

Club will alle Medien besorgen

DirectGroup schreibt erstmals schwarze Zahlen

Der Club Bertelsmann will seine Mitglieder stärker binden und die Kundenzufriedenheit erhöhen: Dafür wird voraussichtlich noch in diesem Jahr ein Medienbesorgungsdienst eingerichtet. In den USA soll es das Angebot bereits ab Juli geben.

»Die deutschen Clubmitglieder geben nach unseren Berechnungen nur rund 23 Prozent ihres Medienbudgets im Club aus. Der Rest des Bedarfs wird extern gedeckt«, sagte Rocco Thiede, Sprecher der DirectGroup, dem BÖRSENBLATT. Mit dem neuen Service haben die Kunden in den Clubfilialen die Möglichkeit, alle im freien Handel erhältlichen Medien online über die Website des Clubs (www.derclub.de) oder über BOL

zu bestellen. Geliefert wird direkt nach Hause. Mit welchem Barsortiment der Club dabei zusammenarbeiten und ob die Lieferung für die Kunden portopflichtig sein wird, ist noch offen.

Auch der Club leide derzeit unter der wirtschaftlichen Lage, hieß es. Zum Jahresende würde dennoch ein positives Ergebnis im operativen Geschäft erwartet. Die Umsatzrendite soll mittelfristig bei rund sechs Prozent liegen. Die DirectGroup, in der die Clubs und die Online-Aktivitäten von Bertelsmann zusammengefasst sind, hat laut Bertelsmann-Vorstand Klaus Eierhoff im März erstmals schwarze Zahlen im operativen Geschäft geschrieben.