch getrennt buchbar?

- Funktionieren automatische E-Mail-Serien für Upsells?

#### **AGB & Rechtliches**

- Sind meine AGB von einem Anwalt für ZFU-Konformität geprüft?
- Ist die Trennung zwischen Haupt- und Zusatzleistungen dokumentiert?
- Habe ich eine Vorlage für Add-on-Verträge?

#### **Launch-Vorbereitung**

- Ist meine Verkaufsseite auf Transformation statt Features fokussiert?
- Sind Kundenstimmen prominent platziert?
- Funktioniert der Upsell-Funnel nach dem Basiskurs-Kauf?

### **Schritt 6: Laufende Optimierung**

#### **Monitoring**

- Verfolge ich die Conversion-Rate jeder Produktstufe?
- Sammle ich regelmäßig neues Kunden-Feedback?
- Teste ich verschiedene Add-on-Kombinationen?

#### **Rechtliche Updates**

- Bleibe ich über ZFU-Entwicklungen informiert?
- Prüfe ich regelmäßig meine Formulierungen auf Konformität?
- Habe ich einen Ansprechpartner für rechtliche Fragen?

## **10. Ressourcen und weiterführende Informationen**

### **Wichtige rechtliche Grundlagen**

#### **Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG)**

- Volltext des Gesetzes: [gesetze-im-internet.de/fernusg](http://gesetze-im-internet.de/fernusg)
- Anwendungsbereich und Definitionen in § 1 FernUSG
- Zulassungspflicht in § 12 FernUSG
- Nichtigkeitsfolgen in § 7 FernUSG

#### **Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU)**

- Offizielle Website: [zfu.de](http://zfu.de)<sup>[16]</sup>
- Kontakt: [poststelle@zfu.nrw.de](mailto:poststelle@zfu.nrw.de) (nur E-Mail-Anfragen)<sup>[17]</sup>
- Lehrgangssuche und Zulassungsdatenbank
- FAQ und Antragsformulare

## BGH-Urteil vom 12. Juni 2025

- Aktenzeichen: III ZR 109/24
- Volltext verfügbar bei Beck-Online oder juris
- Analyse bei Noerr, WBS Law, IT-Recht-Kanzlei<sup>[2]</sup> <sup>[1]</sup> <sup>[6]</sup>

## Beispiele erfolgreicher ZFU-freier Kursangebote

### Selbstlern-Bibliotheken:

- **Aufbau:** Lose Video-Sammlung ohne Aufgaben
- **Positionierung:** „Inspiration und Tools für deine Umsetzung“
- **Add-ons:** Community, Templates, optionale Q&A

### Challenge-Formate:

- **Aufbau:** 30-Tage-Format ohne Lernkontrolle
- **Positionierung:** Motivation und Aktivierung
- **Add-ons:** Accountability-Partner, Bonus-Materialien

### Ressourcen-Pakete:

- **Aufbau:** Templates, Tools, Checklisten
- **Positionierung:** „Alles was du brauchst, um loszulegen“
- **Add-ons:** Projekt-Reviews, Update-Service

## Tool-Empfehlungen für Automatisierung

### KI-Chatbot-Integration:

- **Chatfuel** oder **ManyChat** für WhatsApp-/Telegram-Bots
- **Intercom** oder **Drift** für Website-Integration
- **Custom GPT** über OpenAI API für kursspezifische Inhalte

### E-Mail-Marketing & Automation:

- **ActiveCampaign** für komplexe Automation-Workflows
- **ConvertKit** für Creator-fokussierte Features
- **Mailchimp** für Einsteiger mit Basis-Automation

### Community & Content-Delivery:

- **Skool** für Community ohne Lernerfolgskontrolle
- **Teachable** mit klarer Selbstlern-Positionierung
- **Kajabi** mit Add-on-Management

## Weiterführende Literatur

### Business-Modelling:

- „Business Model Produkt-Treppe“ von Smart Business Concepts<sup>[11]</sup>
- Handbuch zur visuellen Geschäftsmodell-Entwicklung
- Portfolio-Modelle für Solopreneure und Experten

### Marketing & Sales:

- „\$100M Offers“ von Alex Hormozi
- Angebotserstellung und Value-Stacking ohne ZFU-Risiko
- Pain-Dream-Fix-Framework für Online-Kurse

### Rechtliche Sicherheit:

- Fachberatung durch auf Bildungsrecht spezialisierte Kanzleien
- Regelmäßige Updates über [Fernstudienanbieter.de](https://www.fernstudienanbieter.de)<sup>[18]</sup> <sup>[5]</sup>
- BITKOM-Positionspapier zur FernUSG-Modernisierung<sup>[19]</sup>

## Fazit

Das BGH-Urteil von 2025 markiert eine Zeitenwende für Online-Kurse in Deutschland. **Was zunächst wie ein Hindernis erscheint, ist in Wahrheit eine Chance**, dein Business professioneller und profitabler zu gestalten.

### Die wichtigsten Erkenntnisse:

#### 1. Rechtssicherheit durch klare Strukturen

Wer jetzt umstellt, verkauft langfristig ohne ständige Sorge vor Rückforderungen oder Abmahnungen. Die anfängliche Anpassung zahlt sich dauerhaft aus.

#### 2. Bessere Geschäftsmodelle durch Zwang zur Klarheit

Die Trennung zwischen Basiskurs und Add-ons führt automatisch zu einer durchdachteren Produkttreppe mit höherem Customer Lifetime Value.

#### 3. Transformation statt Prüfung als Verkaufsargument

Story-basiertes Marketing mit echten Kundenstimmen wirkt authentischer und emotionaler als Zertifikate oder Leistungsversprechen.

#### 4. Automatisierung als Wettbewerbsvorteil

ZFU-sichere Selbstlernkurse sind unbegrenzt skalierbar und schaffen passives Einkommen – während die Konkurrenz noch in 1:1-Betreuung gefangen ist.

## Der Weg nach vorne:

Die Online-Kurs-Landschaft wird sich in den kommenden Monaten stark wandeln. **Wer früh umstellt, profitiert von einem Wettbewerbsvorsprung** gegenüber Anbietern, die noch in alten Strukturen denken.

Nutze die Checklisten in diesem Handbuch, um dein Angebot systematisch zu überprüfen und anzupassen. **Die Investition in rechtssichere, gut durchdachte Kursstrukturen ist eine Investition in die Zukunft deines Businesses.**

Die neue Ära der Online-Kurse hat begonnen – und sie bietet mehr Möglichkeiten denn je für diejenigen, die bereit sind, sie zu nutzen.

*Dieses Handbuch basiert auf dem aktuellen Rechtsstand vom August 2025. Da sich die Rechtslage entwickeln kann, empfehlen wir regelmäßige Updates und bei Unsicherheiten die Beratung durch spezialisierte Rechtsanwälte.*



1. <https://www.noerr.com/de/insights/bgh-konkretisiert-anwendungsbereich-von-fernunterrichtsschutzgesetz-fuer-digitale-lernangebote>
2. <https://kanzlei-herfurtner.de/bgh-kippt-online-coaching-vertraege/>
3. <https://www.bagusche.com/news/bgh-online-coaching-ohne-zfu-zulassung-ist-nichtig/>
4. <https://www.heuking.de/de/news-events/newsletter-fachbeitraege/artikel/bgh-bestaetigt-anwendbarke-it-des-fernunterrichtsschutzgesetzes-fernung-auch-auf-online-coaching-und-mentoring-keine-beschr-aenkung-auf-verbraucher.html>
5. <https://www.fernstudienanbieter.de/bgh>
6. <https://www.it-recht-kanzlei.de/bgh-urteil-fernunterricht-online-coaching.html>
7. [https://de.wikipedia.org/wiki/Staatliche\\_Zentralstelle\\_für\\_Fernunterricht](https://de.wikipedia.org/wiki/Staatliche_Zentralstelle_für_Fernunterricht)
8. <https://www.mobile-university.de/studium/zertifizierung/>
9. <https://www.fernstudiumcheck.de/ratgeber/zertifizierung-durch-die-zfu-ein-muss-fuer-jedes-fernstudium>
10. <https://smartbusinessconcepts.de/produkt-treppe/>
11. <https://smartbusinessconcepts.de/business-model-produkt-treppe/>
12. <https://www.deutsche-startups.de/2019/12/11/produkt-treppe-geschaeftsmodell/>
13. <https://de.linkedin.com/pulse/warum-jedes-business-eine-value-ladder-benötigt-peter-holzer>
14. <https://www.contentgrip.com/alex-hormozi-customer-acquisition-strategies/>
15. [https://www.linkedin.com/posts/alexhormozi\\_alexhormozi-acquisition-sales-activity-7207420275443867648-Y2-9](https://www.linkedin.com/posts/alexhormozi_alexhormozi-acquisition-sales-activity-7207420275443867648-Y2-9)
16. <https://zfu.de>
17. <https://zfu.de/zfu/kontakt>
18. <https://www.fernstudienanbieter.de/FernUSG2025>
19. <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Update-Fernunterrichtsschutzgesetz>

