

"Stopping the Clock" - AOL UK am Ziel: Internet-Zugang über Flat-Rate für alle Kunden in Großbritannien

London (ots-PRNewswire) - Die Mitgliederzahl von AOL in Großbritannien überschreitet 1 Million-Marke. Die AOL-Flat-Rate - Großbritanniens einziges echtes, bedingungsloses Flat-Rate-Konzept im US-Stil - erreicht unter den Mitgliedern Rekorde bei Nutzung und Akzeptanz. AOL UK beschleunigt Wachstum durch Gratis-Probezeit und Verteilung von AOL Flat-Rate-CDs in 240 ASDA-Supermärkten und durch Einführung des neuen Internet-Dienstes 'AOL Anywhere'. AOL UK ist am Ziel mit der Einführung von 'Stopping the Clock' (Die Uhr anhalten), und macht den ungetakteten Internet-Zugang mit seinem neuartigen Konzept der AOL-Flat-Rate allen Kunden in Großbritannien zugänglich. Das Unternehmen gibt außerdem bekannt, dass ganz im Sinne dieses Erfolgskonzeptes nun auch die Mitgliederzahl seines wichtigsten Dienstes die 1 Million-Marke überschritten hat.

(Ein neues Foto von Connie beim Zertrümmern der Uhr ist erhältlich bei Blink, +44 (0) 20 7489 9977)

Die AOL-Flat-Rate - das erste und bis dato auch einzige Konzept für den ungetakteten Internet-Zugang, das auf dem neuen, auf Initiative von AOL UK entwickelten FRIACO-Tarif beruht - hat es seit seiner Einführung am 19. September unter den vorhandenen AOL-Mitgliedern in Bezug auf Akzeptanz und Nutzung zu Rekordwerten gebracht.

Ab sofort können alle Kunden des führenden Subskriptions-Online-Dienstes mit der AOL-Flat-Rate den ungetakteten Internet-Zugang für eine monatliche Gebühr von nur £14,99 nutzen, in der sämtliche Zugangs- und Telefonkosten für den Internet-Zugang sowie unbegrenzter Support für alle Mitglieder ohne versteckte Kosten, umständliche Verträge und ohne Wechsel der Telefongesellschaft enthalten sind. Mit diesem Konzept werden den Mitgliedern zu einem ungemein niedrigen 'Alles drin'-Preis die unbestrittenen Vorzüge von AOL - die Benutzerfreundlichkeit, die Bequemlichkeit, die erstklassigen Inhalte, die globale Gemeinde, die familienfreundlichen Kontrollmöglichkeiten für Eltern und vor allem die überragende Infrastruktur - geboten.

Die britischen Verbraucher können die Zugangssoftware über die

Telefonnummer 0800 376 5588 oder im Web über <http://www.aol.co.uk> beziehen.

Das Unternehmen gibt weitere Schritte für den Ausbau der von keinem anderen Mitbewerber erreichten Basis von einer Million Mitgliedern bei AOL UK bekannt:

- * Eine einzigartige Probezeit für den AOL-Service für neue Mitglieder, in der auf die Zugangsgebühr für den ersten Monat verzichtet wird und in der 50 Stunden lang ohne jegliche Kosten für den Zugang oder die Telefonverbindung zum Internet gesurft werden kann.

- * Die Verteilung von CDs in 240 britischen Supermärkten von ASDA, dem ersten Einzelhandelspartner der AOL-Flat-Rate, die am 13. November beginnt und mit der die neue Partnerschaft mit der Wal-Mart-Handelsgruppe eingeleitet wird. Mit dieser Vereinbarung, die erstmals im August bekanntgegeben wurde, wird auch ASDA, das beliebte Handelsunternehmen für Lebensmittel, in die Shopping-, Interessen- und Lifestyle-Kanäle von AOL UK integriert und über besondere Online-Marketing-Kampagnen beworben.

- * Die Einführung des neuen, wirklich benutzerfreundlichen AOL-Mobil- und SMS-Mobildienstes, den das Unternehmen als Teil der 'AOL Anywhere'-Strategie gesondert bekannt gibt (in der unten stehenden Pressemeldung), und mit dem den Kunden der Zugriff auf die interaktiven Tools und Inhalte an jedem Ort, zu jeder Zeit und in jeder Weise wunschgemäß ermöglicht werden soll.

Karen Thomson, Managing Director von AOL UK, sagt hierzu: "Der heutige Tag, an dem wir unser Versprechen 'Stop the Clock' für die Verbraucher in Großbritannien erfüllen, markiert einen historischen Wendepunkt für die interaktiven Medien in diesem Land. Die AOL-Flat-Rate ist das Ergebnis unserer Anstrengungen zur Reformierung der überholten Abrechnungssysteme der in Großbritannien dominanten Telefongesellschaften, damit die Verbraucher das Internet überall zu einem integralen Bestandteil ihres Alltags werden lassen können. Dieses Ereignis ist um so aufregender, als wir zugleich die Überschreitung der magischen Grenze von einer Million Kunden in Großbritannien feiern können."

Und Frau Thomson setzt fort: "Dieses einzigartige und transparente Konzept des ungetakteten Zugangs zum Internet im amerikanischen Stil

hat seine Tragfähigkeit unter unseren derzeitigen Mitgliedern schon bewiesen: Noch nie in unserer Geschichte wurde ein neues Preiskonzept so schnell akzeptiert und so umfangreich genutzt. Nun, nach einer weiteren Ausbaustufe unseres Netzwerkes, sind wir bereit, in die nächste Wachstumsphase einzutreten und die AOL-Flat-Rate für alle Haushalte des Landes zugänglich zu machen. Jetzt werden wir die gewonnene Schwungkraft nutzen und unsere vollkommen kostenfreie 50-stündige Probezeit anbieten, die wir über 240 ASDA-Geschäfte verbreiten und dabei mit unserem neuen Service 'AOL Anywhere' auch noch zusätzliche Vorteile für unsere Mitglieder erzielen."

Der Service erreicht schon jetzt Rekordzahlen bei der Nutzung über die AOL-Flat-Rate.

AOL UK, das für die vorhandenen Mitglieder die AOL-Flat-Rate am 19. September eingeführt hat, expandiert weiter und gewinnt dank des aggressiven Ausbaus der FRIACO-Kapazitäten durch mehrere Netzwerkanbieter des Unternehmens neue Mitglieder hinzu.

Seit der Einführung unter den vorhandenen Mitgliedern ist die Nutzungszeit, die die wichtigsten Hinweise auf Kundenloyalität und eCommerce-Potential liefert, auf fast eine Stunde pro Tag und Mitglied gestiegen, was vergleichbar mit amerikanischen Werten ist. Trotz dieses Nutzungszuwachses unter den Mitgliedern, die zur AOL-Flat-Rate gewechselt sind, können sie sich im Netz der gewohnten und unübertroffenen Qualität erfreuen.

Der FRIACO-Tarif, der im Auftrag von AOL UK 1999 von Wirtschaftsfachleuten erarbeitet und von Oftel, der britischen Regulierungsbehörde für Telekommunikation, im Mai 2000 genehmigt wurde, gestattet es den Internet-Service-Providern, ein technisch stabiles und ökonomisch tragfähiges Zugangsnetz für Flat-Rates zu entwickeln. Eine genaue Erklärung, was FRIACO ist, finden sie weiter unten bei den Hinweisen für Redakteure. AOL UK ist der erste - und bis jetzt der einzige - ISP, der ein Flat-Rate-Konzept auf der Grundlage von FRIACO anbietet.

Hinweise für Redakteure und CSEs

AOL UK

AOL UK ist das in Großbritannien führende Unternehmen für interaktive Dienstleistungen und AOL Europe untergeordnet, dem

führenden Unternehmen für Internet, Online- und eCommerce-Dienstleistungen, das quer durch Europa seine Kunden in fünf Sprachen und zehn Ländern bedient.

In der erfolgreiche Strategie der Markendiversität betreibt AOL Europe die führenden Subskriptionsdienstleister AOL und CompuServe, die Portale von AOL und CompuServe und die registrierten Nutzern offenstehenden Dienste AOL Instant Messenger, CompuServe Office und Netscape Online.

Im Rahmen seiner 'AOL Anywhere'-Strategie gibt AOL eine Reihe von Allianzen mit Technologie-Herstellern und Betreibern von mobilen Netzen bekannt, die das Ziel haben, die erstklassigen Inhalte, die Gemeinde und die sprichwörtliche Benutzerfreundlichkeit von AOL auch auf die Mobil-Plattform zu übertragen.

Seit der Markteinführung im Jahre 1995 bedient AOL Europe mit seinen verschiedenen Marken 5,4 Millionen Nutzer in ganz Europa, einschließlich der 3,9 Millionen Haushalte, die von den Subskriptionsdiensten AOL und CompuServe des Unternehmens bedient werden, und der 1,5 Millionen registrierten Nutzer der Dienste für registrierte Nutzer in Unternehmen, Netscape Online und CompuServe Office.

FRIACO - Flat-Rate Internet Access Call Origination

Flat Rate Internet Access Call Origination (FRIACO) ist eine Preisbildungsmethode für Großhandels-Flat-Rates, die für die Entwicklung der Internet-Economy einen entscheidenden Durchbruch darstellt, weil sie dem Verbraucher den Zugang zum Internet mit einer Flat-Rate amerikanischer Art zur Verfügung stellt. Sie bietet den Internet-Service-Providern (ISPs) die einzige wirklich tragfähige, ökonomisch sinnvolle, landesweit einsetzbare, von Telefongesellschaften unabhängige und ungetaktete Preisbildungsumgebung für den Zugang zum Schmalband-Internet.

Vor der Einführung von FRIACO hatten die ISPs drei Möglichkeiten für das Angebot von Flat-Rates. Die erste Möglichkeit bestand darin, dass eine Reihe von ISPs, unter ihnen in vorderster Reihe Alta Vista, von den Netzbetreibern Kapazitäten auf Taktbasis (zum Beispiel Kosten pro Minute) erwarben und ihren eigenen Nutzern eine ungetaktete (zum Beispiel festgelegte) Gebühr für die Bereitstellung dieses Zuganges berechneten. Die Kluft zwischen feststehenden

Einnahmen (taktunabhängige Gebühr für die Nutzer) und unbegrenzten Kosten (der Betrag, den sie für jede Minute, die ihre Nutzer online waren, an die Netzbetreiber bezahlten) setzte die ISPs einem erheblichen und ungedeckten finanziellen Risiko aus und führte zu Abbruch, Einschränkung oder Rücknahme aller dieser Angebote durch die ISPs.

Die zweite Möglichkeit bestand in der Nutzung des ungetakteten Tarifes der British Telecom, BT Surftime. Die meisten britischen ISPs (einschließlich AOL UK) haben BT Surftime aus einer ganzen Reihe von Gründen abgelehnt, zu denen unter anderem folgende gehören: Erstens deckt der Tarif nicht alle Kosten der ungetakteten Verbindung des Nutzers zum ISP (und verursacht damit dem ISP zusätzliche Kosten); zweitens verpflichtet die British Telecom die Verbraucher, für die Dauer von mindestens drei Monaten einen Vertrag für eine einzige, festgelegte Telefonnummer abzuschließen, während die Verbraucher gerade beim Internet-Zugang mehr Flexibilität und Mobilität wollen.

Die dritte Möglichkeit besteht überhaupt nur für Kabelanbieter und erreicht Kunden, deren Wohnungen an deren Netzwerke angeschlossen sind. Der massenhafte Einsatz dieser Lösung ist schon durch den geringen Verkabelungsgrad in Großbritannien stark eingeschränkt.

In den letzten 18 Monaten hat AOL UK um eine Alternative zu diesen drei sich in engen Grenzen bewegenden Möglichkeiten gekämpft und eine Kampagne für das Recht der britischen Verbraucher auf die gleiche Art von ungetaktetem Internet-Zugang initiiert und angeführt, wie er für Millionen amerikanischer Nutzer längst Realität ist. Die Kampagne 'Stop the Clock' begann im Mai Früchte zu tragen, als die britische Regulierungsbehörde Oftel die BT zwang, ihren Mitbewerbern unter den Telefongesellschaften Großhandels-Flat-Rate-Tarife anzubieten.

Dieser Tarif, der als Flat Rate Internet Access Call Origination (FRIACO) bekannt ist, wurde bereits im Frühjahr 1999 im Auftrag von AOL UK von Wirtschaftsfachleuten erarbeitet. Die Regulierungsbehörde verfügte nach der Überprüfung einer formalen Beschwerde der Telefongesellschaft MCI Worldcom vom letzten Dezember, dass die BT, der frühere, staatliche Telefonmonopolist Großbritanniens, einen solchen Flat-Rate-Tarif anbieten müsse.

FRIACO macht die Verbraucher-Flat-Rate möglich, indem es von der BT verlangt, den anderen Telefongesellschaften (bekannt als Other Licensed Operators oder OLOs), wie MCI Worldcom, Colt und Energis und

vielen weiteren, den umfassenden Telefonzugang zum Internet auf ungetakteter Basis anzubieten. OLOs können auf ungetakteter Grundlage Massenkapazitäten kaufen, das heißt, eine Zahlung für die Verbindung für das ganze Jahr im Gegensatz zur Minutenabrechnung zu leisten. OLOs können diese Kapazitäten an ISPs weiter verkaufen, die damit ihrerseits in die Lage versetzt werden, ihren Nutzern neben den Angeboten auf Taktbasis eine echte Flat-Rate auf der Basis feststehender Ausgangskosten und frei von unübersichtlichen Risiken anzubieten.

ots Originaltext: AOL UK

Im Internet recherchierbar: <http://recherche.newsaktuell.de>

Rückfragen bitte an:

Sasha Chisholm, AOL UK, uksasha@aol.com, +44 (0) 20 7348 8358

Polly Scambler, AOL UK, pollyscambler@aol.com, +44 (0) 20 7348 8354

Website: <http://www.aol.co.uk>

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0033 2000-11-09/08:44

090844 Nov 00

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20001109_OTS0033