

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Gerade in Corona-Zeiten ein Lichtblick als neue Einnahmequelle: Facebook ermöglicht Abhalten kostenpflichtiger Online-Events

Corona hat das Leben weiter fest im Griff. Die Umsätze bestimmter Branchen liegen seit Monaten am Boden, vielen Unternehmern steht das Wasser bereits bis zum Hals und es ist kein Licht am Ende des Tunnels erkennbar. Während klassische Verkäufer im Lockdown schnell auf Online-Verkaufsplattformen ausweichen konnten, steht insbesondere die Veranstaltungsbranche weiterhin vor immensen Problemen. Facebook könnte Kreativen nun eine einfach zu realisierende Chance für das Ausweichen ins Online-Geschäft bieten.

Worum geht es?

Alle Branchen, die ihr Geld bislang mit Veranstaltungen verdienten, bei denen mehrere Menschen physisch zusammenkommen (wie etwa beim Abhalten von Kursen, Schulungen, Unterricht, Vorstellungen und künstlerischen Darbietungen) haben seit dem coronabedingten Lockdown im Frühjahr 2020 massive Probleme.

Während solche Veranstaltungen bis in den Frühsommer hinein zumeist generell untersagt waren, können diese seitdem nur unter sehr strengen Hygieneauflagen durchgeführt werden.

Diese führen zum einen dazu, dass im Regelfall die Teilnehmerzahlen massiv begrenzt werden müssen, etwa um Mindestabstände zu wahren. Zusammen mit den erhöhten Kosten wegen diverser Hygieneauflagen macht dies das Abhalten vieler Veranstaltungen schlicht unwirtschaftlich. Veranstalter legen folglich nicht selten sogar drauf.

Zum anderen scheinen bestehende wie auch potentielle Kunden die Lust an solchen Präsenzveranstaltungen verloren zu haben. Dies mag an den Auflagen und der fehlenden Leichtigkeit oder der Angst vor einer Infektion liegen.

Die aktuell sich wieder massiv verschärfende Coronalage mit stark steigenden Infektionszahlen und verschärften Auflagen für Veranstaltungen lässt jede Hoffnung auf eine baldige Besserung der wirtschaftlichen Situation betroffener Unternehmer schwinden. Für viele geht es derzeit daher schlicht um das wirtschaftliche Überleben.

Online-Events als Lösung?

Sicherlich können reine Online-Veranstaltungen in den meisten betroffenen Branchen keinen vollwertigen Ersatz für die offline massiv entfallenden Einnahmen schaffen.

Meist ist jedenfalls aber denkbar, sich hiermit eine Einnahmequelle zu schaffen, die ein wirtschaftliches Überleben sichert und langfristig betrachtet sogar neue Zielgruppen zu erschließen vermag.

Sofern die Art der Veranstaltung also grundsätzlich geeignet ist, auch online abgehalten zu werden (etwa in Form eines Livestreams oder eines Videos auf Abruf), bietet sich die Schaffung kostenpflichtiger Online-Events für betroffene Unternehmer unbedingt an.

Der Aufwand, die „stationäre“ Veranstaltung in ein Videoformat zu bekommen, ist regelmäßig überschaubar.

Das größere Problem stellt die Transformation ins Onlinegeschäft dar. Während bestehende Kunden z.B. per Email-Newsletter über das neue Onlineformat informiert werden können ist die für die Gewinnung von Neukunden erforderliche Reichweite regelmäßig nicht gegeben.

Auch die technische Realisierung der Online-Veranstaltung ist deutlich komplizierter als das Einstellen von Waren auf etablierten Verkaufsplattformen wie Amazon oder eBay. Schließlich benötigt der Veranstalter eine Plattform, die sein Streaming- bzw. Videoangebot hostet und auch das Payment übernimmt. Es sollen ja nur solche Nutzer auf solche Streams/ Videos Zugriff haben, für deren Nutzung sie auch bezahlt haben.

Sofern betroffene Unternehmer überhaupt über eine Webseite verfügen, handelt es sich in vielen Fällen um eher um reine Präsentationswebseiten, die weder über die erforderliche Reichweite noch die technischen Möglichkeiten verfügen, effektiv entgeltliche Online-Veranstaltungen durchzuführen.

Neue Funktion von Facebook

Sehr gelegen dürfte betroffenen Unternehmern daher eine frisch von Facebook zur Verfügung gestellte Funktion kommen.

Seit einigen Tagen ermöglicht Facebook seinen Nutzern die Möglichkeit, kostenpflichtige Online-Events bei Facebook zu hosten und das Payment direkt durch Facebook abwickeln zu lassen. Bis 31.12.2020 verspricht Facebook zudem, dass der Veranstalter 100% der Einnahmen nach Steuern erhält. In dieser Zeit verzichtet Facebook also auf eine (vermutlich ab 2021 kommende) Provision bzw. Paymentgebühren.

Facebook bewirbt das neue Feature wie folgt:

Veranstalte Live-Events auf Facebook, die für die Teilnehmer kostenpflichtig sind und so eine neue Einnahmequelle für dich darstellen.

Wie du auf Facebook Live mit deinen Kunden in Kontakt trittst und wie du dein Event vorbereitest, durchführst und die Teilnahmegebühren für Online-Events einziehst.

[Veranstaltung erstellen](#)

Eine einzige Plattform für dein komplettes Online-Angebot.

Ganz gleich, ob du dein bestehende Angebot in die Online-Welt überführst oder eine komplett neue Online-Präsenz gestaltest, kostenpflichtige Online-Events bieten viele Vorteile:

- **Du generierst Einnahmen und stärkst dein Unternehmen**

Lade Menschen zu deinen Kursen, Tutorials, Workshops oder sonstigen Veranstaltungen ein, die für die Teilnehmer kostenpflichtig sind.

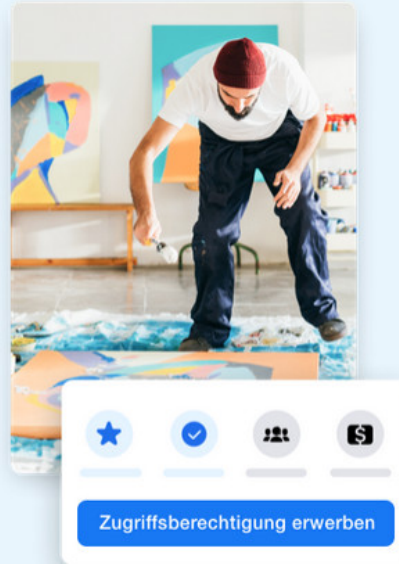
- **Du vergrößerst deine Zielgruppe**

Dein Online-Event hat unbegrenzte Sitzplätze. Vergrößere deine Reichweite mit virtuellen Veranstaltungen.

- **Du sparst Zeit und erhöhst deine Sichtbarkeit**

Erstelle und veranstalte Events und nimm Teilnahmegebühren ein – genau da, wo deine Kunden schon sind. Du kannst deine Veranstaltung über Facebook Live oder über eine externe Plattform durchführen.

Veranstaltung erstellen



Die Einzelheiten der neuen Funktion lassen sich über [diese Webseite](#) abrufen.

Wie funktioniert das?

Facebook hat einen Prozess geschaffen, über den man die Berechtigung zur Nutzung der neuen Funktion sichern und mit dem Abhalten kostenpflichtiger Events via Facebook beginnen kann.

[Hier](#) können interessierte Facebook-Nutzer mit der Registrierung für die Veranstaltung eines solchen Facebook-Events starten.

Zunächst muss sichergestellt sein, dass der Nutzer die [Monetarisierungsrichtlinien für Facebook-Partner](#) einhält. Nach dem Durchlaufen des Prozesses im Creator Studio von Facebook und Akzeptanz der Nutzungsbedingungen kann der Interessent ein Auszahlungskonto definieren. Hierzu müssen Firmendaten und ein Bank- oder Paypalkonto hinterlegt werden:

Da Facebook den Zahlungsvorgang für das jeweilige Online-Event übernimmt, schüttet Facebook im Nachgang die erhaltenen Zahlungen an den Veranstalter aus. Details zu den Auszahlungsmodalitäten finden sich [hier](#).

Der Nutzer wird weiter durch den Anmeldeprozess geführt, wenn er auf „Einrichtung beginnen“ klickt.

In vier Schritten der der Interessent durch den Prozess geführt, wo er unter anderem die entsprechende Veranstaltung definieren muss, eine Zugriffsgebühr (diese wird derzeit wohl ausschließlich in US-Dollar abgerechnet, beginnend ab 99 US-Cent) für die jeweilige Veranstaltung festlegen muss sowie eine Beschreibung für das Event hinterlegen muss.

Die Events können jedoch auch kostenlos angeboten werden.

Eine Hilfeseite für das Erstellen einer solchen Online-Veranstaltung hält Facebook [hier](#) vor.

Was habe ich davon?

In erster Linie schafft Facebook mit der neuen Funktion eine (derzeit) kostenfreie Bühne mit viel Potential für coronageplagte Veranstalter.

Ohne dass damit nennenswerte Investitionen verbunden wären, können Veranstalter so einen Testlauf starten, ob die eigenen Events bei einem reinen Onlinepublikum Anklang finden.

Eine eigene Webseite, eigene Technik für das Streaming oder den Download der Videos und Maßnahmen für ein eigenes Billing sind nicht erforderlich. Der Veranstalter muss lediglich den Content hochladen, alles andere wickelt Facebook ab.

Es spricht daher einiges dafür, sich als betroffener reiner Offline-Veranstalter nun einmal an Online-Events zu versuchen. Facebook hat mit der neuen Funktion die Eintrittsbarrieren sehr weit herabgesetzt.

Aufgrund der Bekanntheit und Reichweite von Facebook und der Möglichkeit des Bewerbens der Veranstaltungen mittels Facebook Ads besteht auch durchaus Potential, seine Zielgruppe durch Nutzung der neuen Funktion zu vergrößern.

Aber auch für den Onlinehändler, der neben dem reinen Warenverkauf auch im Beratungs- oder Schulungsbereich tätig ist, bietet sich hier das Potential, neue Einnahmequellen zu schaffen und die Zielgruppe zu erweitern. Etwa indem bei komplexen Produkten kostenpflichtige Videoinhalte zur korrekten Installation, Montage und Nutzung bereitgestellt werden.

Fazit

Besondere Zeiten erfordern besondere Maßnahmen.

Veranstalter sind von der Corona-Pandemie wirtschaftlich besonders hart betroffen. Präsenzveranstaltungen sind – wenn sie überhaupt noch stattfinden können – meist jedenfalls nicht mehr wirtschaftlich darstellbar. Zur Überbrückung der Durstrecke ist daher das Internet für viele der einzige Ausweg.

Die neue Funktion von Facebook kommt hier zur rechten Zeit und scheint sehr vielversprechend zu sein.

Jedenfalls werden hierdurch die Hürden für eine Transformation klassischer Veranstaltung in die

digitale Onlinewelt sehr niedrig gesetzt. Nahezu jeder Veranstalter sollte mittels Facebook nun in der Lage sein, kostenpflichtige Online-Events anzubieten, auch wenn er nicht über eine eigene Webseite und eine eigene Zahlungsabwicklung verfügt.

Aber auch für Onlinehändler bietet Facebooks neue Funktion erhebliches Potential zur Umsatzsteigerung bzw. Erschließung neuer Zielgruppen. So ist denkbar, durch Schulungsvideos bestimmte, komplexe Produkte besser abzusetzen bzw. z.B. im Wege kostenloser Events gezielt Werbung für das eigene Sortiment zu treiben und – etwa wegen vermeintlich besserer Beratung zum stationären Einkauf geneigte Interessenten – vom Online-Kauf zu überzeugen.

Die aktuell von Facebook geschaffene Funktion könnte zudem auch eine Vorstufe zu der bereits vor einigen Monaten angekündigten Live-Shopping-Funktion sein. Spätestens wenn dieses Feature zur Verfügung steht, werden die Onlinehändler nicht mehr umhinkommen, sich verstärkt der Nutzung von Facebook als Event-Plattform zu widmen. Hier schlummern auch im reinen Verkaufsbereich große Potentiale.

Sie möchten [rechtssicher im Internet verkaufen](#) oder selbst auf Ihren Webseiten [kostenpflichtige Live-Videos / Videos on demand](#) anbieten? Wir sichern Sie ab!

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt