

ROSSMANN setzt mit der ISANA Creator Squad auf Social-First und baut creator-getriebene Markenführung weiter aus

07.04.2026 | Unternehmen

Unter dem Motto „ISANA. So echt wie du.“ treibt die ROSSMANN-Marke ISANA ihre Social-First-Strategie konsequent voran – und unterstreicht damit einmal mehr die Innovationskraft ihrer Markenführung.

Acht Creators begleiten die Marke das ganze Jahr über als ISANA Squad und zeigen vor allem auf TikTok und Instagram, dass Pflegeroutinen genauso individuell sind wie die eigene Persönlichkeit. „Mit der ISANA Squad startet unsere ROSSMANN-Marke ISANA eine langfristig angelegte Creator-Kommunikation und setzt damit ein klares Zeichen für zukunftsorientierte, digitale Markenführung.“ so Sandra Lorenz, Geschäftsleitung ROSSMANN-Qualitätsmarken bei Dirk Rossmann GmbH. Passend zur Botschaft „ISANA. So echt wie du.“ setzt die Strategie auf acht Creators, die so unterschiedlich sind wie ihre Communities und gerade dadurch die Vielfalt der ISANA Zielgruppe authentisch widerspiegeln.

Ziel ist es, die emotionale Bindung zu der Marke ISANA weiter zu vertiefen und den Dialog mit der Community auf den relevanten Kanälen Instagram und TikTok zu intensivieren. Damit werden die positive Wahrnehmung in der Zielgruppe und die Strahlkraft der Marke langfristig gestärkt.

Die ISANA Squad inspiriert das ganze Jahr über mit authentischen Einblicken, präsentiert Produktneuheiten und lässt ihre Community an ihren persönlichen Pflege- und Beautyroutinen teilhaben.

Mit dem Squad-Ansatz setzt ISANA auf Nähe zur Community und eine klare Social-First-Präsenz. Die Squad vereint Creators mit unterschiedlichen Perspektiven und Community-Schwerpunkten – darunter fünf reichweitenstarke Creators mit starken, aktiven Followerbases ([@selfiesandra](#), [@vanessa.tamkan](#), [@paulasenforn](#), [@haus_plan_b](#), [@shantijoantan](#)), Hair-Experte Tom ([@the.beautiful.people](#)) und Skin-Expertin Emily ([@scienskin](#)), sowie Joyce als bereits etabliertes ISANA Face und selbst Social Media Managerin bei ROSSMANN.

„Mit der ISANA Squad kreieren wir realen Content, der unsere Community inspiriert und begeistert. Indem wir auf die Persönlichkeiten und die Expertise unserer Creator setzen – die Gesichter, denen unsere Community vertraut –, erzeugen wir echte Relevanz und bringen unsere Community noch näher an die Marke.“ *Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing (Dirk Rossmann GmbH)*

Die Aktivitäten der Squad sind sowohl auf den Kanälen der Creators als auch auf dem ROSSMANN Account [@mein_rossmann](#), sowie auf den ISANA Kanälen TikTok und Instagram unter [@isana_rossmann](#) zu sehen.

Darüber hinaus umfasst der Rollout aufmerksamkeitsstarkes Dooh, Web und App sowie Platzierungen in den ROSSMANN Filialen. So verknüpft ISANA Creator-Content, Markenkommunikation und relevante Touchpoints entlang der gesamten Customer Journey in einem

ROSSMANN-Pressestelle

E-Mail: dialog@rossmann.de



ganzheitlichen Setup.

Ein Highlight im Rahmen der aktuellen Imagekampagne ist der Einsatz von Dooh im innovativen Out-of-Phone-Ansatz: Authentischer, nativer Creator-Content erscheint im Look eines TikTok-Reel-Feeds deutschlandweit auf digitalen Screens und macht die Social-First-DNA der Marke im öffentlichen Raum sichtbar.

Seit fast 30 Jahren steht ISANA als ROSSMANN-Marke für qualitativ hochwertige Produkte für den täglichen Pflegebedarf. Das breit aufgestellte Sortiment verbindet hervorragende Qualität mit innovativen Produktkonzepten und zeitgemäßem, inspirierendem Design. ISANA entwickelt moderne Pflegeprodukte, die aktuelle Trends aufgreifen und gleichzeitig ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Die Produktqualität wird regelmäßig durch unabhängige Prüfinstitute wie Öko-Test und Stiftung Warentest bestätigt.

Mehr Informationen unter [rossmann.de/isana](https://www.rossmann.de/isana)



Dooh @vanessa.tamkan- KI-generiert.

ROSSMANN-Pressestelle

E-Mail: dialog@rossmann.de

