

Gemeinsame Presseinformation vom 11. März 2022

Zum 125. Jubiläum blickt 4B auf eine stolze Tradition zurück – und modernisiert seinen Markenauftritt mit einer verstärkten Content-Orientierung für die Zukunft.

Um künftigen Kundenbedürfnissen Rechnung zu tragen, sich im Markt zu differenzieren und die Themenführerschaft in der Branche zu stärken, justiert der Schweizer Marktführer für innovative Fenster- und Fassadenlösungen seine Markenstrategie.

In der Kommunikation steht dabei die Emotionalisierung der Marke im Vordergrund: Statt technischer Fakten sollen innovative Lösungen thematisiert werden, die den verschiedenen Kundensegmenten – von Privatkunden über Architekten und Planern bis hin zu Unternehmenskunden – konkrete Mehrwerte generieren.

Mehr Kundennähe durch Content und Lifestyle

DD COM adressierte diese Herausforderung mit einer modularen Bildwelt, diversen Bewegtbild-Umsetzungen und Testimonial-Reportagen, die Lösungen von 4B durch kanalübergreifendes Storytelling erfahrbar machen. Auch wurde die Anmutung der Marke zugunsten eines stärker Lifestyle-orientierten, editorialen Charakters aufgebrochen.

Die Signalwirkung des gelb-blauen Logos tritt mit den neuen monochromen Varianten teils zurück und gibt der emotionalen Bildwelt mehr Raum. Als integratives Element wurde aus dem Logo ein agiles Signet hergeleitet, das sowohl statisch als auch dynamisch als 3D-Animation zum Einsatz kommt und wiederum Piktogramme und Illustrationen inspiriert hat. Sämtliche Fonts wurden angepasst, wobei das Zusammenspiel von Grotesk- und Serifenschriften einen editorialen Charakter erzeugt – unterstützt von einer frischen, zeitgemässen Farb-Palette.

Schnelle Implementierung und Erfolgsmessung

Im Zeitraum von rund 10 Monaten erfolgten die Konzeption und Implementierung des CI/CD. Neben Filmen zu Image, Innovation, Kundenstories und Unternehmensgeschichte sowie Brand Books für interne und externe Anspruchsgruppen umfasste das Testimonial-Reportagen, ein rundum erneuertes Web-Design, Briefschaften, Broschüren und Factsheets sowie Corporate Fashion, OOH, Car Branding und ein Sub-Branding des Weiterbildungsbereichs „4B Campus“.

Parallel dazu wurde eine Produktkampagne für das Renovationsfenster RF1 realisiert und in TV, OOH, Print und Online ausgespielt. Der messbare Erfolg der Kampagne belegte die breite Akzeptanz des Rebrandings im Markt. Aktuell ist eine zweite Welle in Planung, bei der 4B und DD COM auf der Content-Ebene mit einem bekannten

Schweizer Stil-Experten kooperieren. Mit Design-Themen hatten 4B und DD COM sich zuletzt auch durch die Launch-Kampagne der Schiebetür ST2 profiliert.

Verantwortlich bei 4B: Jean-Marc Devaud (CEO), Fabiana Grilli-Mühlebach (Leiterin Marketing & Communication), Sarah Schneider, Melanie Engel, André Grüter und Donjeta Halitaj (Team Marketing & Communication).

Verantwortlich bei DD COM: Daniel Müri (Creative Direction), Florian Brand, Nicolas Wagner und Andrea Bissig (Art Direction), Remy Bernert (Strategie und Beratung), Tobias Koenen (Digital und Beratung), Vera Trachsel (Beratung), Debora Raimondi (Bildbearbeitung), Werner Kim, Andreas Laub und Lukas Wassmer (Druckvorstufe).

Film und Fotografie: Christopher Alexander Kuhn.

Kontakt für Medienanfragen

Fabiana Grilli-Mühlebach, Leiterin Marketing & Communication: Tel. 041 914 52 28 oder fabiana.grilli@4-b.ch

Daniel Müri, Inhaber und Creative Director DD COM AG: Tel. 043 499 12 30 oder mueri@ddcom.ch

Über 4B: 4B ist ein führendes, auf Fenster und Fassaden fokussiertes Unternehmen mit Hauptsitz in Hochdorf (LU) und zehn Niederlassungen in allen Schweizer Landesteilen. Es bietet seinen Kunden ein integriertes Angebot an Fenstern und Türen mit einem umfassenden Service und Dienstleistungen im Bereich von intelligenten Gebäudehüllen. Das Unternehmen befindet sich im Besitz der Familie Bachmann und entstand 1896 aus der gleichnamigen Schreinerei. Heute beschäftigt 4B mehr als 700 Mitarbeitende und erzielt einen Jahresumsatz von rund 190 Millionen Franken. Für weitere Informationen: www.4-b.ch

Über DD COM: DD COM ist eine inhabergeführte Agentur mit Sitz im Zürcher Seefeldquartier. 1998 gegründet, beschäftigt DD COM heute 28 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus unterschiedlichen Disziplinen der Kommunikation und des Marketings. Die Agentur betreut renommierte Unternehmen aus den verschiedensten Bereichen, die grossen Wert auf stringente Konzepte, klare Botschaften sowie perfekte und effiziente Umsetzungen legen. DD COM versteht sich als Markenbauer, Markenhüter und Markenvisionär und bietet seinen Kunden massgeschneidertes 360-Grad-Marketing: www.ddcom.ch