

Jürgen Graf

Weiterbildungsszene Deutschland 2023

**Honorar- und Gehaltsstudie
Training, Beratung, Coaching**

Jürgen Graf

Weiterbildungsszene Deutschland 2023

Honorar- und Gehaltsstudie Training, Beratung, Coaching

© 2023 managerSeminare Verlags GmbH

Endenicher Str. 41, 53115 Bonn

Tel.: 0228/97791-0, Fax: 0228/616164

E-Mail: info@managerseminare.de

www.managerseminare.de/shop

Inhalte und Daten dieser Analyse sind vertraulich und nur für den Empfänger bestimmt. Weitergabe, Abdruck und Präsentation, auch auszugsweise, bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung des Verlags. Dies schließt die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf Datenträgern wie USB-Stick und CD-ROM mit ein.

Herausgeber der Edition Training aktuell:

Ralf Muskatewitz, Jürgen Graf, Nicole Bußmann

Die Broschüre ist auf 100% Recyclingpapier gedruckt.

Cover: [depositphotos/photography33](https://www.depositphotos.com/photography33)

„Wir wählen ja nur einen anderen Weg zum Kunden, unsere Leistung und unsere Kompetenz sind ja deswegen nicht schlechter als vorher ...“



Vorher, nachher: Natürlich geht es um die Pandemie und deren Auswirkungen. Und bei dem eingangs zitierten Statement geht es um die wohl drängendste Frage, die die Weiterbildungsbranche in eben dieser Zeit umtreibt: Konntet ihr denn Eure Honorarsätze halten, wo doch jetzt alles nur noch online stattfindet – wenn überhaupt? Die Antwort stammt von einem Freund, den ich bereits seit Schulzeiten kenne und der inzwischen etliche Jahre in der Branche tätig ist. So kenne und schätze ich ihn: selbstbewusst und in der Argumentation bestechend nüchtern und plausibel. Den zweiten Teil der Antwort können Sie sich daher vermutlich schon denken: „... und deswegen sahen

wir auch keinen Grund, von unseren Honorarsätzen runterzugehen.“

Aber schauen wir noch einmal genauer hin. Natürlich hat die Corona-Pandemie die etablierten Geschäftsmodelle und Abrechnungsmodi der freiberuflich agierenden Trainer, Beraterinnen und Coachs mächtig durcheinandergewirbelt. Angesichts monatelanger Lockdowns und der schlichten Unmöglichkeit, Präsenzveranstaltungen durchzuführen, ging es für das Gros der Branche um die nackte Existenzsicherung. Vor diesem Hintergrund war weniger die Höhe des Tagessatzes

entscheidend als vielmehr die Frage: Wie bleibe ich irgendwie im Geschäft? Live-Online-Trainings, Remote-Coaching und virtuelle Workshops via Zoom oder MS works waren in dieser Zeit, um ein strapaziertes Wort zu benutzen, alternativlos – aber eben bei Weitem nicht selbstverständlich. Knapp drei Jahre nach dem ersten Lockdown senden die Ergebnisse dieser aktuellen Honorarstudie immerhin ein ermutigendes Signal:

Die insgesamt 1.292 Teilnehmenden an dieser Studie haben im Großen und Ganzen den digitalen Switch gemeistert. Das eigene Dienstleistungsportfolio auch online anbieten zu können, gehört inzwischen zum Alltag der Branche. Was aber noch gewichtiger und für alle Weiterbildungsprofis beruhigend ist: Das digitale Angebot ist keine Discount- und schon gar keine Ramschware

geworden. Das ist keine Selbstverständlichkeit, denn gerade zu Beginn der Pandemie herrschten Verunsicherung, Fatalismus und bisweilen auch blanke Panik. Kostenlose Webinar-Angebote, häufig verschämt als Informations- oder „Schnupperveranstaltung“ gelabelt, begegneten einem auf Schritt und Tritt. Auch langjährig etablierte und bis dato knallhart kalkulierende Weiterbildungsanbieter waren der Überzeugung, dass Preisnachlässe von 50 Prozent gegenüber dem Präsenzseminar schon irgendwie marktgerecht wären. Und häufig war es ja auch so: Die Qualität der digitalen Angebote ließ zu wünschen übrig, es fehlte überall an professioneller Routine. Coachs waren selbst nicht davon überzeugt, dass sie ihren Klienten auch via Zoom kompetente Begleitung bieten können. Be-

>>

Inhalt

I. Rahmendaten	5
II. Trainerhonorare	19
III. Beraterhonorare	39
IV. Coachinghonorare	59
V. Speakerhonorare	77
VI. Zusammenfassung/Auffälligkeiten	83
VII. Gehälter festangestellter Weiterbildner	89

Digitale Weiter- bildungsformate sind keine Discount- und keine Ramschware geworden.

rater verzweifelten an der Technik und der Organisation von Breakout-Sessions. Trainerinnen bemerkten schnell, dass es eben doch einer ganz anderen Herangehensweise bedarf, eine Teilnehmergruppe vor dem Bildschirm bei der Stange zu halten als in der vertraulich-selbstdisziplinierenden Arbeitsatmosphäre des Seminarraums.

Man könnte dies als übliche Kinderkrankheiten bezeichnen, jedoch erscheint mir diese Bezeichnung zu harmlos angesichts der Situation. Hat sich bei potenziellen Kunden die Einstellung „Online gleich billig“ oder gar „Online gleich kostenlos“ erst einmal verfestigt, dauert es meistens Jahre, um diese Einstellung wieder zu revidieren. Verlags- und Medienschaffende (zu denen auch ich gehöre) haben in dieser Hinsicht bereits ein-drucksvoll belegt, wie man es nicht machen sollte.

Wenn Sie, liebe Leserinnen und Leser, sich nunmehr eingehender mit den Detailauswertungen auf den folgenden Seiten beschäftigen, so werden Sie feststellen: Ja, die erzielten Durchschnittshonorare für Live-Online-Trainings und virtuelle Beratungs- und Workshop-Sessions liegen unter denen von Präsenzveranstaltungen. Der Abstand bewegt sich allerdings in einem überschaubaren Rahmen und ist weit entfernt von den

Befürchtungen, die man in der Anfangsphase der Pandemie haben konnte. Bei Coachings fällt die Differenz so marginal aus, dass sie fast zu vernachlässigen ist. Lediglich beim Speaking ist die Honorardifferenz zwischen einer Online-Keynote und einer Keynote vor Ort deutlich. Gründe hierfür sind aber vor allem die eingeschränkte Wirkung und die aufgrund der kürzeren Aufmerksamkeitspanne des Publikums kompaktere Redezeit, die die Darbietung via Bildschirm mit sich bringt. (Sieht man von einigen Koryphäen ab, die mit wahren Multimedia-Shows aus einem Online-Vortrag wirklich ein echtes Happening machen können.)

Die Weiterbildungsbranche hat in Sachen Digitalisierung somit ihre Hausaufgaben gemacht, auch wenn man hinzufügen muss: Der Anstoß hierfür war maßgeblich purer Leidensdruck. Kunden und Auftraggeber hatten den Wunsch nach mehr professionellen Angeboten in Sachen Online-Training und Blended-Learning-Konzepten schon weit vor Pandemiebeginn klar artikuliert.

Doch der Blick nach vorne zeigt: Die Branche ist in der neuen Realität angekommen. Das muss Sie ihrer eigenen Glaubwürdigkeit wegen auch. Zu schneller Anpassungsfähigkeit an tiefgreifende Transformationsprozesse und der dazu nötigen Selbstlernkompetenz will sie schließlich auch ihre Kunden befähigen.

An dieser Stelle noch ein paar Hintergrundinformationen zur Studie und deren Ergebnissen. Sie beruhen auf einem Online-Fragebogen, der vom 30. November bis zum 30. Dezember 2022 auf der Homepage www.managerseminare.de des Verlags freigeschaltet wurde. Via Rund-Mail, die an 14.163 Leserinnen und Leser des Verlags (mit vorliegender Einwilligung nach DSGVO) verschickt wurde, baten wir um Teilnahme an der Befragung. Zusätzlich informierten wir Weiterbildungsanbieter über Blog, Twitter und die uns zur Verfügung stehenden Medienkanäle. Für die Studie konnten schließlich die Datensätze von insgesamt 1.292 Teilnehmenden ausgewertet werden.

Womit sich die Frage anschließt: Ist diese Studie repräsentativ? Ein klares Ja verbietet sich schon aus dem Grunde, dass keiner genau sagen kann, wie die repräsentative Trainerin nun genau aussieht oder was den statistisch durchschnittlichen Berater oder Coach ausmacht. Da die

Teilnahme rein freiwillig ist, beteiligt sich auch immer wieder ein wechselnder Personenkreis an unseren Umfragen. Das Gros der Teilnehmenden besteht aus der Leserschaft unseres Verlags, seien es Abonnenten unserer Zeitschriften *managerSeminare* und *Training* aktuell, Buchkäufer oder andere langjährige Kunden. Bezogen auf die Frage „Repräsentativ: ja oder nein?“ heißt das: Der Gelegenheitsdozent, der für einen gemeinnützigen Verein *Deutschunterricht* durchführt, wird sich in diesen Ergebnissen eher nicht wiederfinden. Wer unterschiedliche Auftraggeber in Unternehmen und Organisationen betreut, häufig Führungskräfte zu seinen Klienten zählt, maßgeblich im Bereich Schlüsselqualifikationen bzw. *Soft Skills* trainiert und coacht sowie regelmäßig Workshops zu Organisations- und Strategiethematen moderiert, wird in dieser Studie hingegen repräsentative Vergleichsdaten finden.

So darf an dieser Stelle der Hinweis nicht fehlen, warum diese Studie inzwischen zum vierten Mal erscheinen konnte: Weil sich freiwillig so viele daran beteiligt und mit viel Vertrauensvorschuss persönliche finanzielle Informationen zur Verfügung gestellt haben. Dafür gilt mein ganz herzlicher Dank.

Bonn, im Februar 2023
Jürgen Graf

I. Rahmendaten **Inhalt**

Geschlecht	6
Qualifikation	6
Beschäftigungsverhältnis	7
Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	7
Anteile Präsenz-/Online-Durchführung	8
Fremdsprachige Durchführung	10
Inhaltliche Tätigkeitsschwerpunkte	10
Teilnehmer/Zielgruppen	11
Branchenschwerpunkte	12
Besondere finanzielle Belastungssituationen von Weiterbildnern	13
Trend Auftragslage	14
Trend Honorarentwicklung	14
Zufriedenheit mit gegenwärtiger wirtschaftlicher/ finanzieller Situation	15
_Männer/Frauen	15
_Dauer der Tätigkeit als Weiterbildner	15
_Beschäftigungsverhältnis	16
_Qualifikation	17
Zusammenfassung/Auffälligkeiten	18

II. Honorare für Trainings/Seminare **Inhalt**

Gesamtbetrachtung	20
Betrachtung nach:	
Männer/Frauen	20
Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	22
Qualifikation	24
Fremdsprachige Durchführung	26
Themen/Inhalte	28
Teilnehmer/Zielgruppen	29
Branchenschwerpunkte	30
Auslastung Seminar-/Trainingstage 2022	32
Auslastung nach:	
Männer/Frauen	33
_ erzielter durchschnittlicher Jahresumsatz	
Dauer der Trainertätigkeit	34
_ erzielter durchschnittlicher Jahresumsatz	
Fremdsprachige Durchführung	35
_ erzielter durchschnittlicher Jahresumsatz	
Themen/Inhalte	36
_ erzielter durchschnittlicher Jahresumsatz	
Zielgruppen	37
_ erzielter durchschnittlicher Jahresumsatz	
Zusammenfassung/Auffälligkeiten	83
Auslastung und Umsatzmargen	83
Zum Verständnis der Durchschnittswerte	85
Einkommensgefälle Männer/Frauen	86

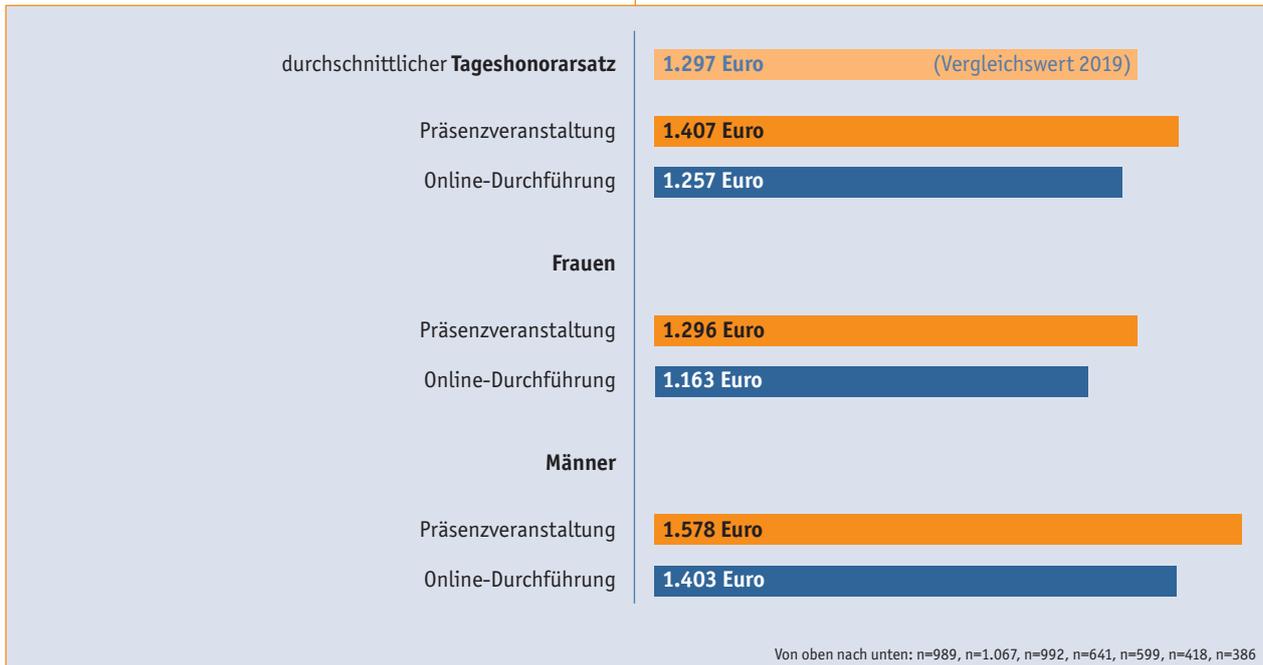


Abb. 19: Durchschnittswerte der Tageshonorarsätze

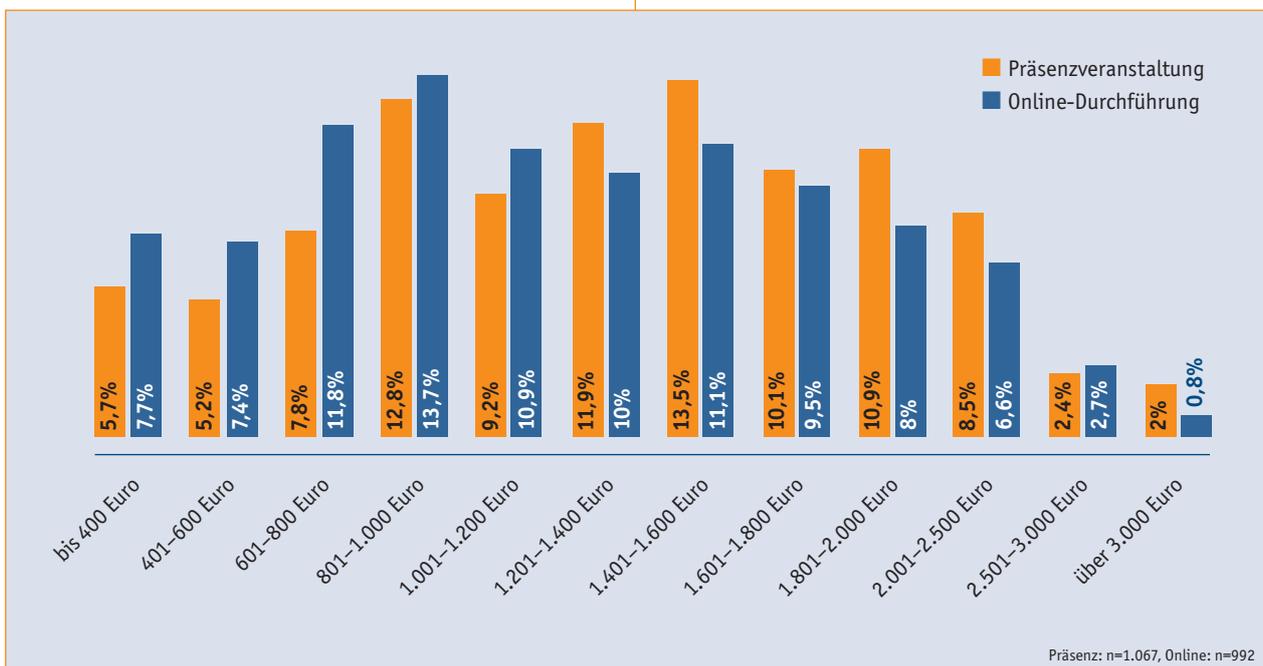
Der aktuelle Durchschnittshonorarsatz für Präsenztrainings liegt bei 1.407 Euro, die Online-Durchführung fällt mit 1.257 Euro rund zehn Prozent niedriger aus. Der Vergleichswert aus der Studie zuvor zeigt einen leichten Anstieg der Honorarsätze. Von dieser Entwicklung profitieren Frauen

wie Männer gleichermaßen, wobei Frauen rund 250 Euro weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen. Gegenüber der vorherigen Studie hat sich diese Lücke immerhin um rund 50 Euro verkleinert (vgl. Abb. 19).

Euro der höchste Anteil, bei der Online-Durchführung ist dieser bereits bei 801 bis 1.000 Euro erreicht (vgl. Abb. 20). Eine klare Preisschwelle für Honorarsätze liegt bei 2.500 Euro. Diese zu überwinden, gelingt nur wenigen.

Bei Präsenzveranstaltungen entfällt auf den Honorarsatz von 1.401 bis 1.600

Abb. 20: Verteilung der Tageshonorarsätze



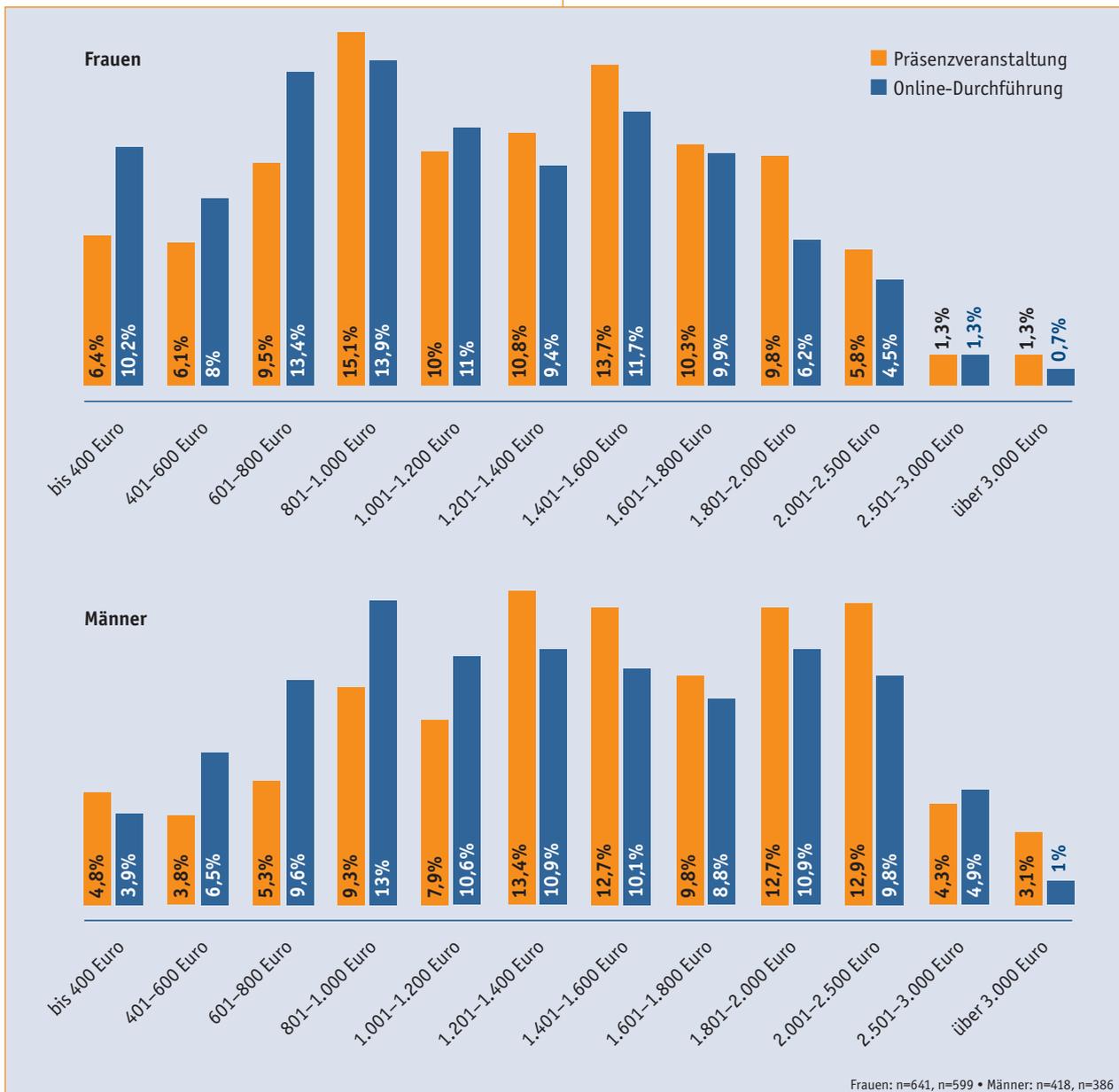


Abb. 21: Verteilung der Tageshonorarsätze

Honorare sind Verhandlungs-, aber bisweilen auch Kopfsache. Das gilt erst recht für ein „Produkt“ wie Training, das immer ein Unikat und in seinem Wert nur äußerst subjektiv einschätzbar ist. Psychologische Preisschwellen spielen dabei eine besonders große Rolle. Sichtbar werden sie, wenn „Sägezähne“ den normalen Kurvenverlauf unterbrechen. Bei Frauen werden diese bei 1.000 Euro sowie

bei 1.600 Euro sichtbar. Bei Männern stellen die 1.000 Euro vor allem bei der Online-Durchführung eine Grenze dar, im Präsenztraining gibt es hingegen eine breite Spanne von 1.201 Euro bis 2.500 Euro, in der die meisten Befragten ihre Honorarsätze festlegt. Wie viel vom deutlich höheren Honorarniveau der (männlichen) Trainer auf Psychologie und wie viel

auf die jeweiligen Verhandlungspartner und deren Hintergrund zurückzuführen ist, muss jede/r für sich selbst herausfinden. Fakt ist: Männer trainieren deutlich häufiger als ihre Kolleginnen zahlungskräftige Kundschaft wie das Top-Management. Frauen sind deutlich häufiger bei Kunden unterwegs, deren Budgets klare Grenzen kennen (Öffentlicher Dienst und NPOs).

Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training aktuell** erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20% Rabatt auf Bücher**.

Zum Online-Shop

Training *aktuell* einen Monat lang testen



Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- ▶ eine ePaper-Ausgabe **Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- ▶ **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster www.trainerkoffer.de
- ▶ **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20% Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- ▶ **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv**: monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen