

Zündstoff aus Rheda

Nachdem in der vergangenen Woche geplante Änderungen in den Verträgen zwischen dem **Bertelsmann Club** und seinen Sortimentspartnern durchgesickert waren, stößt der Club seine Partner erneut vor den Kopf: Er weitet seine Kooperationen mit dem Buchhandel erstmals auf Warenhäuser aus. Das bestätigte Club-Sprecher **Rocco Thiede** auf Anfrage von **buchreport**.

Zwei Testflächen gibt es bereits: Im **Kaufhaus Schnüchel** in Unna betreibt der Club eine 75-qm-Fläche und ersetzt damit die Buch- und Medienabteilung des 5000-qm-Kaufhauses. Auch im niedersächsischen Cloppenburg hat der Club sich im **Kaufhaus CeKa** eingemietet. Club-Vertriebschef **Dirk Heß** spricht darüber hinaus bereits von einer erhöhten Nachfrage nach Club-Partnerschaften „aus anderen Branchen“.

Bisher hatte sich der Club, der alles versucht, um sich zurück in die schwarzen Zahlen zu katapultieren, bei seinen Partnerschaften auf das klassische Sortiment beschränkt. Die exklusive Zusammenarbeit mit dem Buchhandel war zwar nicht vertraglich zugesichert, zumindest aber hat der Club sich in der Vergangenheit zum Sortiment als einzigem Partner bekannt: „Der Geist von **Reinhard Mohn** bestimmte die Richtung, deshalb gab es keine Kooperationen außerhalb des Buchhandels“, kommentiert **Peter Liesegang**, Buchhändler aus Schleswig und seit 15 Jahren Club-Partner.

Neues Provisionsmodell könnte ein Drittel der Partner schlechter stellen

Für zusätzliche Stimmung zwischen Club und Partnern sorgt der Vertragsentwurf, den die Bertelsmänner den 40 anwesenden (von ca. 80) Partnern am Sonntag und Montag bei einem Treffen in Kassel vorgelegt haben. Der Sprecherkreis äußerte sich nicht zu Details des Vertragsentwurfs, weil der Club seine Partner zum Schweigen verpflichtet hat. Angesichts der Neuerungen war in Kassel aber deutlicher Unmut zu spüren:

- Das Provisionsmodell soll geändert werden: Bisher wurde die Provision nach einer Vielzahl von Warengruppen aufgesplittet, in Zukunft soll sie nur noch nach Büchern und Non-Books unterschieden werden. Für Bücher erhält der Partner eine Provision von 17%, für Non-Books 9%. Die bisher übliche Superprovision zum Ende des Jahres fällt weg. Die Buchhändler befürchten, dass das neue Modell etwa ein Drittel der Partner schlechter stellt als bisher.
- Der Club will in Zukunft eine Lizenzgebühr verlangen: Die Partner sollen u.a. dafür zahlen, dass sie den Namen Bertelsmann Club führen und das Kassensystem benutzen dürfen.
- Verträge werden auf ein Jahr befristet; bisher galten sie zwei bis drei Jahre.
- Eine Wettbewerbsklausel verbietet es Partnern, die ihren Vertrag gekündigt haben, innerhalb der ersten neun Monate nach Kündigung einen neuen Partner – z.B. **Weltbild** – in ihre Buchhandlung zu integrieren.

Der Club legt die Hand auf Mitgliederadressen

Auch wenn die Neuerungen zu einer Vereinheitlichung der Verträge führen, was viele Sortimenter begrüßen, befürchtet die Mehrzahl der Partner eine Verschlechterung ihrer Situation. Sie wollen genau prüfen, ob sich für sie eine Partnerschaft weiterhin lohnt oder ob sie ihre Verträge auslaufen lassen.

Zunächst muss der neue Entwurf juristisch geprüft werden. Sollte er greifen, müssen die Partner mit Inkrafttreten der Neuerungen noch eine weitere Kröte schlucken: Es wird keine Pachtverträge, sondern nur noch Partnerverträge geben. Das bedeutet, dass jede neue Mitgliedschaft die Buchhändler in Zukunft gewinnen – bisher eine Bank der Partner –, nicht mehr ihnen gehört, sondern vom Club für eine einmalige Gebühr übernommen wird.