

## Branders realisiert stilvollen Omnichannel-Markenauftritt für Rausch

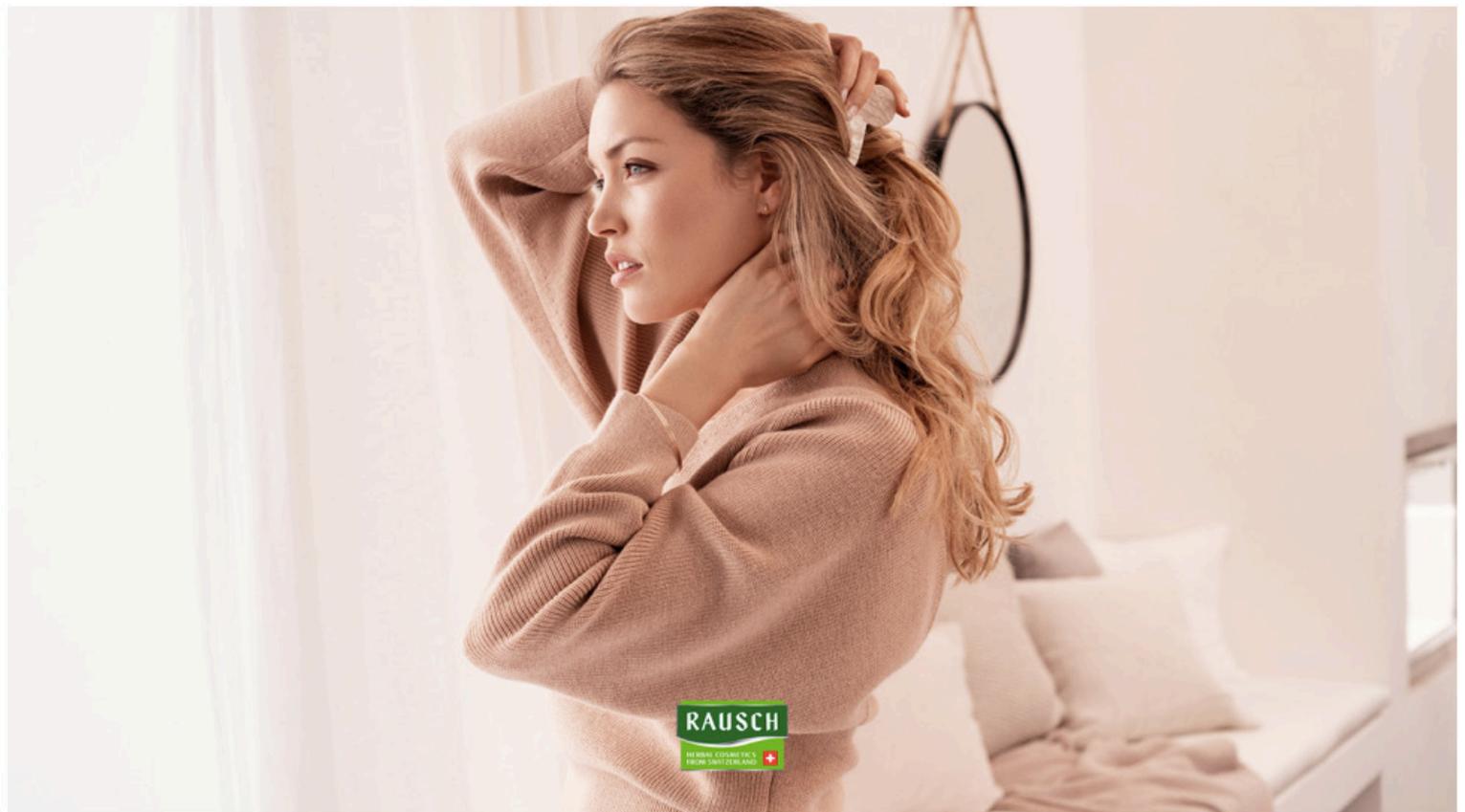
Neue Clean-Beauty- und Direct-to-Consumer-Marken erobern den Markt, und «schön» wird zunehmend mit «gesund» und «natürlich» gleichgesetzt. Branders zeigt mit einem neuen Omnichannel-Auftritt für Rausch, dass die Marke diese Philosophie schon lange lebt.

TEXT Redaktion – 26.5.2020



Der Beauty-Markt entwickelt sich genauso rasant wie die Erwartungen und das Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten. Neue Clean-Beauty- und Direct-to-Consumer-Brands sind auf dem Vormarsch, und traditionelle Marken, die den neuen Erwartungen nicht entsprechen, verlieren an Boden. Gleichzeitig hat sich die Definition von Schönheit verändert: statt auf Äusserlichkeiten basiert sie heute viel mehr auf dem Gefühl, sich dank gesunder Entscheidungen in der eigenen Haut wohl und damit schön zu fühlen.

Der neue Omnichannel-Markenauftritt von Rausch macht dieses Schönheitsverständnis über alle Kanäle nun auch in der Kommunikation erlebbar. Bis auf die ikonographische Flasche und das Logo werden sämtliche Rausch-Markenelemente einem Redesign unterzogen. Modular und individuell kombinierbar, ergeben sie ein Markenbild, das Wärme, Leichtigkeit und natürliche Schönheit ausstrahlen soll. Die neuen Rausch-Bilder, die in Image- und Produktkommunikation genauso zum Einsatz kommen wie im Contentbereich, machen den naturnahen Ansatz der Marke sichtbar und verzichten weitgehend auf Bildbearbeitung, Retouchen und künstliches Licht.





**Verantwortlich bei Rausch:** Lucas Baumann (CEO); Petra Hollenstein (Head of Marketing and Communications); Christian Heckmann (Digital Marketing Manager); Anja Kaiser (Senior Product Manager); Alina Hermann (Product Manager); Lea Riether (Product Manager); Dr. Katharina Alder (Leiterin F&E); Fabienne Sutter (Mitarbeiterin F&E); Esther Widmer, Bernadette Raschle (Communication/PR Manager); Laura Stillhart (Marketing Assistance). **Verantwortlich bei Branders:** René Allemann (CEO); Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience); Thea Ferretti (Director Communications); Thom Pfister (Executive Creative Director); Philippe Knupp (Strategy Director); Sarah Egger (Junior Brand Consultant); Palma Manco Senior Brand Designer; Soraya Gaouaoua (Senior Brand Designer); Sarah Trendle (Executive Brand Designer); Katja Wölfel (Senior Copywriter); Martin Fährndrich (Video Journalist); Thomas Hausheer (Creative Brand Technologist).