

Marco Odermatt stärkt Markenauftritt von Arbonia in Europa

Artikel vom **29. Oktober 2026**

Türen

Arbonia gewinnt Marco Odermatt als Markenbotschafter. Die Partnerschaft soll die Sichtbarkeit der Marke in europäischen Kernmärkten stärken und zeigt Parallelen zwischen Spitzensport, Präzision und Qualität bei Türen sowie Innenraumlösungen.



Die Kooperation mit Marco Odermatt soll die Positionierung als ein international führender Anbieter von Türen und Innenraumlösungen weiter schärfen und die Bekanntheit der Marke erhöhen (Bild: Arbonia).

Marco Odermatt tritt künftig als Markenbotschafter von Arbonia auf. Der mehrfache Gesamtweltcupsieger und Olympiasieger wird in Kampagnen und gemeinsamen Projekten sichtbar sein. Die Zusammenarbeit soll die Bekanntheit in den europäischen Kernmärkten erhöhen und die Marken der Gruppe bei Endkunden, Architekten, Planern und Geschäftspartnern präsenter machen. Im Mittelpunkt steht laut Angabe des Herstellers ein gemeinsamer Anspruch auf Spitzenleistung. Odermatt steht für konstant hohe Resultate in Riesenslalom, Super-G und Abfahrt. Die Firmengruppe beschreibt ihre Kompetenz rund um Türen und Innenraumlösungen für Wohn- und Gewerbebauten

sowie für Neubau und Renovation. Dazu zählen Ausführungen für Brand-, Schall- und Einbruchschutz. Entscheidend seien Material, Verarbeitung, Funktionalität und Design. Sowohl im Sport als auch bei den Produkten werde die Qualität im Detail entschieden. Im Spitzensport entscheiden Hundertstelsekunden über Sieg oder Niederlage. Bei Türen sind es Material, Verarbeitung, Funktionalität und Design, die den Unterschied machen. Präzision sei damit für beide kein Selbstzweck, sondern Voraussetzung für dauerhaft hohe Leistung.

Partnerschaft mit persönlichem Bezug

Die Zusammenarbeit geht laut Unternehmensangabe über eine klassische Rolle eines Markenbotschafters hinaus. Odermatt setzt im Rahmen eines aktuellen Bauprojekts selbst auf Lösungen aus dem Produktportfolio der Gruppe. Dadurch soll die Partnerschaft glaubwürdig wirken und einen direkten Bezug zur Anwendung erhalten. Erste Kommunikationsmaßnahmen sollen in den nächsten Monaten veröffentlicht werden. Vorgesehen sind Aktivitäten über soziale Medien, LinkedIn und ausgewählte Onlinemedien, unter anderem mit Kurzvideos und einer eigenen Bildwelt. Weitere Informationen stehen auf einer Landingpage bereit.

Hersteller aus dieser Kategorie
