

# Das Ende einer Ära: Bertelsmann öffnet Buch-Clubs

✘ "Der Club" war ein erfolgreiches Geschäftsmodell des Medienkonzernes Bertelsmann. Um diese Erfolgsgeschichte auch künftig fortschreiben zu können, weicht die DirectGroup zum Juli das Clubkonzept auf. Dennoch hat sich Der Club ein attraktives Hintertürchen offen gelassen.

## Das ändert sich bei Deutschlands Buchclub Nummer 1.

Sowohl die 226-Filialen von "Der Club" als auch der Online-Shop des Buchhändlers stehen ab Juli 2011 auch Nicht-Mitgliedern offen. Bislang waren Teile des Sortiments, die so genannten Lizenztitel, nur Mitgliedern des Buchclubs zugänglich. Die rund 1.500 Lizenztitel machen ungefähr die Hälfte des Sortimentes aus.

Die Bertelsmann-Tochter DirectGroup hatte sich erst kürzlich von ihrer Büchersparte in Frankreich getrennt. Auch die portugiesischen Buchclubs, der britische Buchclub "Book Club Associates" und 50 Prozent der Spanien-Anteile wurden bereits aus dem Konzern herausgelöst. Die DirectGroup habe in den vergangenen Jahren "massiv an Umsatz verloren", meldet der Branchendienst Meedia.

## Rabatt für Mitgliedschaft

Die Öffnung der Filialen und des Online-Shops bedeutet aber keine grundsätzlich Abkehr vom Club-Modell. Denn nur Mitglieder erhalten Rabatte von 25 Prozent auf das Lizenz-Sortiment.

Ein weiterer Bestandteil der Neupositionierung ist der Ausbau der Marke "Zeilenreich". Knapp 60 Filialen von "Der Club" werden ab Juli unter der neuen Marke laufen und sollen vor allem die Laufkundschaft bedienen. Auch im Web wird der Shop zeilenreich.de künftig stärker präsentiert werden. Dazu werden mobile Versionen von derclub.de und zeilenreich.de gestartet.

Dr. Bernd Schröder, Geschäftsführer der DirectGroup Germany:

*"Mit der Öffnung aller unserer Filialen gehen wir einen Schritt auf unsere Kunden zu: Laufkunden können künftig ohne Mühe und ohne Verpflichtung bei uns einkaufen. Und wer sparen möchte, erhält als Kunde mit unserer Vorteilskarte bis zu 25 Prozent Rabatt."*