Backstage Software

Kostenlos für Veranstalter

Das Setup

Werbung, die Tickets verkauft.

Pixel, Kampagnen, Budget und Auswertung für Events.

Damit Meta Käufer sucht und nicht nur Klicker.

Tracking · Kampagnen · Budget · Kostenlos

Ausgabe 2026

backstage-software.com

Warum Klicks nichts sagen

Meta liefert, was du bestellst.

Stellst du eine Kampagne auf Klicks, sucht Meta Leute, die gern klicken. Das sind selten die, die kaufen. Die Zahl sieht gut aus, der Vorverkauf nicht.

Damit Meta nach Käufern sucht, muss es wissen, **wer gekauft hat.** Dafür brauchst du sauberes Tracking auf deiner Eventseite.

Schritt 1

Tracking zuerst.

- [ ] Meta-Pixel ist auf der Eventseite eingebaut
- [ ] Conversions API sendet Käufe zusätzlich vom Server
- [ ] Das Kauf-Ereignis enthält den Betrag
- [ ] Ein Testkauf taucht im Werbekonto auf
- [ ] Deine Domain ist bei Meta verifiziert

Wichtig Ohne Conversions API gehen Käufe verloren, zum Beispiel durch Werbeblocker. **Pixel allein reicht heute nicht mehr.**

Schritt 2

Drei Zielgruppen, drei Jobs.

Retargeting

Wer deine Eventseite oder dein Profil schon kennt. Am nächsten am Kauf, hier zuerst Budget.

Ähnliche Käufer

Leute, die deinen bisherigen Käufern ähneln. Braucht eine Käuferliste.

Neue Leute

Lokal und nach Interessen. Teuer pro Kauf, aber nötig zum Wachsen.

Tipp Kleines Budget? Dann **nur Retargeting.** Da ist jeder Euro am meisten wert.

Schritt 3

Budget nach Phase.

Vorverkaufsstart
Retargeting klein, Ankündigung an alle, die dich kennen

Sobald genug Käufe da sind
Kampagne auf Käufe optimieren statt auf Klicks

Vor jedem Preissprung
Budget kurz hoch, mit „Morgen wird es teurer“

Letzte Woche
Das meiste Budget, Fokus auf Retargeting und Last Call

Schritt 4

Was in die Anzeige gehört.

1. **Echte Bilder vom letzten Abend**
   Volle Tanzfläche schlägt jede Grafik.

2. **Datum und Ort in den ersten Sekunden**
   Wer das nicht sofort sieht, scrollt weiter.

3. **Ein Grund für heute**
   Restmenge, Preissprung, Countdown.

4. **Hochformat**
   Für Stories und Reels gebaut, nicht zugeschnitten.

Nach jedem Event

Was hat ein Kauf gekostet?

Werbeausgaben gesamt	
Käufe aus Anzeigen	
Umsatz aus Anzeigen	
Kosten pro Kauf	

So geht es

Kosten pro Kauf = Ausgaben ÷ Käufe. **Liegen die Kosten pro Kauf über deinem Gewinn pro Gast, verbrennst du Geld.**

Pixel, Conversions API, Auswertung. Eingebaut.

Backstage bringt Meta-Pixel und Conversions API auf deiner eigenen Eventseite mit. Deine Werbeausgaben stehen direkt neben den Verkäufen. **Keine Grundgebühr, kein Abo.**

Kostenloses Gespräch buchen →

backstage-software.com →

Hat dir das geholfen? **Schick es einem Veranstalter, der es braucht:**
backstage-software.com/playbook/ads