

Grafisk



Vi har alle prøvet at skulle sælge os selv. Overfor nye kunder eller ved jobsamtalen. Men hvordan kommer man så vidt? En i den grad anderledes indpakning viste sig at være løsningen for Anita Koldtoft Christensen. Her er hendes historie.

Af Anita Koldtoft Christensen

Der er tunfisk, fladfisk, Nilfisk, filosofisk, og så er der grafisk. I et forsøg på at skille sig ud fra andre fisk i stimen af grafisk lavede jeg i forbindelse med et projekt på Jensens Kurser i Århus en ansøgning konserveret i en makrelåse.

En repræsentant fra Papyrus A/S stillede DTPprof-holdet opgaven **Hvordan vil du promovere dig selv?** og satte en præmie på højkant.

Jeg tænkte. Det handler om at gå imod strømmen, men samtidig lave noget, der holder. Konserves holder sig i årevis, og kun døde fisk svømmer med strømmen. En levende gra-fisk i en dåse var oplagt, selvom tanken om at skulle til at fjerne makrelfileter i tomatsauce for at få en dåse var mindre tiltalende.

For spændingens skyld ville jeg, at dåsen skulle være uåbnet, når modtageren fik min ansøgning, altså måtte jeg i gang med min skarpeste hobbykniv for at skære hul i bunden. Hullet blev, efter at ansøgningen med nogen besvær kom ind i dåsen, dækket med en label med en varedeklaration, så dåsen fremstod, som om den var uåbnet (i øvrigt kan jeg tilføje, at Rodalon af alle kemikalier er det, der fjerner makrellugt bedst fra dåser...).

Min dåse vandt i hård konkurrence med mine dygtige medstuderende, og den formåede tilmed at skabe den velkendte frygt for makrelstink hos modtagerne, som skulle åbne den. Desuden gav den mig også den praktikplads, jeg gik efter.

DTPprof-kurset hos Jensens Kurser blev et springbræt for mig ind i den grafiske branche. Siden er jeg med en del merit blevet mediegrafikerelev hos Publizon A/S.

Og så er der for resten også hornfisk, geografisk og klumpfisk.

Velbekomme.

