

JAKOB TROLLBÄCK

Tillsammans med sina kollegor i New York och Stockholm har Jakob Trollbäck tagit fram den grafiska profilen för FN:s 17 Globala Mål som världens länder enats kring för utrota svält och fattigdom och samtidigt skapa en hållbar framtid för vårt jordklot och alla de människor som lever här.

Idag delar Jakob Trollbäck sin tid mellan kontoren i Stockholm och New York och det är i den sistnämnda världsmetropolen han befinner sig när vi når honom via Facetime. Hans uppdrag är att göra de Globala Målen tillgängliga för sju miljarder människor och den inledande frågan är ganska självklar, hur hamnade han här egentligen?

– Jag kommer från en familj med ett stort socialt engagemang och det har jag haft med mig från barnsben, inleder Jakob. När jag sedan valde att flytta till New York var det en del som tyckte att det var väldigt kommersiellt att åka till Amerika, detta var i efterdyningarna till Vietnamkriget ska man komma ihåg. Men jag flyttade och sedan rullade det på ganska snabbt och jag började arbeta med reklam och att skapa identiteter för bland annat ganska många TV-bolag och det gick väldigt bra för oss.

Vilken var framgångsfaktorn?

– Vi fokuserade från början på att få fram en ärlighet i det som kommunicerades. I den världen, TV-bolagens, var det på den här tiden mycket folk som mest var intresserade av att lyfta fram lite nya roliga färger men vi gjorde tvärtom. Vi fokuserade på meningen och letade fram saker som var värda att prata om, till detta kom en ren stil som vi förespråkade, det var nästan bara vi och Apple som tänkte så på den tiden.

Efter att ha googlat på Jakob Trollbäck och hans projekt inser du snabbt att han har jobbat med alla de stora företagen i branschen, däribland svenska SVT som han och hans kollegor skapade den nya profilen för, där det statliga televisionen tog steget bort från just det statliga lite grå uttrycket mot en modern kanal. Men steget från världens främsta TV-kanaler till FN:s Globala mål känns ändå ganska långt, vad hände?

– För fem-sex år sedan fick vi uppdraget att göra om anrika Weather Channel och vi skapade ett nytt symbolspråk kring hur man pratar om väder, det var då jag började

intressera mig för att systematisera saker.

Jakob berättar att uppdraget för Weather Channel följdes av ett uppdrag från BBC att skapa tre nya TV-kanaler och bolagets internationella Master Brand. Genom bolagets VD lärde han känna Sir Richard Curtis som en dag dök upp på kontoret för att prata om sitt eget välgörenhetsprojekt vilket ledde in till att Sir Richard frågade om Jakob var intresserad av att vara med och skapa ett nytt språk för att kommunicera de Globala målen.

– Hans poäng var att detta är kanske den sista chansen att ordna världen och fixa det som är fel men om folk inte förstår dessa mål skulle det aldrig gå att kommunicera ut dem. Genom åren hade han arbetat en hel del med olika projekt med bland annat Bono och Bob Geldorff, så han hade kontakter inom FN. Exakt hur han tog oss in i huset vet jag inte. Men in kom vi och där hade det satts samman en grupp som diskuterade hur målen skulle spridas. Vi sa helt enkelt: Vi tar hand om dessa.

Inom FN fanns vid den här tiden en hel del som var tveksamma till att det var så många mål, man menade att det aldrig skulle fungera att gå ut med 17 mål och man funderade på hur man skulle kunna gruppera dem eller hitta någon annan väg för att förenkla.

– När vi kom in och visade upp vårt periodiska system hade jag även gjort om alla namnen på målen och det var en ganska stor sak. Jag tyckte att det var omöjligt att få en överblick, så jag jobbade med att sätta mig in i målen och hitta det bästa möjliga sättet att beskriva vad det handlade om. Enligt principen ”Discard everything that means nothing” skapade jag nya kortnamn där jag lyfte ut en rubrik, här var det ganska nervöst för detta hade inte de 193 länderna skrivit under på, men det gick bra.

När ni satt de 17 målen började ni med delmålen?

– Här är mål 14 ett pilotfall där vi tagit fram nya delmål. Nånstans tyckte jag att det behövdes mer, vi hade en



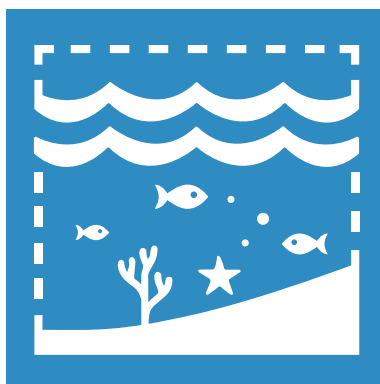
Targets for Action: Goal 14



14.1 Reduce Marine Pollution



14.4 Sustainable Fishing



14.5 Conserve Coastal and Marine Areas

rubrik men resten var fortfarande ogenomträngligt. Men sedan började jag titta på delmålen, kan man göra samma sak med dem? Jag var ganska övertygad om att kunna hitta delmålen, men att hitta de grafiska formerna var vi inte säkra på. Så vi var tvungna att helt enkelt testa oss fram.

Har designen alltid varit en del i ditt liv?

– Jag var med och drev ett galleri och en klubb i Stockholm på 80-talet och jag gjorde flyers till den. Jag ville vara designer och jag gjorde en del uppdrag som affischer och liknande men det gick inte att slå sig in i branschen i Stockholm eftersom jag inte hade en examen från Berghs eller Beckmans. Så då drog jag till New York. Där var det ingen som ville se några betyg och sedan hade jag ett ess i rockärmen; jag var väldigt intresserad av teknologi och gjorde all min design på en Mac. I Stockholm sa alla reklambyråer att ”här jobbar vi inte med datorer” men i New York var det coolt. Så det var designen allt kom ur. Sedan när jag startade Trollbäck + Company började jag skriva copy och idag är jag egentligen vassare på det än på ren design.

Jakob berättar att han efter att systemet för de Globala Målen lanserats fortsatte att arbeta med dessa i olika projekt, tillsammans med Sir Richard Curtis. Samtidigt

kände han att det var dags att skaffa en anknytning till Stockholm och Sverige och då kom tanken upp att starta ett kontor som enbart arbetar med hållbarhet. Visst finns det kommersiella kunder men grunden är hela tiden att arbeta med hållbarhet och att förklara vad det handlar om.

– Vi har idag lite olika projekt, ett är att fortsätta arbetet med de 17 målen och de 169 delmålen och det har vi gjort på väldigt många sätt. Vi har även bland annat arbetat med Project Everyone och Bill and Melinda Gates Foundation

Hur går det med delmålen, hur långt har ni kommit?

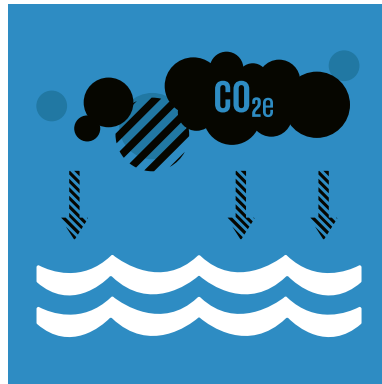
– Den stora utmaningen är helt enkelt att kunna förklara alla dessa delmål på ett pedagogiskt sätt. Två tredjedelar är så att en normalintelligent människa kan förstå, men de är komplexa saker likväl. Speciellt när man pratar ekonomiska processen, det kan var frustrerande men vi vet att det är fullt möjligt att göra.

Vad har varit den stora utmaningen?

– Den stora utmaningen har varit att övertyga folk om att detta är det bästa sättet att kommunicera målen på, men det har aldrig funnits något konkurrerande system. FN har aldrig tidigare lanserat något som haft ett färdigt kommunikationsspråk från första dagen.



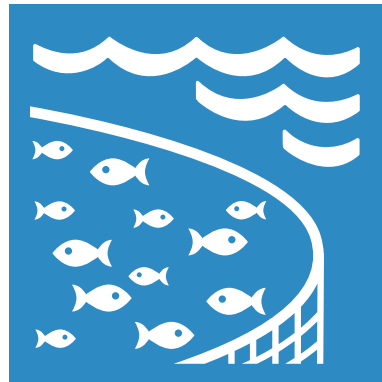
14.2 Protect and Restore Ecosystems



14.3 Reduce Ocean Acidification



14.6 End Subsidies Contributing to Overfishing



14.7 Encourage Sustainable Use of Marine Resources

Hur tänker man när man designar för sju miljarder människor?

– Det är designen som är grunden i allt och där har vi använt ett enkelt designspråk, en färg och vitt, platta bilder och så enkelt det bara går. Vi har en briljant huvuddesigner och min roll är att se till att det blir rätt. Några av målen var svårare än andra, nummer ett till exempel. Vi kom fram till att vi får visa folk som mår bra helt enkelt, visa välbästand. Vi har velat visa upp det positiva och såklart har vissa varit enkla, de har varit självklara, och andra har tagit mycket mer tid.

Vad tror du att dessa mål betyder för världen?

– Grejen med målen är att det måste ske utbildningar på alla nivåer. Dels måste det till en rejäl folkbildning men även för beslutsfattare och företagsledare. Stenåldern tog inte slut för att det tog slut på sten och när alla vill se problemen så säger vi att alla problem är möjligheter egentligen. Företag kan se att det fortfarande är många som inte kan fickparkera, vi gör en bil som kan parkera själv. På samma sätt är det ett problem med all den energi vi använt i alla dessa år, men om det är ett problem, tänk vilken möjlighet för alla nya företag!

Jakob poängterar om och om igen att det är enormt viktigt att inte se dessa mål som ett hinder utan som just

en möjlighet. Han tar exemplet med plastflaskor, som han menar måste bort. Den som hittar den nya lösningen utan plast kommer att ta marknaden direkt. Vilken möjlighet!

– Vill man att ens firma ska överleva, är de Globala målen en julkapp. Det finns ingen annan väg, både regeringar och företag kan använda dem som ett verktyg. Även med 2 graders uppvärmning kommer våra hav att stiga så mycket att vi får 500 miljoner klimatflyktingar. Vi ser vad några miljoner flyktingar gjort i Europa, om det kommer 500 miljoner människor vad händer då? Det är en jättemöjlighet för företag, var bygger vi från scratch så vi kan husera en halv miljard människor?

Att Jakob Trollbäck blev en del av A Sustainable Tomorrow var egentligen en slump, som så mycket annat i denna fantastiskt inspirerande persons liv. En gemensam bekant presenterade honom för Bo Nilsson, grundaren till A Sustainable Tomorrow, med orden att de borde prata med varandra.

– Idag har jag både firman i Stockholm och New York så jag fyller min tid, men verksamheten i USA klarar sig bra utan mig så jag lägger mer och mer tid på att arbeta med hållbarhetsfrågor. Jag vill hjälpa till och diskutera och vara en del av att föra dessa mål i hamn helt enkelt.