

# Mehr Mitglieder: „Club“ soll größer werden

**Rheda-Wiedenbrück/Bielefeld** (hn). Der Countdown in der „Club Bertelsmann“-Zentrale in Rheda hat im vergangenen Jahr genau bei der Zahl 301 begonnen. Sämtliche deutsche Filialen der Buchclub-Kette sollen nach Vorstellung von Geschäftsleiter Dirk Heß (Bild), zuständig für den Vertrieb der Directgroup Bertelsmann für Zentral- und Osteuropa mit Sitz in Rheda, in den nächsten Jahren umgebaut und modernisiert werden.

Mit der Eröffnung der neugestalteten Bielefelder Filiale am Jahnplatz hat der Konzern bei diesem Großprojekt mittlerweile schon bis auf die Zahl 260 heruntergezählt.

Ein exaktes Zeitlimit haben sich die Rhedaer Buchclub-Manager für die Aufgabe, die den Umbau von 214 eigenen Clubcentern sowie 87 Partner-Filialen umfasst, nicht gesetzt. „Ich lege lieber konkrete Zahlen vor“, will Heß mit Ergebnissen aufwarten. Der studierte Bauingenieur und

Betriebswirtschafter ist bei den Modernisierungsmaßnahmen hautnah dabei, kann so bei Statik und Statistik gleichermaßen mitreden.

Wann der eher bescheidene Rhedaer Club, der im Haupthaus eher ein Schattendasein fristet, an die Reihe kommt, steht noch nicht fest. **Mit den Wachstumswerten am Standort ist der Club aber schon jetzt zufrieden. „Der Mitgliederbestand wächst“, berichtet Pressesprecher Rocco Thiede.** Das Geschäft soll in absehbarer Zukunft deutlich erweitert und sich wie alle anderen in einem kundenfreundlichen Ambiente neu präsentieren.

Dabei gingen die Bertelsmänner streng nach wirtschaftlichen Kriterien vor. „Es machte keinen Sinn, aus Imagegründen zuerst die Konzernstandorte Rheda oder Gütersloh umzubauen“, schaut Heß zurück. Die Filialen sollen allesamt in publikumsträchtige Ladenlokale umziehen, wobei besonders darauf geachtet werde, dass Verkaufsfläche, Miete und Mitgliedszahlen der jeweiligen Clubs im angemessenen Verhältnis stünden.

Das Bielefelder Projekt mit nunmehr 200 Quadratmetern

Verkaufsfläche soll dazu beitragen, den aktuellen Kundestamm von derzeit 13 000 Kunden in den nächsten Jahren um weitere 2000 zu erhöhen. Pilotcharakter hat die Filiale, die zu den „top 15“ in der hausinternen Club-Liga zählt, durch das zukunftsweisende Interieur, das demnächst Standard für alle Zweigstellen sein wird.

Dazu gehört ein ausgeklügeltes, farbenwechselndes Lichtsystem, das unauffällig für eine angenehme Atmosphäre sorgt. An einem multifunktionalen Terminal können die Kunden CDs Probe hören, Ausschnitte aus Video- und DVD-Veröffentlichungen abrufen oder sich einen Überblick über neue PC-Spiele verschaffen. Zudem können Club-Mitglieder kostenlos den Internetzugang nutzen.

Die Zukunft hat auch schon vor dem Laden begonnen. An einem interaktiven Plasmabildschirm im Schaufenster können sich die Kunden auch außerhalb der Geschäftszeiten per Handy einwählen, an Gewinnspielen teilnehmen oder künftig auch Bestellungen aufgeben.