



The Next 25 Years

Für Ritzenhoff konzipiert und realisiert sieger design den facettenreichen Neustart in Form einer ganzheitlichen Markenstrategie

Eines der weltweit erfolgreichsten Designprojekte erlebt 2017 seine zeitgemäße Renaissance. 25 Jahre nach der Einführung der Marke Ritzenhoff koordiniert und gestaltet sieger design den nachhaltigen Neustart. Wie bereits 1992 entwarf das Agenturteam nicht nur neue Produktformen, sondern entwickelte eine ganzheitliche Markenstrategie samt Design Management und umfassender Kommunikationsmaßnahmen - von dem Corporate Design über Imagebroschüren und Pressematerialien bis hin zur Messestandarchitektur und dem POS-Konzept.

Eine Erfolgsgeschichte beginnt von Neuem

Die Idee des Milchglases markierte zu Beginn der 90er Jahre den Anfang und Durchbruch der Marke Ritzenhoff - und als heutiges Kultobjekt wohl auch ein gutes Stück Zeitgeschichte. Im August 1992 wurden 15 Muster umgesetzt, im Oktober ging die Kollektion mit 20 Dekoren an den Start, bis Ende 1992 waren bereits über 70.000 Stück verkauft. Da die Kollektion nicht nur die Handschrift eines einzelnen Designers tragen sollte, wurden weltweit namhafte Kreative eingeladen, individuelle Dekore zu entwerfen. Michael Sieger selbst markierte mit einem schwarz-weißen Kuhflecken-Muster den Anfang, bevor viele Größen wie Alessandro Mendini oder James Rizzi folgten. Diese einzigartigen Arbeiten beflügelten global das beginnende Zeitalter gestalteter Alltagsgegenstände. Erstmals war es einer breiten Öffentlichkeit möglich, Designobjekte zu erwerben und über die begleitende Kommunikation auch die kreativen Köpfe dahinter näher kennenzulernen. Die Milchgläser, von denen bis heute rund 5 Millionen über die Ladentheke gingen, entwickelten sich zu begehrten Sammlerstücken.

Marketing: N25Y - Revitalisierung & Neuausrichtung der Marke

Dreizehn Jahre lang, bis 2005, konzipierte und managte sieger design mit und für Ritzenhoff die stete Entfaltung und Expansion der Marke. Zum 25-jährigen Jubiläum erfolgt 2017 die konzeptionelle und ästhetische Revitalisierung mit einem nachhaltigen Neustart. Die Grundidee ist geblieben: renommierte Gestalter bringen ihre individuellen Entwürfe ein, jedoch wurden Marken- und Produktstrategie - Produktform, Verpackung sowie das gesamte Corporate Design - dem Zeitgeist gemäß neu von sieger design kreiert. Die konzeptionelle Ausrichtung und der Premiumanspruch der Kollektion werden in den einzelnen Leistungsbereichen deutlich:

Design & Design Management: vier Glasserien für Milch, Bier, Gin und Champus

Wie vor 25 Jahren ist es wieder das Milchglas, das den Anfang markiert. Gefäße für Bier, Gin und Champus vervollständigen die hochwertige Kollektion, die einige der klassischsten Getränke zeitgemäß inszeniert. Um die Idee in den Mittelpunkt zu stellen, entwarf sieger design vier puristisch-archetypische Glasformen und lud eine Riege international renommierter Kreativer ein, diese zu gestalten. Die mal witzigen und ironischen, mal rein ästhetischen oder grafischen Dekore präsentieren sich ebenso vielfältig wie ihre Schöpfer, die für das besondere Designprojekt gewonnen werden konnten - insgesamt 29 Kreative aus elf Nationen, darunter Produktdesigner wie Naoto Fukasawa, Architekten wie Patricia Urquiola, Interior Designer wie Noé Duchaufour-Lawrance, Illustratoren und Grafikstudios wie Pentagram oder Designer/Künstler wie Arik Levy.



Weitere Informationen zum Design Management finden Sie hier:

[> Design Management | Namhafte Kreativität](#)

sieger design

Communication: Corporate Design, Print, Packaging und POS-Konzept

Von der subtilen Verfeinerung des Logos über stilsichere Foto-Shootings bis zum attraktiven POS-System - um die Marke Ritzenhoff und die Kollektion N25Y spannend, verständlich und emotional zu inszenieren, entwickelte sieger design das neue Corporate Design ganzheitlich. Neben hochwertiger Printunterlagen wie Imagebroschüren konzipierte das Team ebenso den neuen Online-Auftritt und gab entscheidende gestalterische Impulse für dessen Umsetzung. Ein zentrales Moment des neuen Erscheinungsbilds sind die zeitgemäß kreierten Produktverpackungen. So entwarf sieger design für jedes Glas eine minimalistische und hochwertige Hülle, die dem Premiumanspruch der N25Y Kollektion gleichkommt. Um die Produkte am POS zu inszenieren, entwickelte das Agenturteam zudem ein System flexibel verwendbarer Elemente, die zu drei Paketen konfiguriert wurden. Im großen wandorientiertem Display lassen sich Module immer wieder neu positionieren, um verschiedene Flächen für die vier Glasserien zu schaffen.

Architecture: Messestandarchitektur

Zur Premiere auf der Ambiente 2017 in Frankfurt konzipierte sieger design ein repräsentatives Stand-in-Stand-System, das einmal mehr die enge Verzahnung von Produktdesign, Kommunikation und Architektur belegt. Um sich bewusst von der weißen Grundfarbe anderer Stände abzuheben und dem definierten Corporate Design zu entsprechen, entstand eine schwarze kubusartige Bauform. Diverse zentrale Elemente kennzeichnen den Markenauftritt und Erlebnisraum - zum Beispiel vier Sockel, die im Mittelpunkt die neuen Glasserien auf durchleuchteten Flächen präsentieren. Während die Wall of Fame alle Gestalter prominent vorstellt und Medienwände weitere Hintergrundinformationen bieten, werden auch die Produktverpackungen wandfüllend fokussiert.

Public Relations: Pressematerialien

Um zur Markteinführung und darüber hinaus signifikant in den Medien präsent sein zu können, entstanden für das Designprojekt N25Y umfassende Presseunterlagen. Modular formulierte Texte, die wertvolle Facetten der Produkte herausstellen, sowie hochwertige Bilder bieten eine optimale Grundlage für die nahtlose Verarbeitung in den Redaktionen der Fach- und Publikumsmedien.

Fazit

Ein Projekt, das wieder einmal belegt: Full-Service bedeutet mehr als die Summe aller Teile! To be continued ...

Design Management | Namhafte Kreativität

www.sieger-design.com/projekte/namhafte-kreativitaet/

Trade fair | Moderne Metamorphose

www.sieger-design.com/projekte/moderne-metamorphose/



ign

THE NEXT 25 YEARS

TINA BERNING
 PIERRE CHARPIN
 SAIMAN CHOW
 CARLO DAL BIANCO
 PAULINE DELTOUR
 CLAUS DORSCH
 NOÉ DUCHAUFOUR-LAWRANCE
 MONICA FÖRSTER
 NAOTO FUKASAWA
 FUKSAS
 HUGO GUINNESS
 DAVID CECIL HOLMES
 PETER HORRIDGE
 ARIK LEVY
 PIERO LISSONI

NERI & HU
 NERODISEPPA
 JUSTUS OEHLER/PENTAGRAM
 SONIA PEDRAZZINI
 PETER PICHLER
 MARLIES PLANK
 GISBERT PÖPPLER
 SIEGER DESIGN
 STUDIO BESAU-MARGUERRE
 STUDIO JOB
 STUDIOPEPE
 JOAN TARRAGÓ
 PATRICIA URQUIOLA
 MARK ANDREW WEBBER



THE NEXT 25 YEARS



RITZENHOFF

THE NEXT 25 YEARS

RITZENHOFF

CONTEMPORARY

Text describing contemporary design trends and the role of design in modern society.

MILCH MILK LECHE LAIT MJÖL



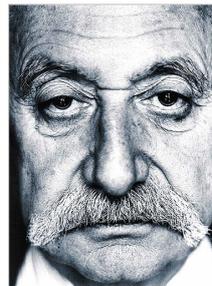
THE DESIGNERS

Text introducing the designers featured in the 'The Next 25 Years' section.



THE FIRST 25 YEARS

RITZENHOFF



STUDIO BESAU-MARGUERRE

