

Namhafte Kreativität

Renaissance eines der erfolgreichsten Designprojekte - zum Neustart der Marke Ritzenhoff gestalten 29 renommierte Kreative die N25Y Kollektion

Eine beispiellose Erfolgsgeschichte - Anfang der 90er Jahre veränderte die für Ritzenhoff entwickelte Markenstrategie den Takt einer gesamten Branche. Die Glasobjekte, von einer Elite internationaler Designer gestaltet, weckten Begehrlichkeit: bei Endverbrauchern, aber auch bei den Kreativen, für die das Mitwirken zu einem sportlichen Wettbewerb geriet. Zum 25-jährigen Geburtstag und Neustart der Marke definierte sieger design erneut ein Netzwerk namhafter Gestalter und koordinierte das Projekt ganzheitlich.

Reichtum an Ideen

Zurück zu den Wurzeln, und gleichzeitig nach vorn - was vor 25 Jahren mit dem Entwurf eines Milchglases begann, erlebt nun seine zeitgemäße Renaissance. Im Frühjahr 2017 präsentiert Ritzenhoff auf der Ambiente in Frankfurt vier neue, von sieger design gestaltete Glasformen, die mannigfache Dekore international renommierter Kreativer zeigen.

Das umfangreiche Design Management verantwortete das Agenturteam aus einer Hand und lud namhafte externe Gestalter dazu ein, ihre Ideen für Milch-, Bier-, Gin- und Champusgläser zu entwickeln. Bei der Selektion und Art Direction galt es, Persönlichkeiten unterschiedlicher kreativer Branchen zu gewinnen. So brachten letztlich Produktdesigner wie Naoto Fukasawa, Architekten wie Patricia Urquiola und Carlo Dal Bianco, Interior Designer wie Noé Duchaufour-Lawrance, Illustratoren wie Hugo Guinness, Grafikstudios wie Pentagram oder Designer/Künstler wie Arik Levy ihre Entwürfe ein - insgesamt 29 Mitwirkende aus 11 Nationen (Liste siehe unten).

Raum für Fantasie

Für die Akquise und detaillierten Briefings produzierte sieger design hochwertige Printunterlagen und initiierte eine eigene N25Y Microsite. Damit das ganzheitliche Erscheinungsbild trotz aller Vielfalt bewahrt werden konnte, definierte das Agenturteam je Glasserie eine exakte Farbauswahl für die Dekore - zum Beispiel reines Schwarz bei Milch. Insbesondere die archetypisch entworfenen Produktformen ließen den Kreativen viel Raum, ihre Ideen in Szene zu setzen. Als Schnittstelle zwischen Hersteller und Gestalter synchronisierte sieger design die Anforderungen der Beteiligten, steuerte zentral sämtliche Kreativprozesse und übernahm final die Art Direction. Zum Start der Kollektion entstanden so 12 Milch-, 8 Bier-, 8 Gin- und 8 Champus-Gläser, deren Dekore sich ebenso vielfältig wie ihre Schöpfer präsentieren.

Milchgläser

Archaisch wie das Getränk selbst zeigt sich die neue Milchglasform von Ritzenhoff. Konisch öffnend und etwas flacher als der Vorgänger, erscheint der kultige Klassiker ursprünglich reduziert und zeitgemäß. Um die ikonenhafte Anmutung zu bewahren, präsentieren sich die charmanten Dekore allein in purem Schwarz. Das Weiß der Milch dient als Leinwand für die kreativen Ideen und rückt so die 12 Motive in den Vordergrund. Für die Sonderedition entwarf sieger design einen leuchtenden Dekor, der die positive Symbolkraft des SIEGER Sterns farbenfroh vermittelt.

Biergläser



Lässig und bodenständig, ehrlich und unverfälscht – das Bierglas von Ritzenhoff offenbart sich authentisch. „Es ist, was es ist“, meint Designer Michael Sieger und spielt damit auf die archetypische Formgebung an. Ein markantes Trinkgefäß, das optimal in der Hand liegt und für den zünftigen Biergenuss wie geschaffen ist. Aufmerksamkeitsstark und vielfach mit einem Augenzwinkern, präsentieren sich die typografischen sowie illustrativen Dekore in bis zu drei Farbtönen und mit Goldnuancen verfeinert.

Gingläser

Gin ist in – und aus der modernen Barkultur nicht mehr wegzudenken. Ob für den klassischen Longdrink oder innovativen Trend-Cocktail, das neue Ritzenhoff Glas ist ein zeitgemäßer und stilvoller Begleiter. Verspiegelter Chrom wirkt nicht nur kühl und frisch, sondern auch als beruhigende Leinwand für die grafischen oder verspielten Dekore. Schwarz-gelb gestaltet, lassen sie farblich unmittelbar die Assoziation zum vielfach kombinierten Tonic Water zu. Die pure, konische Formgebung garantiert einen festen Stand des Glases.

Champusgläser

Stilistische Extravaganz – während das hochgewachsene Champusglas der 1990er als avantgardistisch empfunden werden konnte, zeigt sich die neue Form deutlich klassischer. So zitiert der sechskantige, präzise gefertigte Fuß elegant geschliffene Kristallgläser. Die ersten acht Dekore aus purem Schwarz, veredelndem Gold und Platin sind stilecht auf das prickelnde Getränk abgestimmt. Eine charakteristische Erscheinung, die einmal mehr den Premiumanspruch von Ritzenhoff unterstreicht.

Die Gläser werden in Deutschland gefertigt und präsentieren sich in einer hochwertigen Verpackung, die ebenso von sieger design gestaltet wurde.

Copyright: Ritzenhoff, sieger design

Erfahren Sie mehr über das Full-Service-Projekt:

[Full Service | The Next 25 Years!](#)

Liste der Gestalter in alphabetischer Reihenfolge

Tina Berning
Pierre Charpin
Saiman Chow
Carlo Dal Bianco
Pauline Deltour
Claus Dorsch
Monica Förster
Naoto Fukasawa
Fuksas
Hugo Guinness
David Cecil Holmes
Peter Horridge
Noé Duchaufour-Lawrance
Arik Levy
Piero Lissoni
Neri & Hu
Nerodiseppia
Justus Oehler/Pentagram
Sonia Pedrizzini
Peter Pichler

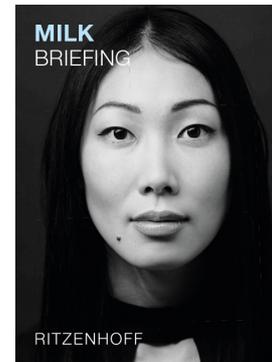


sieger design

Marlies Plank
Gisbert Pöppler
sieger design
Studio Besau-Marguerre
Studio Job
Studiopepe
Joan Tarragó
Patricia Urquiola
Mark Andrew Webber

Integrated Services | The Next 25 Years
www.sieger-design.com/projekte/the-next-25-years/

Trade fair | Moderne Metamorphose
www.sieger-design.com/projekte/moderne-metamorphose/



Kontakt

sieger design GmbH & Co. KG
 Schloss Harkotten
 48336 Sassenberg

Telefon +49 5426 9492-0
 Telefax +49 5426 9492-89
 info@sieger-design.com

Copyright concept & text: sieger design
Picture credit on request

