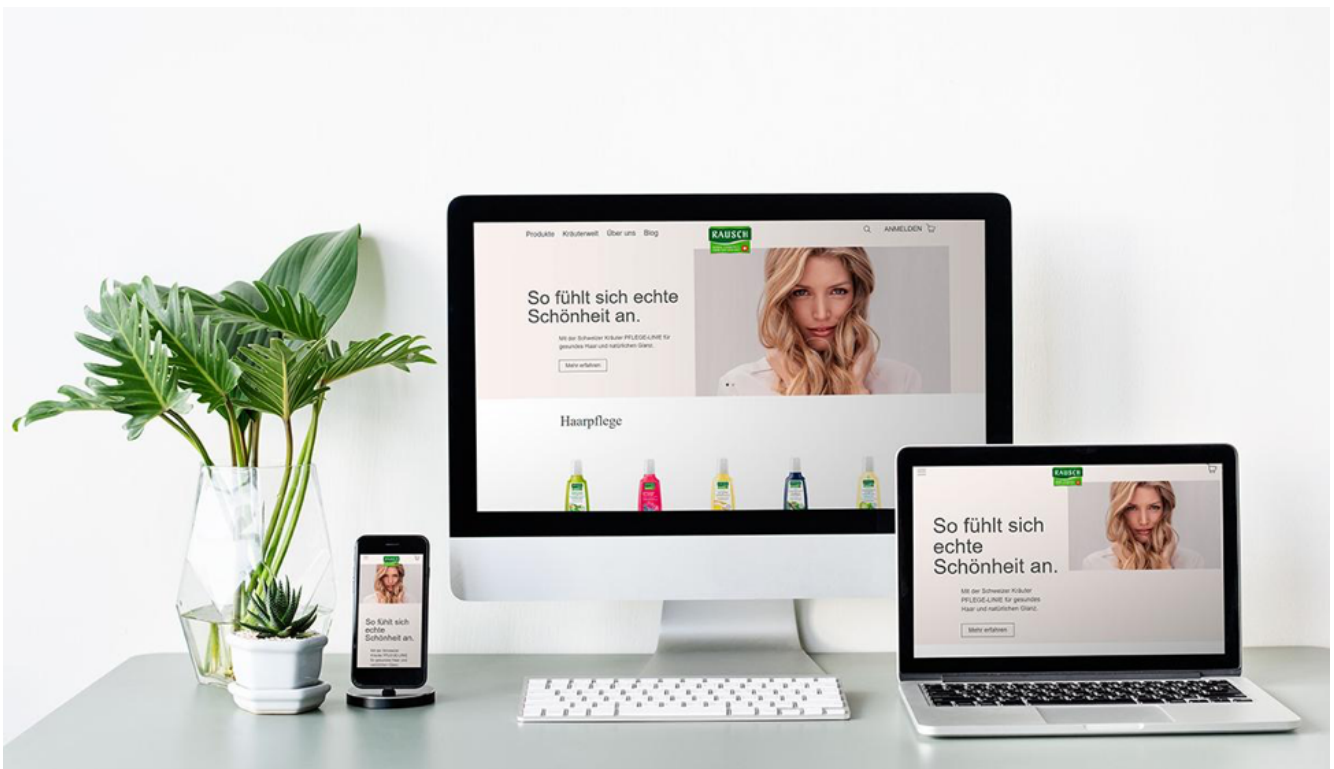


## Rausch richtet Kommunikation strategisch neu aus

Mit einer neuen Website und neuen Social-Media-Aktivitäten hat sich Rausch einer digitalen Verjüngungskur unterzogen und unterstreicht mit einer neuen Bildsprache ihren naturnahen Ansatz. Zudem strebt die Marke aktiv eine Zielgruppenverjüngung an.

TEXT Redaktion – 18.6.2020



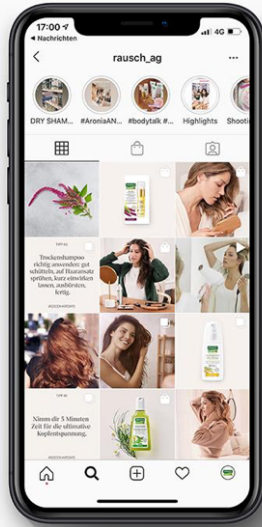
Der neue digitale Markenauftritt von Rausch hebt den naturnahen Ansatz des Familienunternehmens noch deutlicher hervor – auch mit dem Ziel, damit jüngere Kundinnen zu erreichen. «Während sich in der Vergangenheit vor allem die Generation 50+ von der Marke angesprochen fühlte, streben wir aktiv eine Zielgruppenverjüngung durch die Emotionalisierung der Marke an. Selbstverständlich müssen wir nun auch verstärkt dort kommunizieren, wo sich unsere Zielgruppe bewegt. Und das sind nun mal die digitalen Kanäle», begründet Lucas Baumann, CEO von Rausch Kreuzlingen, die strategische Neuausrichtung. Dafür muss die Marke nicht neu erfunden werden. Der Umgang mit der Natur basiert bei Rausch seit jeher auf Vertrauen, Respekt und Wertschätzung. Vielmehr geht es darum, diese Werte so zu verbreiten, dass sich auch junge Frauen davon angesprochen fühlen.

### Optisch und technisch auf dem neusten Stand

Die Website *Rausch.ch* wurde komplett überarbeitet. Es wurde vor allem darauf geachtet, dass der integrierte Webshop nicht nur auf dem Desktop, sondern auch auf sämtlichen mobilen Endgeräten übersichtlich dargestellt wird. Die angepasste Navigationsstruktur hilft den Nutzern dabei, genau die Informationen zu finden, die sie benötigen. Zusätzlich unterstützt die optimierte Benutzerfreundlichkeit dabei, den Einkauf schneller abzuschliessen.

Zudem werden auch die Möglichkeiten von Social Shoppable integriert, wobei Social-Media-Inhalte mit dem Webshop verknüpft werden. Nutzer können somit direkt vom Social-Media-Post zum Webshop gelangen, um dort den Kaufprozess abzuschliessen.

Ein wichtiges Stilmittel bildet die harmonisch aufeinander abgestimmte Bildsprache. Alle Bilder der Models und Produkte sind in Zusammenarbeit mit Branders in einem aufwendigen Fotoshooting exklusiv für Rausch entstanden und werden auf sämtlichen Kanälen eingesetzt (*Werbewoche.ch berichtete*).



**Verantwortlich bei Rausch:** Lucas Baumann (CEO); Petra Hollenstein (CMO); Christian Heckmann (Digital Marketing Manager); Anja Kaiser (Senior Product Manager); Alina Hermann (Product Manager); Lea Riether (Product Manager); Esther Widmer (Communication/PR-Manager); Bernadette Raschle (Communication/PR-Manager); Laura Stillhart (Marketing Assistance). **Verantwortlich bei Branders:** René Allemann (CEO); Marisa Gütliberger (Director Omnichannel Experience); Thea Ferretti (Director Communications); Thom Pfister (Executive Creative Director); Sarah Egger (Junior Brand Consultant); Sarah Trendle (Executive Brand Designer); Katja Wölfel (Senior Copywriter); Thomas Hausheer (Creative Brand Technologist). **Verantwortlich bei Tree Stones:** Simon Funk (CEO); Daniel Hofmann (Consulting/Project Manager); Kevin Stutz (Senior Developer); Martin Blättler (Online-Marketing Manager).