

Raffi for life



Portrait Maarten Vrolijk

„Raffi for life“ setzt neue Design-Maßstäbe und erreicht damit eine junge, moderne Zielgruppe

Amsterdam, Januar 2015 – Die Zukunft erfolgreicher Produkte liegt in den Möglichkeiten ihrer technologischen Entwicklungen und dem Nutzen, den sie bringen. Was aber macht ein Produkt schön? Woran soll sich ein gutes Design in einer Zeit orientieren, in der alles erlaubt ist, was gefällt? Die Marke Raffi gibt auf diese Fragen eine klare und ehrliche Antwort: Wahre Schönheit zeigt sich in der Unberührtheit der Natur. Diese übersetzt der Designer Maarten Vrolijk in eine moderne, klare Designsprache, die nichts Naives hat. Seit 2001 vermarktet der holländische Designer unter dem Label „Raffi“ Produkte, die nicht durch ein extrovertiertes Design von sich reden machen, sondern durch eine schlichte Schönheit. Es gelingt ihm immer wieder, das Wesen eines Produktes durch die Herausarbeitung feiner Details sichtbar zu machen. „Raffi for life“ hat sich bereits international als Lifestyle-Marke etabliert und spricht eine junge Zielgruppe an, für die auf der einen Seite das Leben in Netzwerken selbstverständlich ist, auf der anderen Seite Genuss und Freude mit einer neuen Bewusstheit zu tun haben.

Diese Marke hat eine besondere Beziehung zur Natur. Und zu den Menschen. Das Ergebnis dieser Symbiose sind Produkte für den Interior-Bereich und für den Alltag, die ohne viel Aufheben jeden Tag Freude bereiten. Aktuell sind zwei Produktlinien im Markt; im Bereich „my home“ werden Tapeten, Teppiche, Fliesen, Textilien und Wandfarben angeboten. „My soul“ steht für persönliche Dinge des Alltags wie Sonnen- und Lesebrillen, Haarspangen und sogar Fahrräder. Raffi for life vertritt eine Lebensphilosophie, die nicht versucht den Zeitgeist in der Natur einzufangen, sondern die dem modernen Leben die Kraft und Schönheit der Natur hinzufügt. Mit jedem Produkt. Tag für Tag.

Pressekontakt: info@raffi.com