

■ **United Internet**

## Neues Design für Web.de

Das kostenlose E-Mail-Angebot soll bis Mitte 2011 umgestaltet werden.

**1&1 Internet** hat ein Re-Design der Oberfläche von **Web.de** angekündigt. Der neue Look des E-Mail-Dienstes soll spätestens im zweiten Quartal 2011 umgesetzt werden, so der Sprecher des Portalgeschäfts von **1&1 Internet**, **Michael d'Aguiar**, gegenüber dem Kontakter.

In das Re-Design werden die Erfahrungen einfließen, die das Unternehmen im Zuge der Umgestaltung der Freemail-Oberfläche von **GMX** gemacht hat. Diese wurde auf der diesjährigen Cebit angekündigt und schrittweise mithilfe von Empfehlungsmarketing umgesetzt. Mitte November, so d'Aguiar, werde es optisch noch einmal eine Veränderung geben. Diese betreffe zum einen die noch tiefere Integration in soziale Netzwerke. Zum anderen solle es den Nutzern ermöglichen werden, mittels Widgets die

Mail-Oberfläche nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Der Abschluss des Roll-outs ist für Ende dieses Jahres geplant.

Bei der Entwicklung des neuen Mail-Clients setzt 1&1 Internet auf proprietäre Technologien. Planung, Architektur und Umsetzung stammten aus dem eigenen Haus, so d'Aguiar. Lediglich punktuell habe sich das 1&1 Internet von ortsansässigen IT-Unternehmen zurarbeiten lassen. Namen nannte der Sprecher nicht.

Was neue Werbeformen und -formate betrifft, so ist 1&1 Internet nach eigener Aussage noch in der Testphase. Das finale Formen- und Formate-Set-Up stehe daher noch nicht fest.

Das neue Design der E-Mail-Dienste wird mit eigenen Mitteln beworben. Geplant sind Informationen im Newsletter



**E-Mail-Dienste** 1&1 gestaltet auch seine kostenlosen Mail-Angebote neu.

sowie Werbung auf den eigenen Internetseiten.

Gut 14 Millionen Nutzer in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeiten derzeit mit dem kostenlosen Angebot des E-Mail-Dienstes GMX. In Deutschland allein verzeichnet 1&1 Internet etwa ebenso viele User der Gratis-Version von Web.de. *ht*

■ **CaloryCoach**

## INTERNET-AUFTRITT WIRD AUFGEFRISCHT

Der Bewegungs- und Ernährungsspezialist **CaloryCoach** hat seinen Internet-Auftritt runderneuert: Dabei setzt das Franchise-Unternehmen unter **Calorycoach.de** auf die Farben Grün und Magenta, die auch dem neu gestalteten Logo entsprechen. Auf der Homepage sind auf einer Bühne wechselnde Bilder zu sehen. Dort werden etwa Kommentare von erfolgreichen CaloryCoach-Kundinnen oder aktuelle Aktionen angeteasert. Daneben können sich interessierte Frauen über eine Mitgliedschaft informieren. Das aufgefrischte Design der Website folgt dem neuen Markenauftritt, der sich sowohl auf eine andere optische Gestaltung als auch auf neue Claims wie „Hier komm' ich in Form“ und „Da krieg' ich die Kurve“ stützt. Aussagekräftige Bilder für die ausschließlich weibliche Zielgruppe sollen den Spaß an Bewegung und die Vitalität der CaloryCoach Mitglieder widerspiegeln. *ht*

■ **Adyen**

## Zahlungsanbieter baut sein Deutschlandgeschäft aus

**Markus Friedrichs** heuert als Vice President International Sales beim niederländischen Payment-Spezialisten **Adyen** an. Seine vornehmliche Aufgabe wird es sein, die Aktivitäten im deutschsprachigen Raum auszuweiten. Auch die Eröffnung einer deutschen Niederlassung ist für den Frühsommer 2011 geplant. Wahrscheinlicher Standort ist Berlin.

Zu den deutschen Kunden von Adyen gehören unter anderem das Gutschein-Portal **Groupon**, **Gameduell**, die Dating-Plattformen **Be2** und **eDarling** sowie das Wettportal **Tipp24**.



Friedrichs kommt vom Anbieter von Zahlungslösungen **Klarna**, wo er sechs Monate als Chief Sales Officer tätig war. Davor arbeitete er zehn Jahre lang in Führungspositionen beim Payment-Spezialisten **ClickandBuy**. *ht*

**Markus Friedrichs** soll das Deutschland-Geschäft von Adyen ausbauen.