

DREI, ZWEI, EINS ...

*Design, Psychologie  
und Ökonomie hören sich  
nach Pflichtfächern für*

THREE, TWO, ONE ... A solid grounding

*Agenturgründer an.*

in design, psychology and economics is

*Die Initiatoren von*

essential for founders of agencies.

*Tridvajedan haben sie*

The brains behind Tridvajedan

*absolviert und bereichern*

certainly did their homework and

*seit Jahren äußerst*

for some years now they have been

*erfolgreich die*

successfully reaping their just rewards

*kroatische Gestaltungsszene.*

in the Croatian design scene.







02



03



06



07



08



01 – 03 »Plants on desks«. Promotion-Maßnahme, um auf das Problem krankmachender Gebäude aufmerksam zu machen / Promotive action to call attention to the sick building syndrome. Kunde / Client: b4b

04 – 08 Erscheinungsbild, Geschäftsausstattung, Taschen und Verpackungen für eine neue, exklusive kroatische Olivenöl-Marke / Visual identity, stationery, bags and packaging for a new Croatian olive oil premium brand. Kunde / Client: Brachia



04



05

Bei drei, zwei, eins denkt man im deutschsprachigen Raum zunächst an den Werbeslogan eines großen Online-Auktionshauses, in Kroatien dürften allerdings einige Menschen hauptsächlich Kreativität vor Augen haben, wenn ihnen diese Zahlenkombination begegnet. Tridvajedan bedeutet auf Serbokroatisch drei, zwei, eins und ist der Name einer Designagentur mit Sitz in Zagreb und einer Dependence in Split. Die ungewöhnliche Namensfindung geht auf die Berufe der drei Gründer zurück: Izvorka Jurić ist Designerin, Nelija Rudolfi Psychologin und Roberto Srpak Wirtschaftswissenschaftler. Diese Qualifikationen stellen nach Meinung der drei die wichtigsten Voraussetzungen

für eine erfolgreiche Kommunikation mit Kunden und dem Markt dar. Doch Izvorka Jurić, Nelija Rudolfi und Roberto Srpak verfügten nicht nur über das theoretische Rüstzeug, als sie im Jahr 2000 ihre Agentur gründeten, sie schafften es auch, Tridvajedan in kurzer Zeit in eine der erfolgreichsten Kreativschmieden Kroatiens zu verwandeln. Tridvajedan beschäftigt heute zwölf Angestellte und konnte bereits zahlreiche internationale Designwettbewerbe wie etwa red dot, ED Awards oder D&AD für sich entscheiden. Das Geheimnis ihres Erfolges sehen die drei Agenturgründer in ihrer Kreativität begründet, wobei sie an die Gestaltung einer Geschäftsausstattung dieselben hohen Maßstäbe anlegen wie an die Ent-

wicklung einer Verpackung für Zement. Einen besonderen Stil oder Gestaltungsvorlieben hat die Agentur nicht, jeder Auftrag wird zunächst als Kommunikationsproblem begriffen und nach einer ausführlichen Analyse die bestmögliche Lösung und Umsetzung entwickelt. Am liebsten sind dem Team von Tridvajedan jene Kunden, die den Kompetenzbereich der Gestalter akzeptieren und bereit sind, Grenzen zu überschreiten. Mit dieser Einstellung gehen Jurić, Rudolfi und Srpak an alle Aufgaben heran und sagen: »Jeder neue Auftrag kann unser nächstes Traumprojekt sein.« *cm*

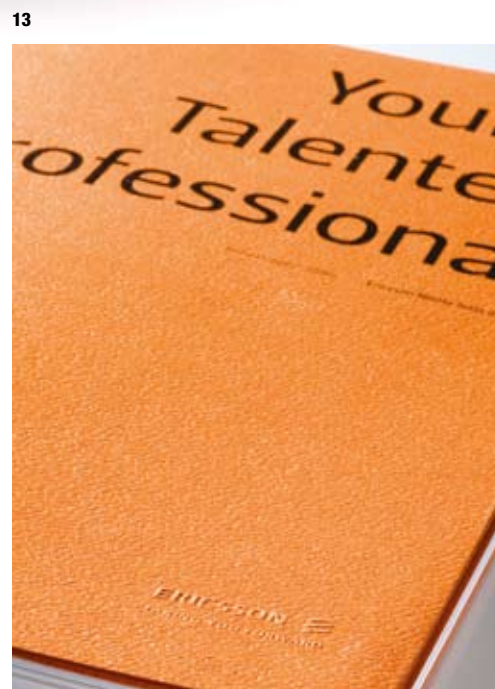
Three, two, one« conjures up all kinds of things, depending on which country you are in. But in Croatia, some might think of creativity when they hear this number combination. Tridvajedan is Serbo-Croat for three, two, one and it's the name of a design agency based in Zagreb, with an office in Split. The unusual name derives from the jobs of the three founders – Izvorka Jurić is a designer, Nelija Rudolfi a psychologist and Roberto Srpak an economist. These qualifications, believe the trio, are essential requirements for successful communication with clients and the market.

But Izvorka Jurić, Nelija Rudolfi and Roberto Srpak not only had the theoretical tools when

they started Tridvajedan in 2000, they also managed in a short time to become one of the most creative outfits in Croatia. Tridvajedan now employs 12 people and has already won many international design competitions such as red dot, ED Awards and D&AD. The secret of their success, say the three founders, lies in their creativity. They strive for the same high standard of design, whether producing business papers or packaging for cement. The agency lays no claim to a particular style or design preference; each commission is approached first as a communication problem and the best solution and method developed following an extensive analysis. Tridvajedan likes those customers best who accept the

skills of the designers and are willing to cross borders. This is the attitude with which Jurić, Rudolfi and Srpak tackle all jobs. As they say, »Each new job could be our next dream project.« *cm*





**09 + 10** Markenaufbau und Verpackungsdesign für Zement / Branding and packaging design for cement. Kunde / Client: Optimo & Strukto  
**11** »Moved« Beleuchtetes Innenstadtplakat / Citylight poster. Kunde / Client: Ethnographic Museum Split

**12 + 13** »Ericsson – Report 2006« Geschäftsbericht / Annual report. Kunde / Client: Ericsson Nikola Tesla  
**14** Erscheinungsbild für den ersten kroatischen Olivenölladen / Visual identity for the first Croatian olive oil shop. Kunde / Client: Uje