

Aus für Onlinesolo

www.bol.de Die hochfliegenden BOL-Pläne von Bertelsmann-Chef Middelhoff sind gescheitert: Der Medienriese Bertelsmann wird seinen Onlinebuchhandel BOL mit den Buchklubs zusammenlegen. Die eigenständige Internettochter des Unternehmens verliert damit ihre Unabhängigkeit und wird in die Direct Group Bertelsmann integriert. Diese steuert seit Sommer 2000 das Endkundengeschäft der Bertelsmann AG.

Der IPO von BOL ist damit vom Tisch. Rocco Thiede, Pressesprecher der Direct Group, sieht darin keinen Wandel der Internetstrategie des Konzerns sondern eine Vervollkommnung: „Nach der stärkeren Anbindung des e-Business an das Offlinegeschäft erfolgt nun die konsequente Integration des Internets ins Kerngeschäft.“ Klubmitgliedern wird BOL als erweiterter Service zur Verfügung stehen, während die BOL-Kunden auf die Angebote des Klubs hingewiesen werden sollen. Bertelsmann rechnet bei BOL in die-

sem Jahr mit einem Umsatz von 180 Millionen Mark. In der Gewinnzone bewegt sich der 1999 online gegangene Buchshop jedoch nicht.

Für die Verluste schreibenden Buchklubs sei inzwischen der Turn-around geschafft. Die Zusammenlegung sei der kürzere Weg für beide Bereiche hin zur Profitabilität, hofft der Bertelsmann-e-Commerce-Chef Andreas Schmidt. Mit

diesem Schritt würden sich Kosteneinsparungen für den Konzern durch Synergien ergeben. So zum Beispiel im Marketing, im Einkauf und in der Neukundengewinnung. Bertelsmann schließt aber auch BOL-Filialen – überall dort, wo es vor Ort keine Buchklubs gibt, etwa in Dänemark und Norwegen.

Auch Mitbewerber wollen Kosten senken: Amazon und Mediantis (zuvor Buecher.de) suchen Partner.

Vanessa Vollstuben