

Pseudo-Coaches: Teure Abzocke im Internet

Selbsternannte Online-Coaches versprechen auf Social Media das große Geld mit wenig Arbeit. Doch statt finanzieller Freiheit erleben viele Nutzer teure Enttäuschungen. Konsumentenschützer warnen: Hinter den verlockenden Versprechen steckt oft ein System aus Druck, Täuschung und leeren Inhalten.

Von Marion Huber

marion.huber@neue.at

Willst du in wenigen Tagen ein Einkommen von 10.000 Euro erreichen?“ Mit solchen Slogans locken selbsternannte Coaches auf Instagram, TikTok oder Youtube neue Kunden an. Die Versprechen lauten auf finanzielle Unabhängigkeit, Erfolg ohne Stress und ein luxuriöses Leben. Doch wer sich auf die Programme einlässt, zahlt oft Tausende Euro und bekommt dafür wenig bis nichts.

Das Angebot reicht von Coachings zu Kryptowährungen über Selbsterfahrungstrainings bis hin zu Programmen für Unternehmensgründungen oder eine verbesserte Social-Media-Präsenz. Hinter vielen dieser Angebote stecken sogenannte Pseudo-Coaches – Anbieter, die sich als Erfolgstrainer oder Finanzexperten ausgeben, jedoch

meist keine fundierte Ausbildung oder nachweisbare Qualifikation haben. Ihr Ziel ist es, mit hohen Versprechen und geschicktem Marketing möglichst viele Kunden zu teuren Verträgen zu bewegen.

„Die Themen der Coaching-Fälle sind sehr breit gestreut, von Krypto-Trading über Selbsterfahrungstrainings bis hin zu Unternehmensgründungen“, sagt Franz Valandro vom Konsumentenschutz der Arbeiterkammer (AK) Vorarlberg. In den vergangenen Jahren habe die AK hunderte Anfragen zu unterschiedlichen Coaching-Angeboten bearbeitet, besonders seit 2020 sei die Zahl deutlich gestiegen.

Hohe Schadenssummen. Die finanziellen Schäden sind erheblich. „Aktuell haben wir drei Fälle mit Forderungen von 17.500, 32.000 und 50.000 Euro“, erklärt Valandro. In den meisten Fällen liegen die Summen zwischen 3000 und 5000 Euro. Viele Anbieter haben ihren Unternehmenssitz außerhalb Europas, was rechtliche Schritte erschwert. „Derzeit sind keine gerichtlichen Verfahren anhängig, das kann sich aber rasch ändern“, sagt Valandro.

Junge Zielgruppe. Betroffen sind vor allem junge Erwachsene, die sich selbstständig machen möchten oder ein Zusatzeinkommen erhoffen. „Die Zielgruppe sind vor allem Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 18 und 30 Jahren“, sagt Valandro. „Viele möchten neben Schule, Studium oder Beruf ein zusätzliches Einkommen erzielen und geraten dabei an unseriöse Anbieter.“

„Junge Menschen lassen sich von schnellen Erfolgsversprechen blenden und geraten dadurch an unseriöse Anbieter.“

Franz Valandro,
Konsumentenschutz

Vor allem auf Social Media. Eine besondere Rolle spielen die sozialen Medien, auf denen Pseudo-Coaches gezielt Sichtbarkeit erzeugen. Plattformen wie TikTok oder Instagram befördern Inhalte, die Erfolg, Luxus und Selbstverwirklichung versprechen, besonders stark. So werden Videos mit schnellen Botschaften und emotionalen Appellen bevorzugt angezeigt, während kritische Stimmen kaum Reichweite erzielen. Diese Dynamik führt dazu, dass die Werbevideos der Pseudo-Coaches häufig Hunderttausende Aufrufe erreichen – und dadurch seriös wirken, obwohl sie es nicht sind.

Hinter den Angeboten steckt geschicktes Marketing. Die Coaches inszenieren sich als erfolgreich und unabhängig und sprechen gezielt Menschen an, die sich beruflich verändern wollen. Diese emotionale Ansprache erzeugt den Eindruck, der Erfolg sei nur einen Mausklick entfernt. „Wenn das Versprechen zu ein-

fach klingt, etwa ein hoher Gewinn binnen eines Jahres ohne aktives Zutun, ist Vorsicht geboten“, warnt Valandro. Auch Zeitdruck werde gezielt eingesetzt, um Kunden zu einer schnellen Entscheidung zu drängen. „In vielen Fällen fehlen zudem klare Informationen zum Anbieter oder zu den Vertragsinhalten. Oft wird auch das gesetzlich verpflichtende Rücktritts- und Widerrufsrecht bei Online-Verträgen vorenthalten.“ Viele Anbieter

treten mit angeblich exklusivem Wissen auf, obwohl sie selbst keine fachliche Ausbildung haben.

Täuschung. Wer auf solche Angebote hereinfällt, zahlt nicht nur finanziell, sondern auch emotional einen hohen Preis. Viele Kunden fühlen sich getäuscht und schämen sich, hereingefallen zu sein. Valandro rät, rasch zu handeln, Verträge zu prüfen, Zahlungen zu stoppen und rechtliche Beratung in Anspruch zu nehmen. Nach Beobachtungen aus dem europäischen Verbraucherumfeld verschwinden viele dieser Anbieter, sobald Beschwerden zunehmen. Webseiten werden gelöscht, Profile geschlossen, neue Firmen gegründet. Die Arbeiterkammer empfiehlt daher, alle Unterlagen wie Verträge, E-Mails und Zahlungsbelege aufzubewahren, um im Ernstfall rechtlich vorgehen zu können. Denn eines steht fest: Reich werden in diesem System nur jene, die es verkaufen.

So schützt man sich vor Pseudo-Coaches

Unrealistische Versprechen

erkennen: Wer Reichtum oder Erfolg in kurzer Zeit verspricht, arbeitet oft mit falschen Hoffnungen. Seriöses Coaching erfordert Zeit und persönliche Entwicklung, nicht schnelle Gewinne.

Zeitdruck ist ein Warnsignal: Angebote mit Formulierungen wie „nur heute gültig“ oder „letzte Chance“ sollen zu übereilten Entscheidungen verleiten. Seriosität zeigt sich durch Transparenz.

Anbieter sorgfältig prüfen:

Ein vollständiges Impressum, Unternehmensdaten und nachvollziehbare Kontaktmöglichkeiten sind Mindeststandards. Fehlende Angaben deuten auf mangelnde Seriosität hin.

Verträge genau lesen: Online-Coaching-Verträge in Ruhe prüfen. Besonders wichtig sind Rücktrittsrechte, Laufzeiten und Zahlungsbedingungen.

Vorsicht bei Zahlungsplattformen:

erkennen: Abrechnungen über Plattformen wie Copecart oder Digistore24 sind häufig Bestandteil fragwürdiger Systeme. Im Zweifel ist eine Rücksprache mit der Arbeiterkammer ratsam.

Keine sensiblen Daten weitergeben:

erkennen: Persönliche Informationen, Ausweisdaten oder Kontoverbindungen sollten nur an nachweislich seriöse Anbieter übermittelt werden.

Qualifikation prüfen: Echte Coaches verfügen über eine anerkannte Ausbildung und sind in offiziellen Datenbanken wie jener des Austrian Coaching Council gelistet. Begriffe wie „Mindset-Coach“ oder „Erfolgsberater“ sind rechtlich nicht geschützt.

Vorher recherchieren: Eine einfache Internetsuche mit dem Namen des Anbieters und Begriffen wie „Erfahrungen“, „Betrug“ oder „Abzocke“ liefert oft aufschlussreiche Hinweise.

ZAHLEN UND FAKTEN

6000

bis 11.000 Euro zahnten Betroffene laut Arbeiterkammer Vorarlberg für vermeintliche Online-Coachings – oft für generische Videokurse ohne persönliche Betreuung oder nachweisbaren Nutzen.

70.000

Euro betrug die bislang höchste bekannte Schadenssumme in Österreich. In diesem Fall hatte eine betroffene Person mehrere Coaching-Pakete unterschiedlicher Anbieter abgeschlossen, die ähnliche Erfolgsversprechen enthielten.

90

Prozent der Online-Coachings haben laut Austrian Coaching Council nichts mit professionellem Coaching zu tun. Die meisten Programme bieten standardisierte Motivationsinhalte und aggressive Verkaufsstrategien.

Pseudo-Coaches: Teure Abzocke im Internet



A) Vor dem Lesen

- Beschreiben Sie, welche Emotionen die folgenden Claims bei Ihnen auslösen:
 - „Werde reich über Nacht!“
 - „Verdiene 5.000 € im Monat – ganz ohne Vorerfahrung!“
 - „Dein Weg zum Luxusleben – ohne Risiko!“
- Überlegen Sie, aus welchem Kontext diese Aussagen stammen könnten. Begründen Sie Ihre Vermutung.
- Stellen Sie dar, welche Ziele solche Formulierungen verfolgen könnten und wodurch ihre Wirkung besonders verstärkt werden soll.



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
 - Beschreiben Sie auf Basis der Informationen aus dem Artikel das Geschäftsmodell der Online-Coaches. Vervollständigen Sie dafür die untenstehende Tabelle.
- | Themen | |
|---------------|--|
| Zielgruppe(n) | |
| Plattformen | |
- Arbeiten Sie die wichtigsten Methoden heraus, mit denen sogenannte „Pseudo-Coaches“ auf Social Media neue Kundinnen und Kunden ansprechen.
 - Analysieren Sie, weshalb sich besonders junge Erwachsene von solchen Angeboten angesprochen fühlen. Berücksichtigen Sie dabei sowohl persönliche Erwartungen als auch strukturelle Faktoren.
 - Bewerten Sie die gesellschaftlichen Auswirkungen, die aus der zunehmenden Verbreitung unseriöser Online-Coachings resultieren können.



C) Textproduktion

Situation: Im Rahmen eines Projekts zu digitalen Geschäftsmodellen und Konsumentenschutz sollen Sie den Artikel „Teure Abzocke im Internet“ für Ihre Projektgruppe knapp und sachlich aufbereiten. Verfassen Sie eine **Zusammenfassung** und bearbeiten Sie dabei folgende Arbeitsaufträge:

- Geben Sie die wesentlichen Inhalte des Artikels wieder.
- Nennen Sie die zentralen Probleme, die durch die Angebote der Pseudo-Coaches entstehen.
- Beschreiben Sie die im Artikel dargestellten Hinweise, anhand derer sich unseriöse Angebote erkennen lassen.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.



D) Weiterführende Aufgaben

- Suchen Sie auf der „For you“-Page einer Social-Media-Plattform Ihrer Wahl nach einem kurzen Video, das typische Merkmale der im Artikel beschriebenen Pseudo-Coaching-Angebote aufweist. Analysieren Sie das gefundene Beispiel mithilfe der folgenden Leitfragen:
 - Was wird beworben bzw. versprochen?
 - Welche Verkaufsstrategien und -taktiken werden angewendet?
 - Überzeugt Sie das Versprechen? Begründen Sie Ihre Einschätzung.
- Vergleichen Sie Ihre Ergebnisse im Plenum. Arbeiten Sie gemeinsam heraus, welche Muster, Strategien oder Warnsignale besonders häufig vorkamen.

aufgelesen