

Das Web verliert den Sonderstatus

GÜTERSLOH Hektik bei Bertelsmann: „Hier steht zurzeit alles auf dem Prüfstand. Geschäftsbereiche mit weitreichenden Business-Plänen können von heute auf morgen gekippt werden“, so ein Mitarbeiter. Das „Excellence-Program“, mit dem Konzernlenker Thomas Middelhoff sein Haus auf den Börsengang vorbereitet, fordert Opfer. Eine der Konsequenzen: Das Internet, als Hoffnungsträger schon lange entzaubert, verliert nun auch strukturell jeglichen Sonderstatus. Es herrscht die „Multichannel“-Philosophie, und die besagt, dass das Netz lediglich einer von mehreren verschiedenen Vertriebswegen ist – nicht mehr und nicht weniger. Insofern ist es nur folgerichtig, dass die Bertelsmann E-Commerce Group (BECG), in der ursprünglich der Bereich Onlinehandel gebündelt werden sollte, zum Jahresende aufgelöst wird (HORIZONT 48/2001) – eine Entscheidung, die für Branchenkenner schon lange überfällig war: Bereits im Sommer machten Gerüchte um eine Auflösung die Runde, nachdem erkennbar wurde, dass die BECG und damit ihr Chef Andreas Schmidt nach und nach demontiert wurde (HORIZONT 34/2001). Auch die Zahlen waren nicht gerade rosig: rund eine halbe Milliarde Euro Verlust gingen im Geschäftsjahr 2000/2001 auf das Konto der BECG.

Die neue Struktur ähnelt der Aufstellung vor Gründung der BECG im Juni 2000: Innerhalb der Direct Group Bertelsmann sind alle Geschäfte gebündelt, die direkt den Endkunden betreffen – also beispielsweise die Buchclubs oder der Onlinehändler BOL. Der Umsatz der Direct Group betrug weltweit im Geschäftsjahr 2000/2001 rund 3,8 Milliarden Euro. Die BECG als Online-Unterabteilung der Direct Group Bertelsmann fällt zukünftig weg, die verbliebenen BECG-Geschäftsbereiche werden anderweitig zugeordnet: Die Beteiligung am US-Online-Buchhändler Barnesandnoble.com untersteht direkt dem Direct-Group-Chef Klaus Eierhoff. Die strategische Allianz mit der Web-Musiktauschbörse Napster – Schmidts Lieblingsprojekt – läuft über Be Music, eine Unterabteilung der Direct Group. Be Music, ursprünglich von Schmidt und nun vom ehemaligen BOL-Manager

Stuart Goldfarb geleitet, betreut auch den amerikanischen Musik-Online-shop CDNow.

Der Verzicht auf eine einheitliche Koordination des E-Commerce soll vor allem die Nutzung von Synergien forcieren, neben „Multichannel“ zurzeit das zweite Zauberwort bei Bertelsmann. So plant man, die Buchclubs in Zukunft noch enger mit BOL zu verzahnen (siehe Interview). Der Ausbau der Synergien dürfte in Zukunft unter anderem die Baustelle von Eckhard Südmersen sein, der als BOL-Chef Ende des Jahres Arndt Roller Platz macht und sich innerhalb der Direct Group um strategische Themen kümmern soll: „Da ist einiges in Planung“, so Südmersen. Im Netz ist es auf jeden Fall mit den Synergien noch nicht so weit her. Beispiel: Auf www.backpage.de, der Musik-Site der Bertelsmann Music Group, wird jeweils ein „Album der Woche“ vorgestellt – ein Link zu BOL, wo man das Album kaufen könnte, fehlt.

Synergien sind auch bei den Internetaktivitäten außerhalb der Direct Group gefragt. Das Online-Angebot Wissen.de etwa wird zurzeit zu einem Content-Provider ausgebaut, der in Zukunft Inhalte aus dem gesamten Bertelsmann-Imperium auf B2C- und B2B-Basis vermarkten soll (siehe Seite 43). Im Bereich Direktmarketing rückt man derweil immer enger mit E-Circle, dem Betreiber der Internet-Community-Plattform Domeus, zusammen. Auf die mobile Zukunft des Internet bereitet sich der Konzern über die Unit Be Mobile vor, und unter dem Arbeitstitel „Moneypenny“ arbeitet man an einer Software-Lösung für Micropayment im Internet, die etwa Wissen.de künftig für Bezahldienste einsetzen könnte.

Während der Konzern also intern seine Internetaktivitäten synergetisch vernetzt, geht er mit seinen Beteiligungen streng ins Gericht: Die Kölner Tochter Topical Net Europe, ein Joint Venture mit dem US-Unternehmen Topical Net, wurde Anfang November eingestellt – das Unternehmen sollte eine neuartige Suchmaschine realisieren. Die Aufzucht neuer Start-ups wird ebenfalls eingestellt: Der ehemalige Inkubator Bertelsmann Valley konzentriert sich in Zukunft auf strategische Beteiligungen. Akuter Handlungsbe-

darf besteht auch bei Pixelpark, wo Bertelsmann mit rund 60 Prozent beteiligt ist: Die Streichung von 500 der zurzeit 950 Arbeitsplätze steht an. Dafür will man der Agentur über einen Rahmenvertrag neue Umsätze verschaffen. Das soll, ganz im Bertelsmann-Trend, über Synergien laufen: „Wir haben vereinbart, dass bei Online-Projekten Pixelpark bevorzugt beauftragt wird, wenn die Agentur gleiche Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis bietet wie ihre Konkurrenten“, erklärt Rocco Thiede, Sprecher der Direct Group Bertelsmann. *kj*

Die BECG-Demontage

Der Abbau der Bertelsmann E-Commerce Group (BECG), die im Juni 2000 gegründet wurde, hat schleichend stattgefunden: Im Februar 2001 gibt BECG die Breitband-Abteilung **Bertelsmann Broadband Group** an RTL New Media ab. Im Mai 2001 wird der Onlinehändler **BOL** in den Bereich der Buchclubs integriert. Im Sommer 2001 wird die Abteilung **Be Music** gegründet, die seitdem das Online-Musikgeschäft koordiniert. Bei der BECG waren am Ende nur noch die Beteiligung an **Barnesandnoble.com** und die Kooperation mit **Napster** verblieben.

