Backstage Software

Kostenlos für Veranstalter

Das Playbook

Ausverkauft.
Nicht nur voll.

7 Hebel, mit denen du **mehr Tickets verkaufst** und **weniger an Plattformen abgibst.** Aus der Praxis von Veranstaltern, die selbst an der Tür stehen.

7 Hebel · Fahrplan · Checkliste · Kostenlos

Ausgabe 2026

backstage-software.com

Warum wir das aufschreiben

Wir haben jeden dieser Fehler selbst gemacht.

Wir veranstalten eigene Eventreihen in Hamburg. Wir haben über große Ticketplattformen verkauft, Gästelisten in Notizen gepflegt und nach dem Abend mit Promotern über Zahlen diskutiert.

Irgendwann haben wir uns unser eigenes System gebaut. Was wir dabei gelernt haben, steht hier. **Keine Theorie, nur Dinge, die wir selbst an echten Abenden ausprobiert haben.**

Du musst nicht alles umsetzen. Nimm dir die zwei, drei Hebel, die bei dir am meisten fehlen. Schon einer kann den Unterschied machen.

Die 7 Hebel.

01	Gebühren ehrlich rechnen	4
02	In Phasen verkaufen	5
03	Knappheit zeigen	6
04	Der Checkout	7
05	Promoter mit System	8
06	Werbung, die du messen kannst	9
07	Die Liste, die dir gehört	10
+	Bonus: Der Einlass	11
+	Fahrplan und Checkliste	12

Gebühren

Rechne deine Gebühren einmal ehrlich durch.

Ein echter Abend von uns, große Ticketplattform

Ticketumsatz	**2.445 €**
Gebühren an die Plattform	**330 € (13,5 %)**

Deine Jahresrechnung: Gebühren pro Abend mal Events im Jahr.

330 € × 20 Events = 6.600 € im Jahr

Tipp Vergleich nicht nur den Prozentsatz. Frag immer auch: **Wann kommt mein Geld?** Und: **Wem gehören die Daten meiner Käufer?**

Ticketphasen

Verkauf in Phasen, nicht zu einem Preis.

Early Bird Kleines Kontingent. Wenn weg, dann weg.	**8 €**
Regular Der Hauptverkauf	**10 €**
Late Bird Die letzten Tage	**12 €**
Abendkasse Wer wartet, zahlt am meisten	**15 €**

1 **Kontingent statt Datum.**

„Early Bird bis Freitag“ erzeugt Stille bis Donnerstag. „Nur 100 Tickets“ erzeugt Tempo ab Tag eins.

2 **Der Preis steigt. Immer.**

Wer früh kauft, darf nie der Dumme sein. Sonst wartet beim nächsten Mal jeder.

Knappheit

Zeig, was los ist. Ehrlich.

Menschen kaufen, wenn sie merken, dass es knapp wird. Aber nur, wenn sie es auch sehen.

1 **„Noch 124 Tickets“**
Zeig die Restmenge der aktuellen Phase direkt auf der Eventseite.

2 **Countdown zum Preissprung**
Nicht nur bis zum Event, sondern bis die nächste Phase teurer wird.

3 **Ausverkauftes stehen lassen**
Eine durchgestrichene Early-Bird-Phase zeigt: Hier sind schon Leute dabei.

4 **Jeder Phasenwechsel ist Content**
Story, Mail, Post. Ein Anlass, der sich von selbst schreibt.

Achtung **Nie Fake-Zahlen.** Die Szene ist klein, sowas spricht sich rum. Echte Knappheit reicht völlig.

Der Checkout

Jeder Klick kostet Käufer.

Die meisten kaufen am Handy, direkt aus einer Story heraus. Zwischen „geil, will ich“ und „bezahlt“ darf nichts im Weg stehen.

1. **Kein Konto erzwingen**
   Name und Mail reichen. Jedes Extrafeld kostet Abschlüsse.

2. **Apple Pay, PayPal, Klarna**
   Zahlen mit einem Fingertipp statt Kartennummer abtippen.

3. **Tickets beim Bezahlen reservieren**
   Ein Timer hält die Tickets fest. Niemand verliert sie mitten im Kauf.

4. **Limit pro Bestellung**
   Zum Beispiel vier Tickets. Schützt vor Weiterverkäufern.

Promoter

Jeder Verkauf braucht einen Namen.

„Ich hab so 40 verkauft“ ist keine Abrechnung. Wenn Promoter schätzen müssen, streitet ihr am Ende über Gefühle statt über Zahlen.

1. **Ein eigener Link pro Promoter**
   Jeder Kauf über den Link wird automatisch zugeordnet.

2. **Provision pro Ticket**
   Statt Pauschale. Dann lohnt sich jeder einzelne Verkauf für beide Seiten.

3. **Zwei Ebenen**
   Wer eigene Promoter mitbringt, verdient an deren Verkäufen mit. So wächst dein Team von selbst.

4. **Rangliste sichtbar machen**
   Wer sieht, wo er steht, legt nach.

Werbung

Werbung ohne Messung ist eine Spende.

1 **Pixel auf die Eventseite**

Plus Conversions API über den Server. Viele Browser blocken Tracking, sonst fehlen dir Käufe in der Auswertung.

2 **Auf Käufe optimieren, nicht auf Klicks**

Klicks sind billig. Du willst Leute, die bezahlen.

3 **Retargeting zuerst**

Wer die Eventseite gesehen und nicht gekauft hat, ist dein günstigster Käufer.

4 **Ausgaben neben Verkäufen**

Leg jeden Tag Werbekosten und Ticketverkäufe nebeneinander. Dann siehst du sofort, was sich lohnt.

Tipp Starte mit kleinem Budget und **zahl die Werbung aus dem laufenden Verkauf**, nicht vorab aus der Rücklage.

Deine Liste

Deine Käufer von heute sind deine Gäste von morgen.

Der unterschätzteste Hebel von allen. Wer einmal gekauft hat, kauft viel leichter wieder. **Aber nur, wenn du ihn erreichen kannst.**

1 **Vorverkauf zuerst für alte Käufer**

24 Stunden vor allen anderen. Die schnellsten Verkäufe, die du je machst.

2 **Mail vor jedem Preissprung**

„Morgen wird es teurer“ ist die ehrlichste Verkaufsmail, die es gibt.

3 **Mail am Tag danach**

Fotos vom Abend und das nächste Datum. Solange die Erinnerung frisch ist.

Wichtig Frag beim Kauf die Einwilligung für den Newsletter ab. Und prüf, ob deine Plattform dir die Käuferdaten überhaupt vollständig gibt.

Der Einlass

Die Schlange ist der erste Eindruck.

Wer 40 Minuten in der Kälte steht, erzählt davon. Nicht vom Line-up.

1. **Jedes Handy als Scanner**
   Mehrere Leute scannen parallel, ohne extra Geräte.

2. **Gästeliste digital und durchsuchbar**
   Name tippen statt Zettel durchblättern.

3. **Andrang pro Viertelstunde auswerten**
   Dann weißt du beim nächsten Mal genau, wann du mehr Leute an der Tür brauchst.

Alles zusammen

Dein Fahrplan bis zum Abend.

6 Wochen vorher
Eventseite live, Early Bird nur für alte Käufer

5 Wochen vorher
Early Bird für alle, Promoter-Links raus

4 Wochen vorher
Werbung starten, zuerst Retargeting

2 Wochen vorher
Wechsel auf Regular, Mail und Story dazu

Letzte Woche
Late Bird, Countdown, Mail vor dem Preissprung

Tag danach
Fotos, Danke-Mail, nächstes Datum

Zum Abhaken

Bereit für ausverkauft?

- [ ] Gebühren pro Jahr einmal ausgerechnet
- [ ] Early Bird mit festem Kontingent
- [ ] Preise steigen von Phase zu Phase
- [ ] Restmenge und Countdown auf der Eventseite
- [ ] Checkout ohne Konto, mit Apple Pay und PayPal
- [ ] Tickets beim Bezahlen reserviert
- [ ] Eigener Link für jeden Promoter
- [ ] Pixel und Conversions API eingerichtet
- [ ] Werbekosten neben Verkäufen im Blick
- [ ] Newsletter-Einwilligung beim Kauf
- [ ] Vorverkauf zuerst für alte Käufer
- [ ] Einlass per Handy, Gästeliste digital

Alle 7 Hebel. In einem System.

Backstage ist Ticketing und Software für Clubs und Veranstalter. Eigene Eventseite auf deiner Domain, Ticketphasen, Promoter-Links, Pixel, Newsletter und Einlass per Handy. **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/ausverkauft