

Danish University Colleges

'Har du en skrift og en farve, har du et brand'

Birkvig, Henrik

Published in:
Udkom

Publication date:
2016

Document Version

Post-print: Den endelige version af artiklen, der er accepteret, redigeret og fagfællebedømt (peer-review) af udgiveren, men uden udgiverens layout.

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (APA):

Birkvig, H. (2016). 'Har du en skrift og en farve, har du et brand'. Udkom, (3), 30-31.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Download policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

'Har du en skrift og en farve, har du et brand'

Citatet herover tilskrives den tyske skriftdesigner og grafiker Erik Spiekermann, men han ville nok være den første til at indrømme, at det er en sandhed med modifikationer. Der er nemlig mere i branding end kun den måde, et brand ser ud på. Faktisk skal der en kraftig eksponering til, før de to designelementer skaber genkendelse.

Af: Henrik Birkvig
✉ hbi@dmjx.dk

At vi skulle kunne genkende et brand alene gennem en bestemt skræddersyet skrifttype og en udvalgt farve er nok kun en sandhed, når brandet allerede er velkendt. Når forbrugeren er blevet udsat for en hel del eksponering af de grafiske elementer. Så er der en chance for, at der skal meget lidt til at identificere afsenderen.

Quiz for studerende

En kollega på Copenhagen Business School bad mig om at holde en forelæsning over temaet skrift og identitet en onsdag morgen i efteråret 2015. Tilhørerne var studerende fra Københavns Universitet, IT-Universitetet og CBS. Jeg tænkte: Jeg må heller finde på noget, som kan være en smule aktiverende så tidligt på morgenen. Og hvad er mere aktiverende end en quiz? Indlagt i mit foredrag var derfor syv spørgsmål, hvor tilhørerne fik præsenteret nogle udvalgte bogstaver og spørgsmålet: "Hvem taler til dig her?" – underforstået, at de skulle gætte, hvem afsenderen kunne være. Hvis de ikke kunne svare på første slide, skulle de slå et kryds i svarfeltet på den blanket, jeg havde delt ud. Jeg havde forberedt lidt hjælp til nogle af eksemplerne, men var interesseret i hvem og hvor mange, der

kunne gætte brandet alene på det første visuelle eksempel, som var bogstavernes form.

Flere data fra studerende på DMJX

Foredraget blev genbrugt i min undervisning i typografi på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, hvor jeg gennemførte quizen med studerende på Kreativ Kommunikation, Grafisk Design og Interaktiv Design på professionsbacheloruddannelsen i Visuel Kommunikation. Det samlede antal besvarelser endte med 74, heraf 39 kvinder og 35 mænd – altså nogenlunde ligeligt fordelt og med en aldersspredning mellem 21 og 32 år. En rimelig ung gruppe respondenter.

Resultater

Især to konklusioner kan uddrages af det lille forsøg:

- Skriftens formsprog - altså designet - skal være i et meget originalt design for at opnå genkendelse
- Når skriften suppleres af andre grafiske elementer, sker genkendelsen hurtigere – kontekst og helhed betyder meget meget end kun skriften i sig selv ↻



Den tyske skriftdesigner, Erik Spiekermann, sammen med artiklens forfatter, Henrik Birkvig.

TEST
DIG
SELV

Kan du genkende afsenderen alene ud fra skrifttype og farve?

74 unge studerende mellem 21 og 32 år svarede på, om de kunne genkende en afsender på grundlag af en skrifts formsprog.

n

ndg

#1: Kun få studerende kunne gætte denne afsender allerede på første slide. Antallet steg en del på andet slide. I alt gættede 11 rigtigt.

handgloves

#2: Ingen af de 74 studerende kunne genkende, hvem der gemte sig bag dette skriftudtryk. Skriften er fra 1927, tegnet af Knud V. Engelhardt og kan ses på skilte og bygninger i en bestemt kommune. Den manglende genkendelse skyldes jo nok at man skal bo eller ofte færdes i det geografiske område for at blive eksponeret for den.

Handgloves
Handgloves
Handgloves

#3: Kun tre studerende kunne genkende denne afsender. Den lave genkendelse skyldes måske, at respondentgruppen endnu ikke har særligt fokus på det relativt dyre produkt, der bruger denne skrifttype.

Handgloves



#4: Kun 11 genkendte denne afsender alene på skriftudtrykket. Men i andet slide hjalp cirklen med den blå farve, så stort set alle kunne gætte afsenderen. Skriftens formsprog er nok ikke originalt nok til alene at kunne klare opgaven med at skabe identifikation

n

s

#5: Denne identifikationsskrift scorede højest af de fem. Både fordi den er meget originalt designet og fordi vi som forbrugere utallige gange er blevet kraftigt eksponeret af dens formsprog.

Har du gættet skrifttyperne?
Korrekte svar på s. 51



HENRIK
BIRKVIK

/

BIO

Grafisk designer, master i design og faglig leder af professionsbacheloruddannelsen i grafisk design på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, København

/

ANBEFALER

Tv-serie:
Badehotellet.

Fonte:
Comic Sans, Cooper Black, Aller Sans og København.



TIP:

Download en afhandling om skriftudtryk og branding her:
<http://udk.nu/Skrifter>