Backstage Software

Kostenlos für Veranstalter

Der Endspurt-Plan

Die letzten 7 Tage.

Jeder Tag bekommt einen neuen Grund zu kaufen. **Mit Story- und Mailideen für jeden Tag** und einem Vorverkaufsende, das man nicht übersieht.

7 Tage · Stories · Mails · Kostenlos

Ausgabe 2026

backstage-software.com

Die Unentschlossenen

Viele kaufen erst zum Schluss.

Viele Gäste entscheiden kurzfristig. Das ist nicht schlimm, wenn du ihnen jeden Tag einen neuen Grund gibst.

Was nicht funktioniert: **jeden Tag dieselbe Story mit „Tickets im Link“.** Die überliest nach dem zweiten Mal jeder.

Tipp Neuer Grund heißt: neue Information, echte Restmenge oder ein Preissprung. **Nicht nur ein neues Foto.**

Die erste Hälfte

Vorfreude aufbauen.

Tag 7

Timetable raus: Wer spielt wann. Mail an alle Käufer und Interessierten.

Tag 6

Rückblick: Fotos oder Video vom letzten Mal

Tag 5

Restmenge: „Noch [Anzahl] Late Bird“

Tag 4

Frage an die Käufer: „Wer kommt mit?“ mit Link zum Weiterschicken

Die zweite Hälfte

Druck aufbauen.

Tag 3
Ein DJ oder Special im Fokus, kurzes Video

Tag 2
Vorletzte Phase fast weg, Restmenge zeigen

Tag 1
Last Call: Vorverkauf endet heute, Abendkasse teurer. Story und Mail.

Am Abend
Countdown bis Vorverkaufsende, danach nur Abendkasse

Ein Ende, das man sieht

Vorverkauf endet sichtbar.

1. **Feste Uhrzeit**
   Zum Beispiel am Eventtag um 18 Uhr. Klar kommuniziert.

2. **Countdown auf der Eventseite**
   Jeder, der draufschaut, sieht, wie viel Zeit bleibt.

3. **Danach klarer Hinweis**
   Statt Fehlermeldung: „Nur noch Abendkasse, [Preis]“.

4. **Abendkasse wirklich teurer**
   Sonst gibt es keinen Grund, vorher zu kaufen.

Zum Anpassen

Texte für die letzte Woche.

Beispiele

„Heute letzte Chance auf Vorverkauf.“

„Noch [Anzahl] Tickets. Danach nur Abendkasse für [Preis].“

„Timetable ist da. Wann kommst du?“

„Letztes Mal war es so. [Datum] geht es weiter.“

„Wer kommt mit? Schick ihnen den Link.“

Vor der letzten Woche

Alles vorbereitet?

- [ ] Für jeden Tag steht ein Grund fest
- [ ] Timetable ist fertig
- [ ] Fotos vom letzten Mal sind ausgewählt
- [ ] Mails für Tag 7 und Tag 1 sind geschrieben
- [ ] Vorverkaufsende und Abendkassenpreis stehen fest
- [ ] Budget für Werbung liegt auf der letzten Woche

Countdown, Restmenge, Vorverkaufsende. Automatisch.

In Backstage laufen Countdown, Restmenge und Vorverkaufsende von selbst. Danach zeigt die Seite automatisch den Hinweis auf die Abendkasse. **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/endspurt