

Bitte beachten Sie das Embargo vom 11.05.2023.

MIT NEUEM CORPORATE DESIGN IN DIE ZUKUNFT: CRÉATION BAUMANN PRÄSENTIERT MARKENRELAUNCH

Mit einem Markenrelaunch setzt der Schweizer Textilspezialist Création Baumann seine Pionierrolle fort. Seit 1886 entwickelt und produziert die Marke hochwertige Textil-Lösungen im eigenen Werk in Langenthal. Dabei hat sich das familiengeführte Unternehmen in vierter Generation stetig unter ästhetischen, technologischen, qualitativen und nachhaltigen Aspekten weiterentwickelt. Für Geschäftsführer Philippe Baumann war es nun an der Zeit, durch behutsame und zeitgemäße Anpassung der Corporate Identity dafür zu sorgen, dass sich die laufende Weiterentwicklung des Portfolios auch im Auftreten der Marke widerspiegelt. Der Relaunch soll die Marke zudem weiter bei einer progressiven Zielgruppe von Architekt*innen und Planer*innen etablieren.

Seit Beginn der Firmengeschichte entwickelt der Schweizer Textilspezialist Création Baumann innovative textile Lösungen für die Raumgestaltung. Dabei sind bestimmte Werte schon von Anfang an zentral für die Marke. Die Funktionalität der textilen Lösungen, aber auch die eigene Produktion in Langenthal machen die technologische Kompetenz von Création Baumann aus. Dabei stehen hochfunktionale Akustiklösungen, die sich auch durch die besondere Gestaltung und Vielseitigkeit auszeichnen, im Mittelpunkt. Die Langlebigkeit der Textilien, die Nachverfolgbarkeit von Prozessen durch Design, Technologie, Entwicklung und Produktion unter einem Dach sowie die Förderung von Recyclingprozessen, ermöglichen es Création Baumann, nachhaltig zu



handeln. Und auch die hohe Qualität der Produkte und die Leidenschaft für Design und Ästhetik stehen im Mittelpunkt der Markenpersönlichkeit.

Um diese Werte besser widerzuspiegeln und da sich das Portfolio beständig weiterentwickelt hat, wird nun eine zeitgemäße Anpassung der Corporate Identity an die innovative Markenpersönlichkeit von Création Baumann umgesetzt. Dies umfasst sowohl das Logo, die Bildsprache, als auch die Website und weitere Kommunikationskanäle.

Ergebnis ist ein modernes und selbstbewusstes Branding, das aber den Charakter der Marke beibehält und weiterentwickelt: einfach und schnell erfassbar, optimiert für alle Endgeräte – und dabei geradlinig, zeitlos und stark. Es transportiert die Unternehmenswerte, bringt diese auf den Punkt und gewährleistet hohe Wiedererkennbarkeit.

«Der Markenrelaunch ist eine Investition in unseren Markenkern. Es wird sichtbare Veränderungen geben, und es ist ein wichtiges Kapitel in unserer Firmengeschichte. Ein Rebranding ist immer ein großer Schritt, und es ist vor allem ein Ausdruck von unserem starken Zukunftsglauben.»

Philippe Baumann



HINWEISE FÜR REDAKTEURE

PRESSEKONTAKT DACH

Brand. Kiosk
Susanne Günther Neves / Johanna Bieber
creation-baumann@brand-kiosk.com
+49 (0)69 2691 5397

ÜBER CRÉATION BAUMANN

Das zukunftsweisende Schweizer Familienunternehmen Création Baumann entwirft, produziert und vertreibt innovative textile Lösungen für die Raumgestaltung. Diese werden als gestaltende und funktionale langlebige Elemente der Innenarchitektur eingesetzt und werden sowohl den Anforderungen an Funktionalität und Design als auch dem Schutz von Mensch und Umwelt gerecht. Das Portfolio der Marke umfasst Akustiklösungen, Einrichtungstextilien wie Vorhang- und Möbelstoffe, Funktionstextilien sowie Systeme für die Innenbeschattung.

Weltweit führend im Bereich akustischer Lösungen für die Raumgestaltung, wird die Marke seit mehr als 130 Jahren angetrieben von einem Pioniergeist, der immer wieder für Textilinnovationen sorgt. Herausforderungen in der Architektur und Innenraumgestaltung, eine tiefe Leidenschaft für Design und Raumgestaltung sowie die hohe technologische Kompetenz sind zentral für die Entwicklung innovativer textiler Lösungen von Création Baumann. Dabei sind die Textilkollektionen geprägt von zeitlosem, klarem Design einerseits sowie charakterstarken und dekorativen Entwürfen andererseits. Um dem Schutz von Mensch und Umwelt gerecht zu werden, ist Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil der Marke Création Baumann. Mit einem bedeutenden Anteil der Produktionsprozesse in Langenthal, der Förderung von Recyclingprozessen auf allen Stufen und dem kompromisslosen Qualitätsanspruch an die Langlebigkeit der hochwertigen Textilien, reduziert Création Baumann bei der Produktion seiner Textilien die Umweltbelastung auf ein Minimum.

www.creationbaumann.com

AUSWAHL DES BILDMATERIALS

CRÉATION
BAUMANN

Um hochaufgelöste Bilder zu erhalten, kontaktieren Sie bitte Brand. Kiosk via: creation-baumann@brand-kiosk.com



STICKS-N-SUSHI-OXFORD-UK.JPG



NB_CB_AUSWAHL_2_V2_S11.TIF



ZOLLVEREIN-SCHOOL-ESSEN_FOTO_SHINKENCHIKU-SHA.JPG



CREATIONBAUMANNWEBEREI.JPG



STICKS-N-SUSHI-LONDON-UK.JPG



CREATIONBAUMANN_FAERBEREI.JPG

AUSWAHL DES BILDMATERIALS

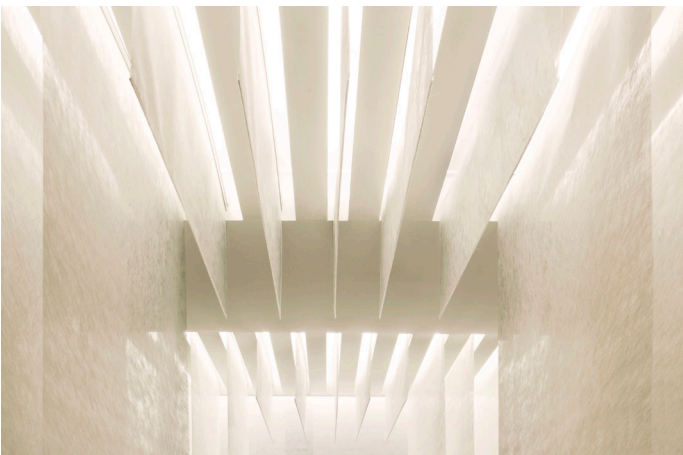
Um hochaufgelöste Bilder zu erhalten, kontaktieren Sie bitte Brand. Kiosk via: creation-baumann@brand-kiosk.com



THEATERSAAL-BFS_FOTO_RUEDIWALTI.JPG



CREATIONBAUMANN_CREATION_1.JPG



SENSAI-SELECT-KANEBO-COSMETICS_KONZEPT_GWENAEINICOLAS_ISAKUKASHIOKA_CURIOSITY_TOKYO.JPG



CREATIONBAUMANN_QUALITAETSSTEUERUNG.JPG



CREATION-BAUMANN-FAERBEREI-04.JPG



CREATION-BAUMANN-FAERBEREI-02.JPG

AUSWAHL DES BILDMATERIALS

CRÉATION BAUMANN

Um hochaufgelöste Bilder zu erhalten, kontaktieren Sie bitte Brand. Kiosk via: creation-baumann@brand-kiosk.com



CREATION-BAUMANN-CREATION-06.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-10.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-02.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-05.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-07.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-09.JPG



CREATION-BAUMANN-CREATION-03.JPG



CREATION-BAUMANN-SPANNRAHMEN.JPG

AUSWAHL DES BILDMATERIALS

CRÉATION BAUMANN

Um hochaufgelöste Bilder zu erhalten, kontaktieren Sie bitte Brand. Kiosk via: creation-baumann@brand-kiosk.com



CREATION-BAUMANN-STOFFROLLEN.JPG



CREATION-BAUMANN-ZETTLEREI-02.JPG



CREATION-BAUMANN-SYSTEMS.JPG



CREATION-BAUMANN-WEBEREI-01.JPG



CREATION-BAUMANN-ZETTLEREI-01.JPG



PHILIPPE-BAUMANN_CEO_5_300DPI.JPG



PHILIPPE-BAUMANN_CEO_1_300DPI.JPG

MIT PHILIPPE BAUMANN, GESCHÄFTSFÜHRER VON CRÉATION BAUMANN

Das Schweizer Familien Unternehmen Création Baumann wurde 1886 gegründet. Was macht das Familienunternehmen bis heute aus?

«Zentral für Création Baumann ist bis heute unsere Faszination für die Entwicklung innovativer Textilien und die Produktion im eigenen Werk in Langenthal, mit dem Ziel das Wohlbefinden der Menschen in öffentlichen und privaten Räumen zu steigern. Daran arbeiten wir jeden Tag.»

Zum Start 2023 unterziehen Sie der Marke einen Relaunch. Wieso? Was ist der Anlass für ein Rebranding?

«Wir haben unsere CI einfach länger nicht überarbeitet und man spürt, dass das Design nicht mehr ganz aktuell und zielgruppengerecht ist. Wir möchten uns mit dem Relaunch auch besser bei einer progressiveren Zielgruppe und bei Architekt*innen und Planer*innen positionieren. Ein weiterer Aspekt, den wir klären wollten, ist unsere Markenstruktur nach der Akquisition von acousticpearls. Und eine Marke benötigt ab und an einen Vitalisierungsschub.»



Im Jahr 2021 haben Sie das Unternehmen acousticpearls GmbH bei Création Baumann integriert, die Marke entwickelt sich zum Marktführer in Sachen Akustikstoffe. Wurde es Zeit, dass der Markenauftritt angepasst wurde, um die Markenmodernisierung nach Außen sichtbar zu machen?

«Création Baumann hat sich in den letzten 15 Jahren immer stärker im Akustik-Bereich positioniert und zuletzt das Produkt-Spektrum neben der Schalldämpfung auch um Schallreduktion erweitert. Die Marke acousticpearls hat mit den akustischen Paneelen genau die gleiche Kompetenz, aber wir haben entschieden, dass wir nicht zwei Marken weiterführen wollen. Wir glauben, dass es prinzipiell um die Lösung eines akustischen Problems im Raum geht. Da ist manchmal ein Paneel die Lösung und manchmal sind es Textilien. Für Architekt*innen ist es zentral, das Problem funktional und ästhetisch bestmöglich zu lösen, daher bieten wir akustische Lösungen unter einer Marke an. Der modernisierte Markenauftritt soll diese Kompetenz widerspiegeln.»

Was bedeutet das Rebranding für Création Baumann, wird es sichtbare Veränderungen geben?

«Ja, es wird auf jeden Fall sichtbare Veränderungen geben, und es ist ein wichtiges Kapitel in unserer Firmengeschichte. So ein Rebranding ist immer ein großer Schritt, und es ist vor allem Ausdruck von unserem starken Zukunftsglauben.»

Wie sieht das neue Logo aus im Vergleich zu dem alten Logo?

«Das neue Logo ist eine Weiterentwicklung des alten Logos, es behält seinen Charakter bei, ist moderner und durch die Versalien selbstbewusster und stärker. Es eignet sich vor allem deutlich besser für die digitale Darstellung und Social Media. Ich bin stolz auf die Marke und ich freue mich sehr auf die Lancierung.»

Ist die Modernisierung auch auf der Website sichtbar?

«Ja, auch auf der Website als unserem Hauptkommunikationsinstrument wird die Modernisierung und Neupositionierung sichtbar sein. Für Architekt*innen und Planer*innen ist es wichtig unsere relevanten Leistungen strukturiert zu sehen und es braucht eine effiziente Suchmaschine und Download-Möglichkeiten. Auch unseren Auftritt auf Social Media werden wir verbessern.»

Rücken neue Themen(felder) für die Marke in den Fokus?

«Nein, ich würde sagen, dass unsere bestehenden Themenfelder deutlich geschärft werden, indem wir unsere zentralen Anliegen - die ästhetische, die technologische, die ökologische Kompetenz hervorheben und fokussieren, genau wie unsere Premium-Haltung.»

Wie sehen Sie Création Baumann in 10 Jahren?

«Ich sehe Création Baumann auf dem Weg zur führenden Premium-Marke bei Architekt*innen und Planer*innen in unseren Hauptmärkten DACH, USA, Japan und Europa. Und es ist uns wichtig, dass wir weiterhin in der Schweiz produzieren und die Nachhaltigkeit in allen Bereichen konsequent umsetzen. Ich sehe uns in zehn Jahren als Marke, die bereit ist für die nächste Generation.»

Wie bleibt Création Baumann auch weiterhin Vorreiter?

«Indem wir unsere Vision und Mission leben und unserem Markenkern - innovative textile Lösungen für die Raumgestaltung anzubieten – treu bleiben. Und indem wir Innovationspotentiale erkennen und den Mut haben in neue Themen zu investieren.»