



## Das Backend-Modell

Nicht immer ist es leicht, ein teures Hauptprodukt in den Markt zu bringen und ausreichend Käufer zu finden. Entsprechend gibt es seit einigen Jahren eine Gegenbewegung, die dem Modell des „Video on Demand“ entspricht.

Dazu erstellst Du zunächst ein Basismodell für Dein Hauptprodukt, das einen gewissen Umfang nicht übersteigt und dafür preisgünstig zu haben ist.

Verständlicherweise willst Du bei einem günstigeren Preis nicht alle Informationen preisgeben, die Du zuvor im Hauptprodukt versammelt hattest.

Also richtest Du Querverweise ein, die es Deinem Käufer ermöglichen, Upgrades zu erwerben, wenn er zu einem bestimmten Thema mehr wissen will.

Du bietest somit Dein Wissen „on Demand“ an, der Kunde muss also nur das erwerben, was er bisher noch nicht wusste und für die Lösung seines Problems noch dringend benötigt hat.

Gerade dann, wenn Deine Zielgruppe eher weniger Budget zur Verfügung hat, kannst Du sie so im ersten Schritt von Dir überzeugen. Haben die Tipps aus dem Basispaket geholfen, werden die Kunden sicherlich gerne zu den



Erweiterungen greifen.

Dennoch ist diese Lösung nicht für jede Zielgruppe bestens geeignet. Viele Kunden erwarten Full-Service und fühlen sich vor den Kopf gestoßen, wenn sie für jedes wichtige Detail zusätzliches Geld bezahlen sollen.

Vielleicht kennt Deine Zielgruppe bereits alle Details aus Deinem Basispaket, bevor sie es erworben haben, und hatten sich jetzt von Dir als Experte zusätzliches Wissen versprochen.

Wenn Sie dann noch einmal über die Hürde des „Kaufens“ springen müssen, kann es passieren, dass sie eben nicht kaufen, sondern abspringen.

Darüber hinaus ist nicht gesagt, dass überhaupt irgendeiner Deiner Kunden ein Interesse daran hat, die Erweiterungen zu erwerben. Was passiert dann? Sind Deine Werbekosten und Marketingmaßnahmen allein über die Einnahmen aus dem Basisprodukt tragfähig?

Wissen „on Demand“ wird sich in Zukunft vermutlich noch stärker verbreiten. Die Menschen sind immer öfter dazu bereit, für das zu bezahlen was sie wirklich brennend interessiert. Diese Gratwanderung zwischen „unbedingt erforderlich“ und „das kostet extra“ ist jedoch ein Kunstgriff, der auch großen Unternehmen wie Amazon Prime nicht immer gelingt.



Manch ein älterer Film sollte durchaus im Basispaket enthalten sein und nicht noch einmal extra Geld kosten und gerade bei den neueren Titeln dauert es zum Teil Jahre, bis diese im Basispaket enthalten sind.

Nicht jeder Kunde akzeptiert so eine Behandlung. Kenne Deine Zielgruppe und entscheide selbst, welches Modell in Deinem Fall die beste Lösung ist.