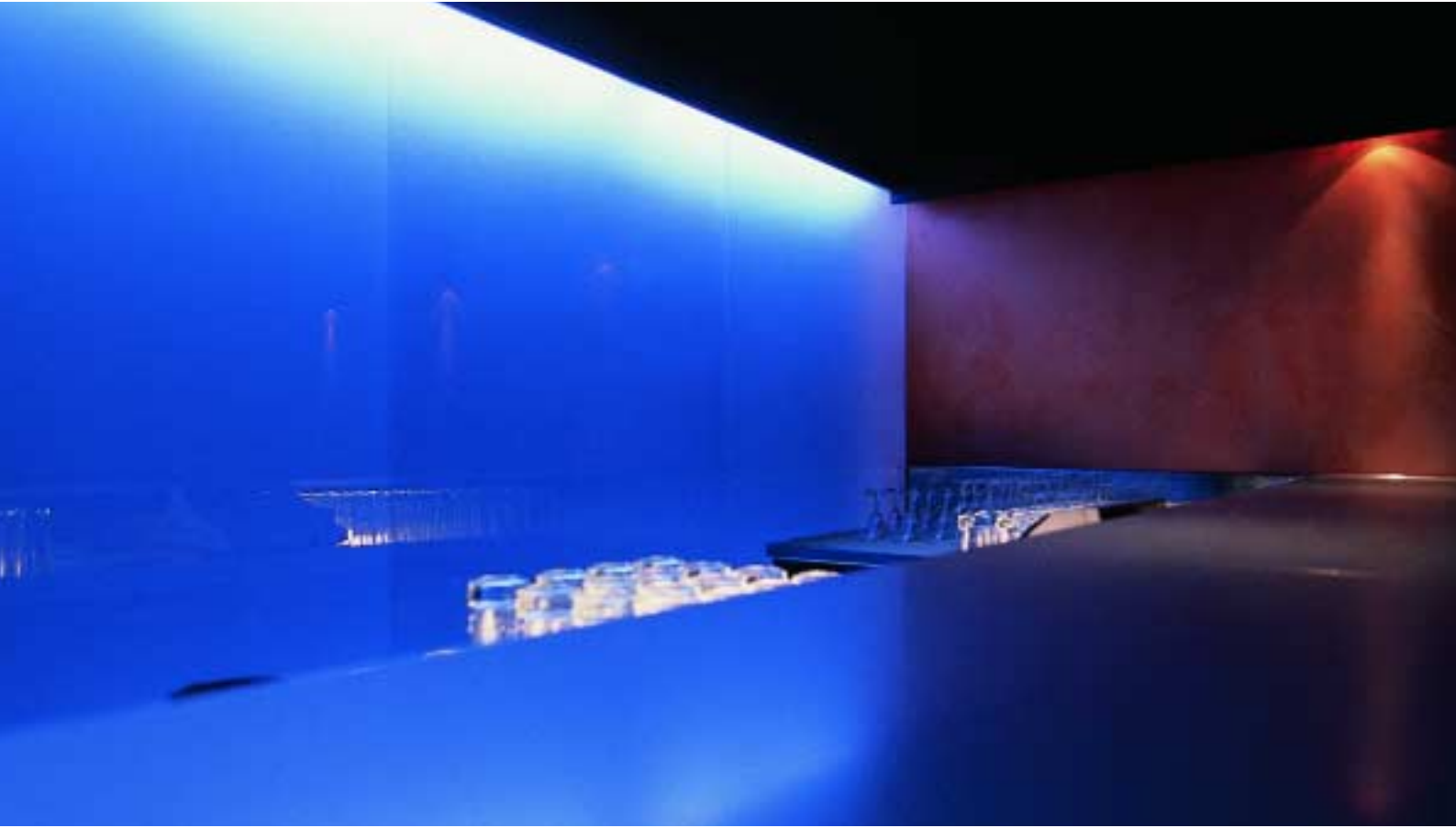




dai

Seien Sie neugierig. Und offen. Denken Sie vernetzt und **quer**. Wie dai. Wir betrachten Kommunikation ganzheitlich. Als konsequenten Ausdruck zentraler Markenwerte, erlebbar in Design, Architektur und Werbung. Wir verbinden diese drei Bereiche, schaffen Parallelen, Brücken, Synergien und verdichten sie zu einer global gültigen, kommunikativen Identität. Als kreative Querdenker aus allen drei Fachgebieten entwickeln wir visuelle Auftritte, die jederzeit und überall im Markt als eigenständige Markenzeichen erkennbar sind. In einer Empfangshalle, in Form eines Stuhls, in einem Zeitungsinserat. Entdecken Sie daidentity. Zusammengefasst in diesem Portfolio. Oder in allen Einzelheiten unter www.dai.ch.

Make yourself seen and heard. Think unconventionally. We welcome you to a presentation of our philosophy and reference works a bit off the beaten track. Since dai is neither an ordinary contractor nor employer. dai draws its strength from the combination of the fields of design, architecture and identification and the different **insights** it gains by doing so. Every object, every idea, big or small, has its own identity, a specific meaning, a message to convey. We are seeking for the core of a company's identity, by examining its values and its culture. We are peeling off everything that is unnecessary and show the essence. That is what we want to transmit, to communicate. We invite you to cast a glance on us as well as on some of our recent works and above all to be curious. If you are interested, visit our website under www.dai.ch.



Is tradition diagonally **opposite**
to modern design? Or could it be a
place you go back to and experience
a new definition of familiar values?



Er stellt sein Glas auf die glänzende Theke. Die Eiswürfel klirren. Er fährt sich mit der Zunge über die Lippen und lächelt. Nicht weil er betrunken ist. Schräg vor ihm sitzt eine junge Frau mit einer Freundin. Raucht, lacht und redet. Endlos, wie ihm scheint. Sie zündet sich eine Zigarette an. Die Zeit steht still. Er sieht den Raum in neuem Licht. Kühles Blau neben warmem Rot. Die Theke schimmert. Die Frau bildet einen dunklen Kontrast zur roten Wand. Sitzt da, im gelben Strahl. Künstlerin im Scheinwerferlicht. Die Bar als **Bühne** des Lebens. Rote Lippen, rote Wand, schwarze Decke. Schwaches Licht von den Teelichtern auf den Tischen neben der Tanzfläche. Die symmetrischen Punkte auf der Glaswand verschwimmen. Er ist klar im Kopf, nur müde. Er wird wiederkommen. Vielleicht mit ihr. Er lächelt, geht auf die Frau zu. Er sagt etwas zu ihr und hält ihr eine zusammengefaltete Serviette hin. Sie nimmt sie, faltet sie auf und schaut ihn an. Er schaut auf ihre schmalen Hände. Sie lächelt. Endlich. Er verlässt die Bar. Das Glück breitet sich aus in seinem Bauch. In seinem Kopf verschmelzen die Linien, die Farben, das Licht. Quadratische Punkte, runde Quadrate und sie.





«Rekursion» stammt aus der Sprachwissenschaft und bedeutet, dass die Konstituenten eines Satzes beliebig erweitert und daraus immer neue Sätze gebildet werden können. Solche Muster sind in der Mathematik und Musik zu finden. Und in unserer Interpretation des New-Work-Gedankens. Die Systemkomponenten von eleven22 unterliegen einer **klaren** Struktur und werden immer nach demselben Grundprinzip zusammengestellt. Je nach Bedürfnis können die einzelnen Komponenten spezifisch konfiguriert werden. Ausgangspunkt und Endpunkt bildet jeweils der vertikale Rahmen. Er ist das Herzstück jeder Kombination. Anfang und Ende. Ende und Anfang.

New Work. Sounds a bit like New York.

Skyscrapers. Endless **ROWS** of squares.

Reaching for heaven.

M, S or L.

Wash at 30°C.

No bleach.

Cool iron.

Stretch when wet.

100% identification.



Es gibt verschiedene Labels, aber nur ein Trailer Label. Seine Botschaft trifft die jungen Menschen mitten im Leben. Sein Gesicht **spricht** Bände. Mal laut, mal leise. Mal direkt, mal voller Umschweife, aber immer in ihren Bildern und Worten. Und mit einem Zwinkern in den Augen. Plötzlich ist alles möglich. Ob Fisch, Hase, Ente oder Eichhörnchen, alle gehen sie fischen, fliegen oder reisen. Trailer ist nicht einfach Mode. Trailer ist ein Statement. Carpe diem. Seize the day!



Ein Flughafen ist eine Welt für sich.

Drehscheibe, Durchgangsstation, Auffangbecken.

Ein ewig köchelnder Schmelztiegel.

Ein Magnetfeld,

das Menschen aus der ganzen Welt

anzieht und wieder abstösst.

In unregelmässigen, unbestimmbaren Abständen.

Hier zählt nur das Jetzt.

Die Zeit zwischen zwei Flügen.

Nicht die **Zeit** zwischen Abschied und Ankunft.

Die nur lang ist für die, die Zuhause bleiben.

Most important is to reach your **destination**.

Not only when flying, but also when communicating.



Raum für kultiviertes Private Banking

Kulturraum. Spielraum. Insertionsraum. Innenraum. Handlungsraum. Zeitraum. Warteraum.

Arbeitsraum. Hohlraum. Resonanzraum. **Freiraum**. Sprachraum. Zwischenraum. Aufenthaltsraum.

Room for architecture and advertising to create a distinctive **identity** based on inner values.



Es gibt Dinge, die einem das **Leben** verschönern.

ALTEK. Family business. Third generation. Based in Italy. Bending of **tubes**. Vertigo, a product family created by dai.
Office furniture and accessories line. Unpretentious, elegant design. Seen in seminar and meeting rooms. Schools.
Museums. Libraries and restaurants. Just wood and steel. Or aluminum.

Dinge, die es einem vereinfachen. Und Dinge, auf die man einfach nicht verzichten kann. Oder will.



Concept of a two-floor open-plan office for a cross-media center with 170 workspaces, **open** and closed discussion areas, meeting and media rooms, IT, copy and mail facilities as well as a reception and recreation room. All the workspaces for the employees and department heads have been furnished according to the principles of New Work.



Signalle|tik, die; -, - (*Archit.* Informations- u. Wegweisungssystem, *nur Sing.*, fördert die Orientierung [bes. in grossen Gebäuden], Verschmelzung von Archit. und Kommunikation)

sleep and float.

bed of **dreams**. tomorrow can wait.



Entwicklungsanleitung:

Man stelle alles, selbst den Erfolg, jederzeit in Frage, kritisch und selbstkritisch, betrachte Bekanntes aus neuen, ungewohnten Blickwinkeln, nehme dazu beispielsweise einen bestehenden Einlegerahmen (Art.-Nr. 2001, Modell A), evaluiere innovative Materialien zur Optimierung des Federwegs, entwerfe erste Funktions- und Designmodelle als Entwicklungsgrundlage, erstelle 3D-Renderings zur Visualisierung und Überprüfung der Arbeitsschritte, bilde ein Projektteam, stelle einen funktionellen Prototyp her, teste diesen, beginne mit der seriennahen Prototypenfabrikation, befestige die neuartigen GFK-Federn (GFK = Glasfaserkunststoff-Komposit) an den innen liegenden Aluminiumprofilen und Latten, teste den Prototyp erneut, optimiere ihn zur Marktreife, prüfe verschiedene Herstellungsprozesse, produziere jährlich 1000 Exemplare und ermögliche das einzigartige Gefühl des **schwebenden** Schlafens.

Zusammensetzung:

Corporate Interior Design, hergestellt auf Basis CI Nestlé (100%), Möbel-Design,

Orientierungssystem, Signaletik, Präsentationsplattform, Branding (100%).

Unbeschränkt haltbar.

In der Schweiz hergestellt. Angewendet auf int. Hauptsitz, Firmensitz CH.





immediately **recognizes** it when flying back. Externally and internally. That is branding. And works just the same for people.

spiel nach noten

für 2 oder mehrere personen

die erste person gibt den takt vor

die zweite komponiert die musik dazu

forte und furioso

leise und taktvoll

musik, die die seele berührt, die **sinne**

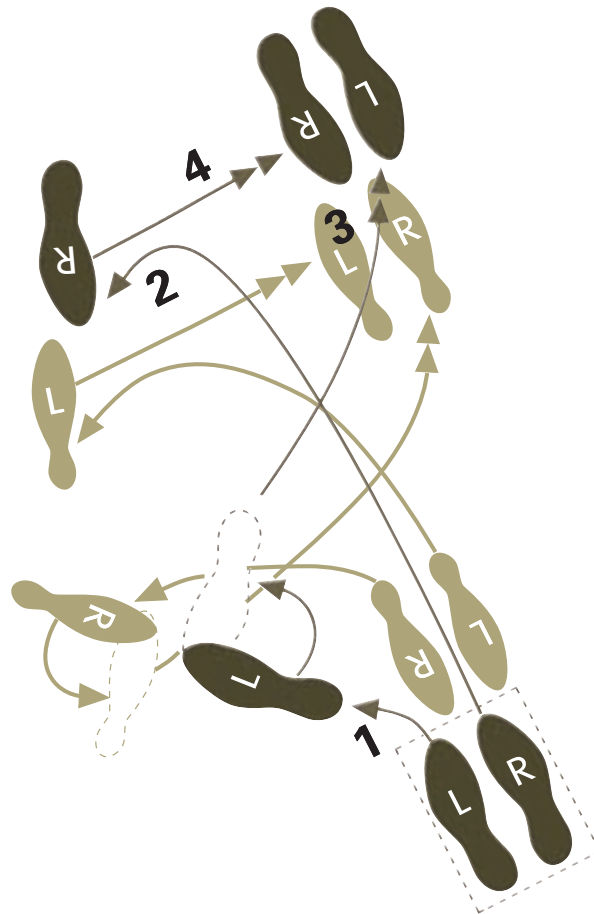
verzaubert und verführt

damit einer möglichst lange

die musik noch hat im ohr.

das prinzip werbung, anders interpretiert.

Note: The unique is the ordinary seen with a **curious** mind.



BANKNOTEN, N° 3

Die gesellschaftliche Note, Ausdruck gemeinsamer Werte, repräsentiert den Schritt vom Individuum zur sozialen Einheit. Sie ist, auf unsere Tätigkeit bezogen, ein Zeichen jenes gegenseitigen Verständnisses, das wir mit unseren Kunden in einem persönlichen Verhältnis und mit einer eigenständigen Kultur pflegen. Im übertragenen und konkreten Sinn. Dies sind echte Werte, die im zeitgemässen Private Banking entscheidend und letztlich mehr wert sind als traditionelle Banknoten.



Curriculum villae:

Built in 1924

Building of Zurich, Switzerland

Foundation:

Art Nouveau

Further formation:

CID (Corporate Interior Design) by dai

March – October 2000

Qualifications:

Open, communicative, international

Interests:

Culture, traditional values

Workplace:

Reception/**client** area

References:

Egon Zehnder International

Contact:

dai ag, Grubenstrasse 45, CH-8045 Zurich,

+41 1 456 26 00



Interior Design:
Visuelle Umsetzung
innerer Werte,
welche den **Kern**
der Corporate Culture
kommuniziert.
Gegen aussen
– wie gegen innen.

mitdenkerInnen

rund 20 festangestellte, darunter:

Architekten

Hochbauzeichner

DesignerInnen

Modellbauer

Marketingleiter

Verbeassistentin

Art Directors

Grafikerin

TexterInnen

Creative Director

AdministrationssassistentInnen

Geschäftsleitung:

Florin Baeriswyl

contact

dai ag, Grubenstrasse 45, CH-8045 Zürich

Telefon +41 1 456 26 00, Fax +41 1 456 26 16

dai@dai.ch, www.dai.ch

referenzen

| | |
|--------------------------------------|--|
| adidas | IHAG Holding |
| ABB | J.P. Morgan |
| Altek | Kugler |
| Bank Leu | Lumatec |
| Bank Sal. Oppenheim jr. & Cie | Messerli Messebau |
| Belux | Migros |
| Bico | Nestlé |
| Canneto | Nippon Lever Japan |
| Club Diagonal | Novex |
| Colgate USA | Piega |
| Coop | Privatbank IHAG Zürich |
| CWS | Rosconi |
| DB Deutsche Bahn | Rosenthal |
| Deutsche Bank | SBB Schweizerische Bundesbahnen |
| de Sede | SBV Schweizerischer Bankverein |
| Egon Zehnder International | Swissair |
| Feldschlösschen | Trailer Jeans |
| Flughafen Immobiliengesellschaft FIG | Trisa |
| Christian Fischbacher & Co | UBS |
| Glencore | USM |
| goldbach media | Winterthur Schweiz. Versicherungs-Gesellschaft |

design

strategy | development | product design

architecture

development planning | corporate architecture | corporate interior design
coordination of specialists | visual and conceptual supervision

identification

strategy | positioning | naming | corporate identity | corporate design
corporate communication | product communication | point of sale | event

werte

Wir entwickeln für jeden Kunden eine eigene, unverkennbare Sprache. Eine Sprache, die seine Identität unterstreicht und ihre Konturen hervorhebt. Die seinen Werten, Idealen und seiner Kultur entspricht. Sie aufnimmt, wieder-gibt und erlebbar macht. Im Design, in der Architektur und in der Werbung. Konsequenz und Klarheit. Durchgehend und **umfassend**. Das verstehen wir unter effizienter Corporate Communication. Sie prägt unseren Arbeitsstil, unsere Strategien und Konzepte. da in and dai out.

philosophy

we repeal the laws of habit. we define design, architecture and identification as open space, as a common field of creativity. by dissolving the frontiers between the different areas. structurally and as members of a crew. not as generalists, but as specialists. we network our skills, seek for a constructive exchange of ideas, think **beyond** the usual ways of expression and put all our strength into finding convincing solutions. or a communicative identity, which enables true identification. internally and externally. today and tomorrow.

agency for design, architecture, identification

dai

