

Q4U: Kleine Digitalagentur aus Bonn zieht großen Fisch an Land

Bonn, 24.01.2023. Q4U hat sich den internationalen Etat für das digitale Brand Design von TK Elevator geangelt und dabei große Agenturen abgehängt. Sie überzeugten die ehemalige Aufzug-Sparte von Thyssen-Krupp mit ihrem nutzerzentrierten Design-Ansatz – konsequent und nach wissenschaftlichen Forschungsergebnissen.

Nachdem Q4U bereits erfolgreich mit TK Elevator Deutschland zusammengearbeitet hat, konnte die Digitalagentur nun auch das internationale Mandat gewinnen. „Eigentlich hatten wir uns keine Chance ausgerechnet, denn zum Pitch waren große Agenturnetzwerke mit internationaler Erfahrung geladen. Der Etatgewinn kam völlig überraschend“, so Thomas Zumtobel, Gründer und CEO Digital Experience Strategy bei Q4U. „Zumal wir auch preislich anfangs nicht im vorgegeben Budgetrahmen lagen. Doch strategisches Vorgehen und echte Qualität überzeugen dann doch. Dann sind auch Budgets noch einmal verhandelbar.“

Jetzt ist Q4U die digitale Design-Agentur für TK Elevator und damit verantwortlich, dass Knöpfe im Aufzug, in Apps und im Web dem einheitlichen Markendesign von TK Elevator entsprechen. Alle Standorte weltweit fragen in Zukunft bei Q4U aus Bonn an, ob Blog, Website oder die Bedienelemente im Aufzug zum Corporate Design passen.

Strategisches Design und starkes Projektmanagement überzeugen

„Dass wir als kleines Digital-Studio den Pitch für uns entscheiden konnten, lag vor allem an unserer fundierten und konsequenten Strategie“, erklärt Janine Lindenau, CEO Operations & Project Management von Q4U. Für den Pitch haben Janine Lindenau und Thomas Zumtobel das Briefing bis ins kleinste Detail auseinandergenommen. Sämtliche Anforderungen wurden genau analysiert, reflektiert und strategisch bewertet. Den Kunden hat das anschaulich aufgesetzte Konzept in Form einer interaktiven PDF überzeugt: wie in einer Projektmanagement-Software konnte schnell und unkompliziert jeder einzelne Schritt nachvollzogen werden.

Und die Agentur ging noch weiter: Janine Lindenau und Thomas Zumtobel haben sich auch ausführlich Gedanken zu den interkulturellen Themen gemacht, die mit einem internationalen Mandat einhergehen. Hier wurde noch einmal verdeutlicht, wie die Agentur Brand-Design versteht und wie die notwendigen Approval-Prozesse international umgesetzt werden können.

Letzten Endes hat die Philosophie von Q4U, alles vom Nutzer her zu denken, für den Zuschlag gesorgt. Thomas Zumtobel: „Nur wer die User Journey konsequent zu Ende denkt und Unternehmensbefindlichkeiten kompromisslos über Bord wirft, wird mit seiner Kommunikation erfolgreich sein.“

Q4U denkt TK Elevator

Für jede Website und jede App stellt sich die Agentur die Frage: Was erwartet der Nutzer und wie kann das so umgesetzt werden, dass der Nutzer nicht nachdenken muss. „In unserer Welt nennt man das ‚Ease of use‘ und ‚Joy of use‘, also die Leichtigkeit der Nutzung und den Spaß, den der Nutzer hierbei empfindet“, erklärt Thomas Zumtobel. „Wenn in der Markenstrategie steht, ‚transforming people's lives through pioneering solutions‘, dann leitet sich daraus auch eine besondere Verantwortung für Menschen mit Handicap ab,“ ergänzt Janine Lindenau. In diesem Projekt musste Tke daher neben internationalen Aspekten auch die Vorgaben der Barrierefreiheit in den einzelnen Ländern beachten. Nicht nur die Nutzererwartungen, auch die Gesetze zur Barrierefreiheit sind landesspezifisch.

Damit das bestmögliche Ergebnis erzielt werden kann, arbeitet Q4U mit externen Partnern zusammen. Dabei verfolgen alle das gleiche Ziel: „Wir bauen das Nötigste, aber in Geil, und wir lassen alles weg, was stört.“ Denn schon Apple hat es vorgemacht: Einfachheit siegt. Simplicity ist oft der beste Weg zum erfolgreichen Projekt.

Über Q4U

Q4U ist eine Digitalagentur, die sich auf die Beratung von nutzerzentriertem Design und Digital Experience spezialisiert hat. Sie denkt Websites und Apps komplett aus der Nutzersicht und geht jede Optimierung strategisch an. Dabei stützt sich Q4U auf wissenschaftliche Erkenntnisse. Mit Hilfe neurowissenschaftlicher Methoden analysieren die Brand Experience Spezialisten die User Journey, um letzten Endes an jedem Touchpoint mit einer konsistenten Nutzerführung zu überzeugen. Und das auch noch mit einem Höchstmaß an Barrierefreiheit.

Pressekontakt:

Q4U GmbH
Paula Weege
Mozartstr. 4-10
53115 Bonn
Tel.: +49 228 976493-0
E-Mail: pweege@q4u.de
Web: www.q4u.de