

.....T...Online... Als der amerikanische Technipionier Samuel Morse 1844 seine unsterblichen Worte „Was hat Gott getan?“ von Washington nach Baltimore telegraphierte, war dies der Beginn des elektronischen Kommunikationszeitalters. Mehr als 150 Jahre und diverse Quantensprünge menschlichen Fortschritts später leben wir in einer Welt, die durch das Internet bestimmt wird. Die kühne Vision, alles mit allem vernetzen zu können und so den Austausch von Gedanken, Informationen und Gütern zu gewährleisten, ist Realität geworden. In dieser Hinsicht stellt das Internet eine historische Zäsur dar, die der Erfindung des Buchdrucks durch Gutenberg gleichkommt. Und so bemerkt der Philosoph Norbert Bolz in seinem Buch „Am Ende der Gutenberg-Galaxis“ denn auch zu Recht, dass an die Stelle der elitären bürgerlichen Öffentlichkeit für wenige das Global village für viele getreten sei: „Das elektronische Weltendorf ist mittlerweile nicht mehr Science Fiction, sondern Glasfaserkabelwirklichkeit.“

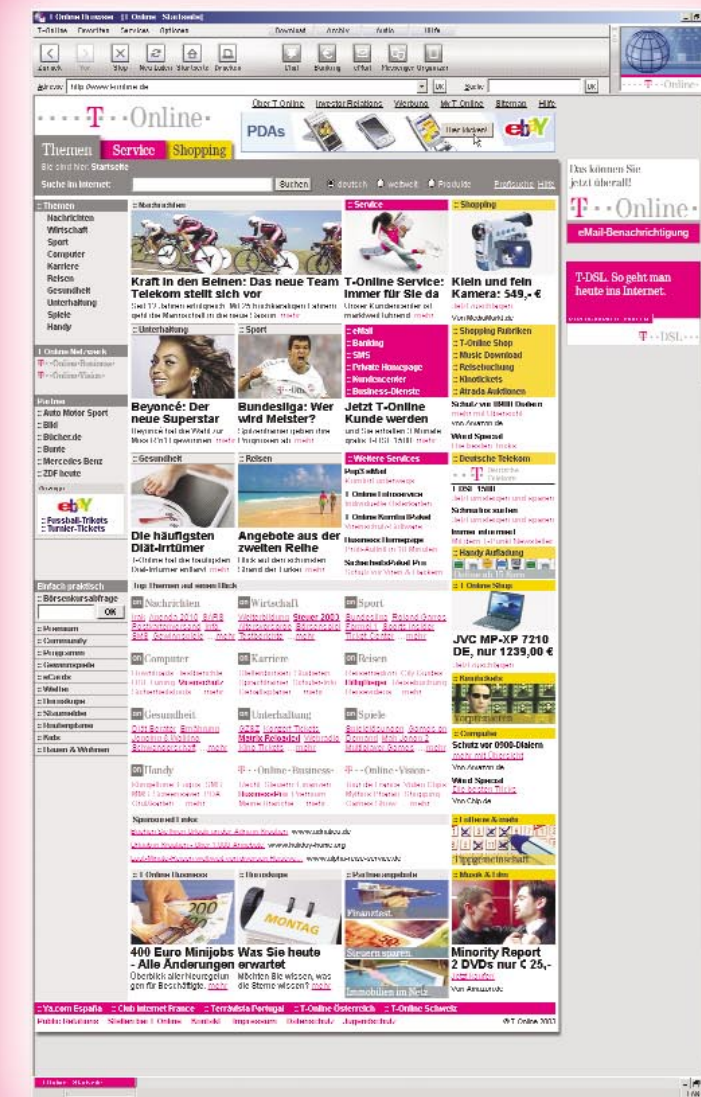
Apropos Glasfaserkabel: Die Unternehmensgeschichte der T-Online International AG, wie sie sich seit ihrer Umfirmierung zur Jahrtausendwende nennt, spiegelt genau jenen Wandel wider, der sich von Btx zu den Breitbandportalen in der Entwicklung und Anwendung neuester Technologien vollzogen hat. Nicht zuletzt deshalb hat sich der Internetgigant, der als Marke 1995 auf der IFA aus der Taufe gehoben wurde, eine der führenden Positionen in seinem Segment erkämpft und ist dabei, diese weiter auszubauen.

Die Erfolgsgeschichte von T-Online lässt sich dabei an eindrucksvollen Zahlen dokumentieren: Schon ein halbes Jahr nach seiner Gründung kommunizieren eine Million Kunden im Netz des virtuellen Telekom-Sprösslings, gut drei Jahre später, beim Vermarktungsstart von T-ISDN, sind es schon 3,3 Millionen, im November 2001 wird dann der 10-millionste Kunde begrüßt und mittlerweile zählt T-Online, gemäß des einprägsamen Imperativs „Gehen Sie mit!“, 12,5 Millionen Kunden in Europa. Doch damit nicht genug: www.t-online.de ist darüber

hinaus das reichweitenstärkste Portal im deutschsprachigen Internet (Quelle: Nielsen/NetRatings, Mai 2003).

Dieser Umstand basiert auf einer Strategie, die sich in ihrem Marktumfeld als richtungsweisend herausstellt. Nicht nur das Geschäft mit dem Internet-Zugang, sondern die Kombination von Access- und Non-Access-Produkten ist das Ei des Kolumbus, um im Internet erfolgreich zu sein. Insbesondere der zweite Aspekt wird dabei von T-Online in Kooperation mit mehr als 400 Contentpartnern konsequent ausgebaut. Zu diesen Partnern zählen zum Beispiel der Axel Springer Verlag („bild.t-online.de“) und das ZDF, mit dem sich unter „heute.t-online.de“ eine fruchtbare Content-Kooperation begründet hat. Das Portal bietet Nachrichten und Hintergründe aus Politik und Wirtschaft. Neben der Vermittlung hochwertiger Inhalte liegt der Akzent aber auch auf dem Bemühen, den Nutzern innovative Erlebniswelten zu erschließen. Entsprechend werden auf T-Online Vision neue Sendeformate im Bereich Bewegtbild und Streaming angeboten.

Das seit April 2000 börsennotierte Unternehmen, für das zwischen Lübeck und Lissabon inzwischen über 2.600 Mitarbeiter an sieben Standorten tätig sind, bleibt aber bei allem innovativen Selbstverständnis primär immer noch eins: Das Tor zu den unendlichen Weiten des World Wide Web – eine Tatsache, die durch die virtuelle Figur von Robert Eingang in das Unterbewusstsein vieler Deutscher gefunden hat. Clifford Stoll, Autor der Streitschrift „Die Wüste Internet“, hat einmal behauptet, dass die wenigsten Gesichtspunkte unseres täglichen Lebens wirklich digitaler Netze und ihrer Verbindungen bedürfen. In der Tat braucht man keine Tastatur, um Brot zu backen. Dass aber das Internet die Kommunikation revolutioniert und Menschen einander näher gebracht hat, steht außer Frage. Ebenso wie die Rolle, die T-Online bei dieser tief greifenden Entwicklung gespielt hat.



Firmenname T-Online International AG	Klassiker Internetportal T-Online (seit 1995)	Mitarbeiter über 2.600	Kunden über 12,5 Mio. (T-Online Gruppe)	Breitbandnutzung 3,05 Mio.	Page Impressions über 530.000.000 im Monat (Mai 2003)
--	---	---------------------------	---	-------------------------------	---