

1

NY TYPOGRAFI FOR CARLS- BERGFONDET UDEN ELEFANTER

– THORVALD BINDESBØLL
TÆNKTE IKKE PÅ STØDTÆNDER

Af
BO LINNEMANN
ARKITEKT OG DESIGNER,
KONTRAPUNKT

Fra elefantport til elefantøl. Gennem historien har elefanterne været et hyppigt brugt motiv for Carlsberg. Selv i Carlsbergs logo optræder umiddelbart mange elefanttræk. Stødtænder i C'et, snablen i G'et og elefantfodderne i r'erne. Men tænkte manden bag Carlsbergs logo, Thorvald Bindsbøll, på elefanter, da han i 1904 tegnede den verdensberømte etikette for Carlsberg Pilsner? Designprofessor Bo Linnemann er ikke overbevist. I forbindelse med udviklingen af en ny typografi for Carlsbergfondet har Bo Linnemann nærstuderet Bindsbølls udgangspunkt. Han forventede at møde en elefant, men fandt en humleplante.

Carlsbergs logo er et bevis på, hvor langtidsholdbart godt håndværk kan være. Alle kan fremkalde den karakteristiske svungne form af Carlsbergs logo, når navnet nævnes. Navnetrækket har holdt i over 100 år og bliver i dag opfattet som et tidløst mesterværk, til trods for at det åbenlyst er et produkt af sin tid. Op igennem det 20. århundrede har designere forsigtigt moderniseret Carlsberglogoet for at værne om kvalitetene ved det gode håndværk og ikke mindst for at bevare dets værdi.

Da Kontrapunkt og jeg blev bedt om at udvikle ny typografi og visuel identitet for Carlsbergfondet, var vores ambition at søge tilbage til udgangspunktet for Carlsbergmærket. Vores tanke var at lade den idé, som i sin tid havde inspireret Thorvald Bindsbøll, også være inspiration for arbejdet for Carlsbergfondet.

Til grund for alt godt design ligger en klar og tydelig idé. Men hvad var den oprindelige idé bag Bindsbølls etikette? Hvad havde inspireret ham? Det startede som en strøtanke, men blev over tid til et mindre forskningsprojekt, der udover besøg i Designmuseum Danmarks og Carlsbergs egne arkiver også involverede samtaler med førende danske Bindsbøll-eksperter som lektor og forsker i skriftdesign Steen Ejlers, biblioteks- og forskningschef ved Designmuseum Danmark Lars Dybdahl og Carlsbergs arkivar Ulla Nymand.

Jagten på inspirationskilden

Over tid har Carlsbergs logo ændret karakter. Det ses tydeligt, når man studerer de mange forskellige versioner af Carlsbergs etikette. Desværre har de fleste ændringer betydet kvalitetsforringelser og sløret billedet på den oprindelige idé bag logoet.

Fra 1904 frem til 1980 er designændringerne nænsomme. Men kigger man en ekstra gang på det nuværende logo, er stødtanden, snablen og halen i bogstaverne blevet så markante, at elefantmetaforen oplagt dominerer som den grundlæggende idé. Selv i Carlsbergs designmanual bliver elefanten i dag kanoniseret og gjort til inspirationen for Carlsbergs logo. Angiveligt fordi elefanten også knytter an til virksomhedens værdigrundlag, og fordi man i alle større virksomheder søger historier, der fortæller os om varemærket. Og historien om elefanten er en god historie.

Men der er også humle - den bærende ingrediens i ølbrygningen. Humlebladet, der i Carlsberglogoet svæver over r'et som kronen på værket og sætter bogstaverne i et organisk lys.

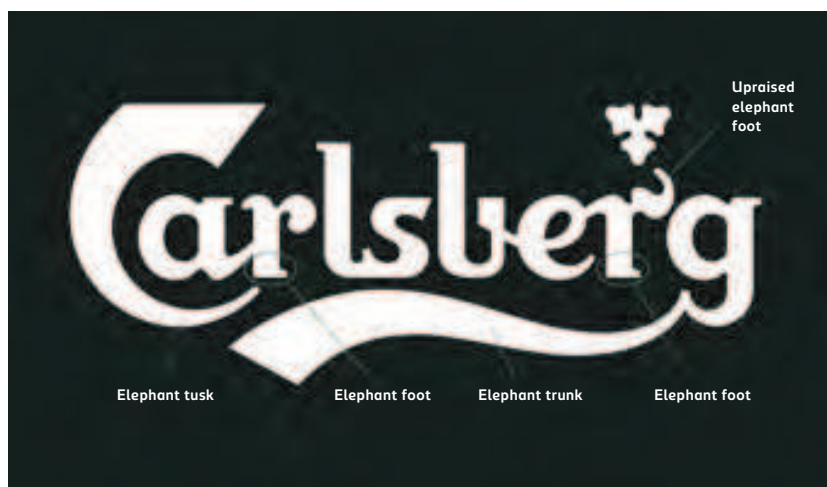
Vi har altså ikke én visuel motor for Carlsbergs logo - men to. Elefanten og humlen. Og hvis Thorvald Bindsbøll arbejdede som enhver anden designer, ville han aldrig vælge at have mere end én inspirationskilde. Det fortæller min arbejdserfaring mig. Populært sagt; det må være enten dyret eller planten, der driver værket.



Øverst t.v. ses Thorvald Bindsbølls etiketdesign fra 1902. Humlefrugtens omrids ses i den grønne ovale form. Derfra kommer "ørerne" i den nuværende etikette.

I 1897 tegnede Bindsbøll en rektangulær etikette, hvor en version af logoet, som vi kender det fra i dag, optræder for første gang. Hans seneste version fra 1904 (øverst t.h.) blev anvendt næsten uforandret, indtil den blev moderniseret i 1980

I Carlsbergs designmanual udråbes elefanten som inspiration.






“

*Thorvald Bindsbøll
var optaget af planter
– ikke dyr. Flora men
ikke fauna.*

”

Bindsbøll var pioner inden for den danske skønvirke, hvilket kan ses i hans mange værker, hvor de levende former og figurer går igen. Internationalt fik andre store samtidige varemærker som Coca-Cola og Pilsner Urquell også logoer, som var præget af tidens æstetik. Ligheden mellem disse logoer og Carlsbergs er slående.

I detaljen fra Bindsbølls plakat for Badeanstalten *Gamma* ses tydeligt den samme bølgeform som i skrivesvinget under Carlsberg-logoet.

Dyr eller plante

Det er en nærliggende tanke at forestille sig, at sønnen Carl Jacobsen havde en finger med i spillet. Det var Carl Jacobsen og ikke faderen J.C. Jacobsen, som i 1901 (tre år før Bindsbølls sidste etikettedesign) opførte de fire kæmpe granitelefanter, der stadig troner i porten til Carlsberg. Også dørhåndtagene til Ny Carlsbergs hovedkontor er prydet af elefanter. Det er værdt at fremhæve, at både elefanter og andre eksotiske dyr fra Asien var et yndet motiv for tidens tænkere og kunstnere.

Thorvald Bindsbøll var derimod optaget af planter og blomster – ikke dyr. Flora, men ikke fauna. Bindsbøll var pioner inden for den danske skønvirke, hvilket kan ses i hans mange værker, hvor de levende former og figurer går igen. Da han tegner Carlsbergs etikette, er netop skønvirken på sit højeste og står som en tydelig modpol til industrialiseringen. Inspireret af europæiske bevægelser, som den tyske Jugendstil, den franske Art Nouveau og den britiske Arts and Craft, var floraen det primære omdrejningspunkt for tidens kunstnere, kunsthåndværkere og arkitekter. De påskønnede svungne organiske former i alt fra bygninger, møbler og keramik til ornamenteringer og bogstaver.





SALTVANDS
BAD
ANSTALTEN
GAMMA
ER
KØBENHAVNS
ENESTE
SVØMMEHAL.
GEFIONSPLADS-5
SPOR-
VOGNSLINIE
9

BADEN
BAD
50 ØRE

DOLLE
ALERE
25 ØRE

57390

Humlen ved det hele

Kerneingrediensen i øl er humle. Humlen afbalancerer smagen og bestemmer øllets aroma. I Carlsbergs logo går humlen igen som det afbalancerende, visuelle element. Humlebladets placering øverst i højre hjørne sikrer, at kompositionen ikke vælter. Netop denne betragtning ledte mig til at studere de første videnskabelige tegninger af humleplanten af den svenske biolog og botaniker Carl von Linné (1707-1778).

I Linnés smukke, kolorerede tegninger træder humleplantens fysiognomi tydeligt frem. Sammenlignes tegningen af humlen med Bindsbøll-mærket, er ligheden slående. Det forklarer tydeligt bogstavernes sving og kurver. Linnés detaljering af blomsten og planten og Bindsbølls bogstaver og ornamenteringer er faktisk så sammenfaldende, at Bindsbølls mærke genopstår som en fuldstændig aftegning af humleblomsten.

Det blev dermed også tydeligt for mig, at Carlsbergs logo over årene var blevet mere og mere elefantiseret. Hver designmæssig justering havde lagt et lille lag elefant til. Senest i 1980, hvor bogstaverne får tilført seriffer (fødder), som nærmest cementerer logoets tilknytning til elefantmetaforen.

Det ledte mig på sporet af, at det slet ikke var elefanten, som var den oprindelige inspirationskilde til designet - og at elefanten slet ikke hører hjemme her. Og efter selv at have tegnet den seneste version af Carlsbergetiketten og dermed fået det ind under hu-

den, fik jeg idéen til, at det var humleplanten, som rent faktisk havde været det oprindelige udgangspunkt for Bindsbøll. Jeg studerede også andre af Bindsbølls værker fra samme tid - plakater, tryksager og andre etiketter - og ikke mindst hans keramik. Det er tydeligt, at Carlsberglogoets former er udsprunget af det formsprog, der optog ham i de år - ja, måske igennem hele hans virke.

Til min store begejstring havde jeg nu forstået humlen ved det hele. Tingene begyndte at hænge sammen og gå op i en højere enhed. Linnés flora-tegninger, Bindsbølls håndværk, andre logoer fra skønvirketiden og førende eksperter holdninger bakkede min konklusion op. Det er humlen og ikke elefanten, som var den oprindelige muse for Bindsbøll.

Elefantfri typografi

I efteråret 2011 startede Kontrapunkt med at udvikle en ny, markant visuel identitet for Carlsbergfondet. Fondets nye logo består udelukkende af bogstaver - ligesom Bindsbølls. Og bogstaverne er blevet udviklet til en komplet typografi, som fremover vil tegne Fondets identitet i alle skrevne budskaber. Det er den skrift, du læser lige nu.

Den nye skrift - kaldet "Carlsbergfonten" - er en antikvaskrift med respekt for bryggeren J.C. Jacobsens fascination af Rom. Det klassiske udgangspunkt er dog omsat til et moderne udtryk, der tegner sig ind i vores tid. Det er en skrift med fødder og stor kontrast,

Humlen som inspiration. Det er tydeligt, at humlens former har været en stærk inspirationskilde for Bindsbøll. Mange af plantens detaljer går igen i Carlsbergs logo - ligesom i Fondets nye typografi.





I fondets nye logo gemmer der sig en lille diskret hilsen til den siddende fondsbestyrelses værdsættelse af nøjsomhed, som jo også var en af bryggeren J.C. Jacobsens kardinaldyder.



CARLSBERGFONDET

der på én gang gør den monumental og samtidig velegnet til større tekstmængder. Zoomer man ind på hvert bogstav, træder organiske kurver og detaljer frem og refererer til Bindsbølls humleplante og dermed til Carlsbergs logo.

En umiskendelig del af Bindsbølls typografiske sprog var hans trang til at lade bogstaverne forene sig i ligaturlignende billeder. Kunne man spare plads, blev bogstaverne respektløst lagt ind under eller over hinanden. På samme måde gemmer der sig i fondets nye logo en lille diskret hilsen til den siddende fondsbestyrelses værdsættelse af nøjsomhed, som jo også var en af bryggeren J.C. Jacobsens kardinaldyder. Et enkelt bog-

stav (s'et) er formindsket og trukket ind over et andet (l'et) for ikke at ødsle med pladsen. Elefanter - dem er der ikke skyggen af.

Bo Linnemann er medstifter, partner og kreativ direktør i design- og brandingbureauet Kontrapunkt. Bo Linnemann er uddannet på Kunstakademiets arkitektskole i København, hvor han i en årrække var professor og leder af Institut for Design. Siden begyndelsen af 1980'erne har Bo Linnemann påvirket dansk og international design og er blevet tildelt mere end 16 nationale og internationale designpriser. Carlsbergfondets nye visuelle identitet er udviklet af Bo Linnemann i samarbejde med Kontrapunkts kreative team.



