

Online-Auftritt hat Erfolg

Der Club zieht erste positive Bilanz seines relauncheden Internet-Auftritts

VON MARION
POKORRA-BROCKSCHMIDT

Munich-Wiedenbrück. Der Club soll 2002 in die positive Gewinnzone gelangen, sagte gestern Tanja Schreiber, PR-Leiterin des Unternehmens der DirectGroup Bertelsmann. Ein spezieller Baustein im gesamten Club-Dasein ist der Internet-auftritt. Seit April diesen Jahres ist diese Internet-Seite mit einer neuen Optik und neuen Inhalten ausgestattet. Dieser Relaunch, der in nur acht Wochen umgesetzt wurde, zeigt erste Erfolge, die Maja Fröhner, Leiterin E-Commerce bei Der Club, gestern vorstellte.

Über 40 Prozent der rund vier Millionen Club-Mitglieder haben einen Internetzugang. Doch ihr weltweiten Auftritt können sowohl Club-Mitglieder als auch Nichtmitglieder gucken. Die Seite steht allen Surfern offen, doch kaufen dürfen nur Mitglieder. „Immer mehr Neumitglieder werden über das Internet geworben“, so Fröhner.

Im Oktober chattet Stefanie Graf für den Club

Bei den Usern handelt es sich vornehmlich um jüngere Menschen: Das Durchschnittsalter der Club-Mitglieder, die online im Internetauftritt des Clubs stöbern, liegt bei 38 Jahren.

Zusätzlich zu den 6.000 Produkten bietet www.derclub.de eine Weltneuheit. Im „virtuellen Buch“ kann per Maus-Klick

DER CLUB
www.derclub.de

Home Buch Musik Video & DVD Spiele Compu

Schneltruche
Bestseller
Themenspecials
Geschenke
Extra Günstig

Willkommen,
das erste Mal hier? Zur Guidetour

Schon gehört?
• Alle Bücher garantiert günstiger als im t
• Exklusive Titel - nur im Club!
• Keine lange Club-Mitgliedschaft

Neumitglieder haben Wünsche im Wert von

Stefanie Graf: "Ich bin auch dabei"
Ich bin beeindruckt von der großen Literatur-Auswahl im Club
und freue mich immer auf neues Lesestoff!

In Begleitung: PIA (rechts) hilft, sich bei www.derclub.de zurecht zu finden.

beispielsweise in Bilderbüchern oder Kochbüchern geblättert werden. Außerdem gibt es über 240 Leseproben, diverse Diskussionsforen und Chats. Am 3. Oktober steht der Fantasy-Autor Wolfgang Hohlbein online Rede und Antwort. Und am 10. Oktober chattet Stefanie Graf für den Club. Die Tennis-Legende gibt als prominentes Club-Mitglied auch persönliche Buch-Empfehlungen. Lektoren aus der Programmabteilung geben nicht nur monatlich einen Lese-Tipp, sondern sind per E-Mail auch direkt ansprechbar. Dadurch entstehe eine persönliche Atmosphäre, betonte Fröhner.

Der Relaunch wollte auch die

Nutzerfreundlichkeit des Internet-Auftritts erhöhen. So steht PIA (Persönliche Internet Assistentin) als kompetente Begleiterin zur Verfügung. Die moderne Gestaltung der Seite weist zur Wiedererkennung Parallelen zum Club-Katalog auf: Jedes Produktsegment erscheint in einer eigenen Farbe.

„Die Internetseite des Clubs begeistert die Mitglieder immer mehr“, beobachtet Fröhner. Im Geschäftsjahr 2000/01 wurde im Vergleich zu 1999/2000 eine Steigerung der online registrierten Mitglieder von 158 Prozent verzeichnet. Monatlich wächst die Zahl der Erstanmeldungen um 61 Prozent, 108 Prozent Zu-

Willkommen beim Club! Ich bin Pia, Ihr Persönlicher Internet Guide, und begleite Sie mit Rat und Tat bei ihrem Besuch auf unserer Website. Bevor ich mehr über mich und den Club erzähle, sagen Sie mir doch bitte, wie Sie heißen!

Der Club-Reiseservice
Balkonen ist auf
Hier sind die tollen
Reiseangebote!

wachs gibts bei den Logins und 160 Prozent bei den Bestellern. Monatlich gehen 38.000 Bestellungen online ein, ergänzte Schreiber. Die Steigerung des anteiligen Online-Umsatzes am Versandumsatz lag bei 130 Prozent im Geschäftsjahresvergleich. Positive Trends machte Fröhner auch bei der Freundschaftswerbung mit einer Vierfachung der Zahlen aus.

Insgesamt übertreffen die ersten Ergebniszahlen alle Erwartungen. Bei der Gesamtentwicklung des Clubgeschäfts „sehen wir am Horizont einen Aufschwung“, gab Rocco Thiede, Pressesprecher der DirectGroup Bertelsmann, einen Ausblick.

FOTO: NW