

heart samarbejder

KONTRAPUNKT – HEART IDENTITET

SKRÆDDERSYET IDENTITET

Til HEART Herning Museum of Contemporary Art har Kontrapunkt skabt et opsigtsvækkende navn, Heart og formet museets nye grafiske identitet og logo via en specialdesig-net skrifttype – tilsammen en identitet der forbinder kunst og arkitektur med den historie der har skabt stedet og den puls, der udgår fra Herning.

KUNSTENS PULS

Navnet Heart, som er en sammenrækning mellem Herning og art, giver et hint om den tætte forbindelse mellem kunst og følelser. Bo Linnemann, partner og senior designer i Kontrapunkt, fortæller om navnets tilblivelse: "Navnet 'Kunstens hus' var for kedeligt. Hvis man vil markere sig og blive husket i dag, hvor der er så mange kulturelle tilbud, er man nødt til at gøre noget anderledes. Navnet tog lidt tid for folkene bag museet at fordøje, men nu elsker de det. Det har jo mange betydninger. Hjerte. Hjerteslag. Puls. Liv. Der sker noget, der rammer lige ind i hjertet – det er ikke et navn, der lige bliver glemt."

SKRÆDDERSYET TYPOGRAFI

Kontrapunkt har en lang tradition for at skabe skræddersyede typografier for sine kunder. En skrifttype kan give lige så meget karakter som et logo eller en farvepalet. Hjørne- stenen i Hearts nye visuelle identitet er netop en skræddersyet typografi, som er inspireret af egnens engang så berømte skjortefabrik Angli. Snitmønstre til skjortearmer, syninger og stofbaner har inspireret til bygningens ambitiøse arkitektur og er videretolket af Kontrapunkt i typografien, hvor tekstilets folder og afskårne kanter er

overført til en karakteristisk skrifttype. Typografien anvendes i alle former for grafisk kommunikation som logo, skiltning, plakater m.m. og forankrer dermed den samlede identitet i bygningen.

IDENTITET SOM BRAND

I Hearts tilfælde har Kontrapunkt vævet navn, skrifttype og arkitektur sammen til en karakteristisk identitet, som med tiden kan fungere som signatur for museet – ja for hele regionen. "Moderne kunst er ikke længere elitær. Som Guggenheim i Bilbao eller Tate Modern på Londons South Bank har bevist, kan kunst i de rette rammer gøre mesterværker tilgængelige for alle - og samtidig være med til at skabe regionale brands.", udtaler Martin Lasthein Hansen, Kreativ Direktør i Kontrapunkt, og fortsætter: "Heart sætter Herning på samtidskunstens verdenskort og vi er meget stolte over at have været en del af processen."

OM KONTRAPUNKT

Design- og brandbureauet Kontrapunkt har specialiseret sig i at skabe identiteter for både multinationale selskaber og offentlige organisationer, bl.a. Carlsberg, DSB, Danske Bank, DNP, Microsoft, Novo Nordisk, Billund Lufthavn og Danmarks Apotekerforening. Gennem de sidste 20 år har Kontrapunkt vundet utallige priser for en fintfølende kobling mellem identitet og design. Foruden Heart har Kontrapunkt designet identiteter til andre kulturinstitutioner som f.eks. Glyptoteket, Nationalmuseet, Kulturministeriet, Louisiana, Det Kongelige Teater og Det Kongelige Bibliotek.