Jörg Kirsch

Ab sofort ausverkaufte Konzerte

7 Strategien wie Du zuverlässig und erfolgreich Deine Events mit Publikum füllst

StageAID

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

Events ohne Ticket-Vorverkauf sind oft wie Russisch-Roulette 5

5 Hauptgründe für schlechte Konzertresonanz 6

Volle Veranstaltungen sind kein Zufall

Der Erfolgsbooster Vorverkauf 7

Nutzt diese 4 Vorteile beim Kartenvorverkauf 8

Kurbelt ab sofort für jedes Eurer Konzerte den Ticket-VVK an

7 Tipps für ausverkaufte Konzerte 8

Impressum 15

Vorwort

Viele Musiker, die ich kenne, klagen über schlechte Auftrittsmöglichkeiten, miese Gagen oder sonstige Benachteiligungen.

Dabei waren die Zeiten nie besser, um als Musiker oder Kreativer sein Business erfolgreich zu praktizieren. Allerdings nur dann, wenn man selbstverantwortlich handelt, sich das nötige Know-How aneignet und auch umsetzt.

Wenn das für Dich interessant ist, und Du Dir dabei kostenlose, professionelle Unterstützung wünschst, bist Du hier richtig.

Zusammen mit meinem Team, weiteren Experten und Unternehmen aus der Kreativbranche habe ich das Online-Portal „StageAID" entwickelt, das Dich ab sofort Woche für Woche mit neuen wertvollen Tipps versorgt, die Du brauchst, um weiter zu kommen.

Als Startschuss erhältst Du diesen Guide, der Dir hilft, mehr Publikum für Deine Konzerte zu generieren.

Zusammen mit Dir möchten wir unseren Beitrag dazu leisten, dass Live Musik weiterhin von echten Menschen auf echten Bühnen gemacht wird und nicht nur im Internet stattfindet.

Deshalb bieten wir Dir auch in Zukunft Tools, die Dich weiterbringen. Strategien, mit denen Du leichter an Auftritte kommst, die Dich mit den richtigen Akteuren vernetzen, die Dir neue Perspektiven im Kreativbereich schaffen.

Noch kurz zu mir: Ich selbst habe seit 1981 mehr als 10. 000 Veranstaltungen betreut und bin aktiv als Bühnenmeister, Ausbilder und Berater für Veranstalter und Künstler. Privat engagiere ich mich begeistert in mehreren Netzwerken, um die Kulturszene zu fördern.

Und nun wünsche ich Dir viel Vergnügen beim Lesen und noch mehr Erfolg beim Umsetzen unserer erprobten Praxistipps.

Jörg Kirsch

PS: Vielen Dank an meine Freunde und Kollegen, die während der Prelaunch-Phase mein Skript gegengelesen haben. Ein Kommentar war: "Jörg, die Tipps sind doch nicht nur für Musiker umsetzbar?" Stimmt, also deswegen eine kleine Ergänzung:
Diese Lektüre ist nicht nur für Musiker interessant, sondern für jeden, der eine Veranstaltung plant.

Events ohne Ticket-Vorverkauf sind oft wie Russisch-Roulette

Das Prinzip heißt Hoffnung, es gibt keine Sicherheit, keine Erfolgsgarantie.

Genau das gilt auch bei Konzerten, die rein auf Abendkasse laufen. Die Garantie heißt Ungewissheit: Ihr sitzt dann abends da und lasst Euch überraschen, was passiert. Stimmts?

Ihr kennt das: Wenn Ihr Eure Bekannten fragt, „kommst Du zu unserem Konzert?“ sagen natürlich alle zu! Richtig? Doch die Realität sieht oft anders aus. Da fällt plötzlich vielen ein, dass es „grade heute“ nicht geht …

Diese Erfahrung haben wir selbst schon oft schmerzlich gemacht. Alle Prognosen deuten auf 250 Konzertbesucher, am Schluss sind es dann grade mal 70. Schlecht fürs Gemüt, schlecht für die Location, schlecht für die Bandkasse.

Wäre es nicht schöner, wenn Ihr schon Monate vor dem Event Instrumentarien bedient, mit denen Ihr einen Großteil der

Besucherzahlen selbständig steuern könnt und damit Planungssicherheit und Eventerfolg kein Zufall mehr sind?

5 Hauptgründe für schlechte Konzertresonanz

Bevor wir Euch zeigen, wie Ihr Eure Konzerte systematisch füllt, schauen wir uns einige Hauptgründe für schlechte Konzertresonanz an und prüfen natürlich auch direkt die Gegenmittel.

1. Schlechte oder verspätete Werbung fürs Konzert. Wer Eure Veranstaltung nicht wahrnimmt, kommt auch nicht. Da hilft nur eins: macht es beim nächsten Mal besser, Ihr müsst Euer Publikum erreichen!

2. Zu viele Alternativveranstaltungen im gleichen Zeitraum. Ganz klar, da teilt sich der Kuchen oft unter mehreren Veranstaltern ungünstig auf. Ganz große Killer sind wichtige TV-Sportveranstaltungen, große Open-Airs, lokale Stadtfeste oder ähnliche Massenveranstaltungen, da kostet der Eintritt meist nichts oder wenig.

Wir selbst machen an solchen Tagen KEINE Clubveranstaltungen. Gegenmittel: Prüft sorgfältig im Vorfeld alle publizierten Veranstaltungen im für Euch relevanten Umkreis. Und trefft ruhig Terminabsprachen mit den anderen kooperationswilligen Veranstaltern. Im besten Fall könnt Ihr sogar Werbung mit- und füreinander machen.

3. Vergesslichkeit oder unverbindliche Zusagen. Wer sich Euren Termin nicht eingetragen hat oder am Konzerttag umswitcht, der ist nicht da. Also schafft Verbindlichkeit und sorgt dafür, dass jeder Fan EUREN Termin auf seiner abendlichen Ausgehliste notiert hat.

4. Eure Band ist nicht bekannt genug. Da hilft nur Aufbauarbeit. Wie Ihr Euch systematisch und erfolgreich in der Attraktivitätsskala nach oben arbeitet, zeigen wir Euch auf unserem Erfolgsportal www.stageaid.de

5. Das Wetter kann Euch einen gehörigen Strich durch die Rechnung machen. Im Winter ist es Glatteis, an heißen Sommertagen ist der Biergarten erklärter Feind jeder Indoor-Veranstaltung.

Volle Veranstaltungen sind kein Zufall!
Erfolgsbooster: Der Vorverkauf

Seht es mal so: Jeder, der sein Konzertticket gebucht hat, hat sozusagen einen Vertrag abgeschlossen. Er hat sich

entschieden, Euch zu besuchen und für Eure Leistung, das Konzert, zu bezahlen. Und je eher er das macht, desto besser für Euch.

Nutzt diese 4 Vorteile beim Kartenvorverkauf

1. Ihr habt Einnahmen.
2. Ihr könnt schon sehr früh mit dem Ticketverkauf beginnen.
3. Ihr wisst jederzeit, wieviele Tickets schon verkauft sind; also wieviele Besucher Ihr minimal erwarten könnt.
4. Wenn Ihr merkt, dass der Verkauf schleppend läuft, könnt Ihr jederzeit Maßnahmen ergreifen und die Werbung gezielt verstärken.

Kurbelt für jedes Eurer Konzerte den Ticketvorverkauf an: 7 Tipps für ausverkaufte Konzerte

Bevor es los geht: Wir setzen mal voraus, dass Facebook, Instagram, Youtube, Eure eigene Homepage und Newsletter keine

Fremdwörter für Euch sind, denn das sind die Tools, die Ihr online braucht. Baut vor allen Dingen Eure eigene Homepage zum Headquarter Eurer Aktivitäten aus. Spezialstrategien zu den einzelnen Gebieten gibt es immer wieder aktuell auf www.stageaid.de

Wir stellen Euch 7 clevere, leicht umzusetzende Möglichkeiten vor, die Euch, konsequent angewendet, unweigerlich bekannter machen und Eure Konzerte füllen. Wenn Ihr nur eine einzige dieser Ideen entschlossen umsetzt, bringt Euch das schon weiter.

Also auf geht's!

Wichtigste Regel: Der Vorverkauf muss eurem Publikum Vorteile bieten. Entweder günstigerer Preis oder Ihr denkt Euch ein unwiderstehliches Angebot aus.

1. Gestaltet Tickets zum Ausdrucken im DIN-A6 Format. Auf die Vorderseite kommen die großen 3 relevanten Konzertinfos:

Was / Wer (Euren Bandnamen)

Wann (Datum), in einer kleineren Zeile: Einlass und Beginn

Wo (Location)

Weitere Infos: Preisangabe, Internetseite der Band(s), Adresse der Location und clevererweise noch die nächsten Konzerttermine.

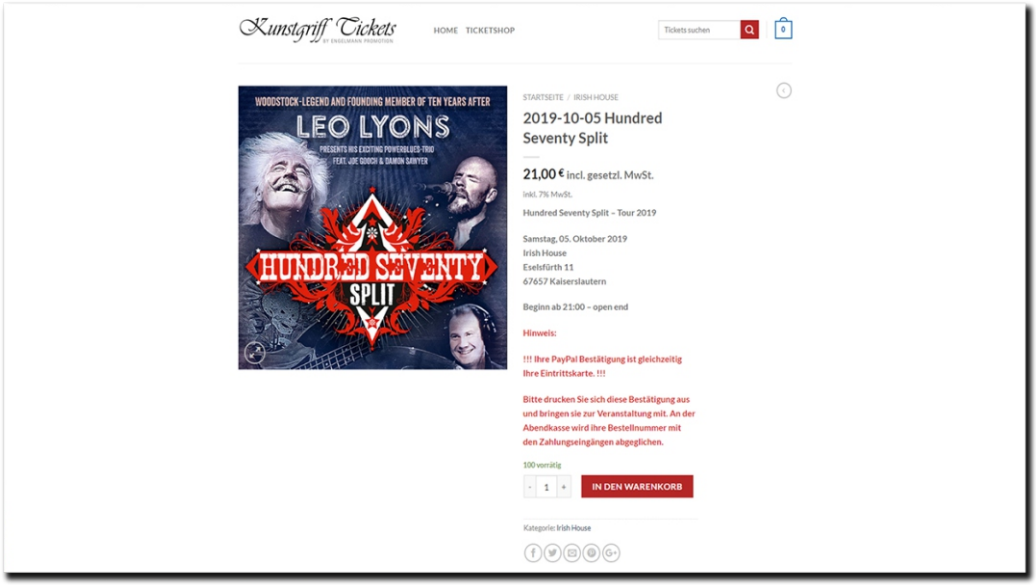
2. Ticketdirektverkauf: Nehmt immer selbst Tickets zum Verkauf mit und gebt sie zusätzlich auf Kommission kommunikationsstarken Freunden. Sprecht Eure Fans, Bekannten und jeden an, der als potentieller Besucher in Frage kommt. Auf diese Weise sind wir für ein Clubkonzert schon weit über 100 Tickets losgeworden. Nutzt diese Möglichkeit, wenn der Gig in Eurer Heimatregion stattfindet. Wenn Ihr fleißig seid, funktioniert der Direktverkauf meistens richtig gut.

3. Physische Vorverkaufsstellen. Bittet Bekannte, die ein Unternehmen haben, Euch als Vorverkaufsstelle zu unterstützen. Gebt Ihnen ein entsprechendes Ticketkontingent und kommuniziert das in Euren Onlineauftritten. Zusätzlich könnt Ihr regional vorhandene Ticketshops nutzen, allerdings wird hier meist eine Vorverkaufgebühr fällig.

4. Ein eigener Online Ticketshop eignet sich ideal, um Eure Fans im Internet zu erreichen. Die passenden Anbieter findet Ihr mit Google im Netz. Die richtige Zahlmethode wählen und Ihr habt die Einnahmen direkt auf Eurem Konto.

Aus Wettbewerbsgründen nennen wir hier keinen Anbieter. Nützlich sind bei der Auswahl Bewertungen und Erfahrungsberichte anderer User. Etwas vorsichtig solltet Ihr sein, wenn das Konzert ausfällt. Gute Zahlsystemanbieter bieten eine unkomplizierte Rückabwicklung an.

5.) Ticketportal, die Alternative: Ihr schließt Euch einem Ticketportal an. Das übernimmt die komplette Abwicklung kundenseitig und teilweise auch aktive Bewerbung. Hier dauert es etwas, bis die Auszahlung stattfindet. Außerdem fallen Kosten an, das heißt reduzierter Gewinn. Wir sind mit unseren Veranstaltungen auch in verschiedenen Portalen. Vorteilhaft ist neben dem Werbeeffekt, dass die Zeit- und Aufwandreduktion oft erheblich ist.



6.) Wichtig: Aktion per Ticketlink: Platziert einen „Ticketlink“ auf Eurer Homepage und Euren sonstigen Konzertankündigungen wie Facebook, Instagram, Newsletter etc. Hier bietet Ihr den direkten Zugang zu Eurem Online-Shop an und könnt Eure Tickets hier verkaufen. Über StageAID werden wir dieses Thema noch genauer beleuchten, und Euch zeigen, wie Ihr auf diesem Weg Eure Fanbase optimiert.

7.) Video-Salesmachine: Langes Vorspiel, kurzes Finale, wir kommen zum Video. Dreht ein kurzes interessantes Video mit Teaser als Konzertankündigung und begeistert Eure Fans schon im Voraus.

Der Inhalt:

- Wer spielt wann und wo.
- Zeigt im Clip die Tickets und wer von Euch „on the Road“ persönlich dafür ansprechbar ist (Gesichter filmen), bzw. wo die Leute sich „analog“ die gedruckten Tickets kaufen können.
- Erwähnt im Clip auch, dass die Tickets online auf Eurer Homepage bzw. der Landingpage erhältlich sind (eine Verlinkung ist obligatorisch) und beschreibt, wo die Fans die Infos dazu finden.
- Den Preis auf jeden Fall mitteilen und dass der VVK viele Vorteile bietet (Preisersparnis, Gewinnspiel, etc).

Jetzt müsst Ihr das alles nur noch posten. Am besten in allen Facebookgruppen, in denen Ihr vertreten seid und über Eure eigenen Kanäle. Ladet das Video auf YouTube hoch und bindet es auf der Startseite eurer Homepage ein. Verschickt den Link, schön grafisch gestaltet an Eure Fanletter-Abonnenten.

Wichtig: Das Startbild Eures Videos sollte neugierig machen und mit einer prägnanten Anfangsgrafik starten.

Soweit ein Sneak zum Thema Ticket Presale. Wenn Ihr mehr wissen wollt, wir gehen mit Euch alle Gebiete durch, die Euch helfen, erfolgreich im Kreativbereich zu agieren.

Unter www.stageaid.de findet Ihr Woche für Woche neue, interessante Beiträge, in denen Experten Euch Strategien und Tipps zeigen, die Euch in der Praxis sofort weiterbringen. Dazu kommen spannende Stories, Gewinnspiele, Networking Möglichkeiten und vieles mehr ...

Auch zu diesem Thema wird es noch mehrere Tutorials geben, z.B:

- Wie kann ich mit meinen Tickets zusätzlich Geld verdienen
- Broadcastequipment und professionelle Kamerateams für Euer Sales-Video: Wie kommt Ihr da günstig ran
- Warum Ticketverkauf aus dem Proberaum heraus gar nicht so dumm ist.
- Wie hilft Euch die regionale Presse, Euer Konzert zu füllen

Wir hoffen, Ihr hattet Spaß beim Lesen und wünschen Euch gute Umsetzung und wachsenden Erfolg:

Vorhang auf - Maximize Your Success!

Impressum

Autor

Jörg Kirsch

Herausgeber

StageAID c/o Engelmann-Promotion

Ziegelhütterstraße 7 | 67734 Katzweiler

Phone: 06 301 - 796 455

Fax: 06 301 - 796 456

Email: info@stageaid.de

Web: www.stageaid.de

Satz & Layout

Engelmann-Promotion

Bildnachweise

Adobe Stock, Shutterstock, Pixaby, Engelmann Fotografie

Wichtige Hinweise

Das Werk einschließlich aller Inhalte ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Reproduktion (auch auszugsweise) in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder anderes Verfahren) sowie die Einspeicherung, Verarbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung mit Hilfe elektronischer Systeme jeglicher Art, gesamt oder auszugsweise, ist ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Autors untersagt. Alle Übersetzungsrechte vorbehalten.

Für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der zur Verfügung gestellten Informationen und Material ist eine Garantie oder Haftung ausgeschlossen. Der Inhalt wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Es wird jedoch keine Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernommen.