

PRESSEINFORMATION

Baumit Markenrelaunch 2026: Gemeinsam besser.

Konsistenz, Klarheit, Kundenorientierung - ein starkes Zeichen für die Marke.

Wopfing, 26. Februar 2026 – Die Baumit Group, Europas Nummer 1 bei ETICS und führender Baustoffproduzent für Fassaden, Putze und Estriche, setzt 2026 ein starkes Zeichen mit einem neuen Markenauftritt. Basierend auf dem kundenorientierten Markenkern wurde ein modernes und authentisches Kommunikationskonzept internationaler Reichweite entwickelt, das die partnerschaftliche Zusammenarbeit und somit die Kunden in den Mittelpunkt stellt. Zentrales visuelles Element ist ein – eng mit dem Logo verbundenes – rotes Quadrat, das künftig als prägnanter Ankerpunkt dient. Der Relaunch stärkt Positionierung, Klarheit und Wiedererkennbarkeit der Marke. In Kampagnen wird durch „Sie“ und „Wir“ die partnerschaftliche Haltung von Baumit auf den Punkt gebracht: Fortschritt entsteht dort, wo Baumit gemeinsam denkt, handelt und Lösungen schafft.



Bildtext:

**Baumit Markenrelaunch 2026:
Gemeinsam besser.**

Europas Nummer 1 bei ETICS und führender Baustoffproduzent für Fassaden, Putze und Estriche, setzt 2026 ein starkes Zeichen mit einem neuen Markenauftritt.

Fotocredit: Baumit, honorarfrei

Markenidentität: Gemeinsam besser.

Baumit ist überzeugt: Fortschritt in der Bauwirtschaft entsteht nur gemeinsam. In der Zusammenarbeit mit Partnern, Kunden und Mitarbeitern geht es dabei um mehr als Produkte und Systeme: Es entstehen Vertrauen, starke Partnerschaften und nachhaltiger gemeinsamer Erfolg. Vertrauen ist nicht selbstverständlich, sondern das Ergebnis jahrzehntelanger verlässlicher Qualität und positiver Erfahrungen. Diese Haltung bildet den Kern der neuen Markenidentität: Gemeinsam besser.



Bildtext:

Dorijan Rajkovic, CEO Baumit Group:
„Gemeinsam besser ist für uns kein Claim, sondern Haltung“.

Fotocredit: Baumit, honorarfrei

„Gemeinsam besser ist für uns kein Claim, sondern Haltung: Fortschritt entsteht dort, wo Vertrauen, Verlässlichkeit und Partnerschaft zusammenkommen. Genau diese Haltung schärfen wir mit dem Relaunch – und machen sie an jedem Kontaktpunkt der Marke erlebbar,“ erläutert Dorijan Rajkovic, CEO Baumit Group.

Der neue Markenauftritt übersetzt diese Haltung in eine klare, reduzierte Formsprache. Das rote Quadrat fungiert dabei als prägnantes Wiedererkennungsmerkmal und Orientierungselement – digital wie analog. Ziel ist ein einheitlicher Auftritt in allen Märkten und Anwendungen: von Verpackungen und Produktkommunikation über Website und Social Media bis hin zu Messe, POS und Unternehmenskommunikation. Der Baumit Markenrelaunch wird aktuell international ausgerollt.



Bildtext:

Roman Stickler, CMO Baumit Group:

„Unser Relaunch ist mehr als ein Design-Update – er bringt die starke Marke Baumit auf den Punkt: klarer, konsistenter und partnerschaftlich“.

Fotocredit: Baumit, honorarfrei

„Unser Relaunch ist mehr als ein Design-Update – er bringt unsere starke Marke auf den Punkt: klarer, konsistenter und partnerschaftlich. Das rote Quadrat wird dabei zum prägnanten Orientierungselement und macht unseren Auftritt europaweit deutlich wiedererkennbar. Sie & Wir als Kommunikationskonzept steht für gelebte Partnerschaft – wir hören zu, verstehen Bedürfnisse und entwickeln Lösungen, die uns gemeinsam mit unseren Kunden besser machen“, ergänzt Roman Stickler, CMO Baumit Group.

Über Baumit Group (Stand per 31.12. 2025)

Unter der österreichischen Holding „Baumit Beteiligungen GmbH“ sind sämtliche Firmen der Baumit-Gruppe, der Wopfinger Transportbeton sowie der Beteiligungen an den Kalk- und Füllstoffaktivitäten Eurofillers zusammengefasst. Derzeit umfasst das Portfolio der Baumit Beteiligungen GmbH mehr als 40 Firmen, die sich vor allem mit der Herstellung und dem Vertrieb von Kalkstein, Kalk, Zement, Trockenmörtel, pastösen Produkten (Nassmörtel, Farben), Transportbeton, Kies sowie von Füllstoffen aus Kalk und Talkum beschäftigen. Die Gruppe erzielte 2025 in 21 Ländern einen Umsatz von 1,67 Milliarden Euro (+ 2,0%) und beschäftigte 4.700 Mitarbeiter.

Kontakt:

Baumit Pressestelle
Jörg Schaden
+43 676 624 17 85
office@freecomm.cc