

Trycksaker

HISTORIK

Kineserna var först, förstås. Redan för tusen år sedan tryckte de böcker med lösa teckentyper. Men Mittens rike låg i marginalen – i Europa hyllas sedan gammalt Gutenberg som boktryckarkonstens fader. Vid mitten av 1400-talet började han seriegjuta lösa bokstavstyper av bly, vilka kunde fogas samman till hela sidor.

Böckerna från denna pionjärtid (*inkunabler* kallade) imiterade de medeltida handskrifterna, men bara några årtionden senare – främst i renässansens Norditalien – tog den moderna boken successivt form med titelblad och paginering, behändigare format och antikvasnitt i stället för de snirkliga gotiska bokstäverna.

Vad den gutenbergska trycktekniken beträffar överlevde den i hela 350 år, men vid 1800-talets ingång var det gamla hantverkets dagar räknade. Maskinåldern kom med allt effektivare tryckpressar och sättmaskiner, liksom nya reproduktionsmetoder för bilder. Och med en grov truism kan vi bara konstatera att utvecklingen därefter accelererade språngvis, för att i våra dagar erbjuda datorernas digitala trollerikonster.

NÄR SNÅLHETEN BEDRAR VISHETEN

All teknik till trots – datorer kan inte tänka själva. Det krävs en mänsklig hjärna, helst skolad, för att fatta alla de beslut som måste fattas redan för en enkel trycksak. Först när tankearbetet är klart behövs tekniken.

Ovan sagda kan tyckas vara en väl naiv upplysning (och är det självklart också). Ändå är det inte ovanligt med företag som tror att en rejäl dator plus det senaste layoutprogrammet i händerna på en entusiastisk medarbetare erbjuder en smart genväg förbi reklambyrån. För även om den trycksaken förmodligen blir billigare att producera – kan den bli mycket dyr att använda.

TRYCKSAKER ÄR OLIKA SAKER

Ordet trycksak innefattar (föga överraskande) allt som kommer fram ur en tryckpress: broschyrer, kataloger, foldrar, tidningar, böcker, blanketter m m.

Det finns olika sätt att bringa lite ordning i trycksaksfloran. Enklast är kanske att skilja mellan alster av lång respektive kort livslängd. Den indelningen fångar upp de viktigaste aspekterna vid trycksakstillverkning med tanke på företagets marknadsföring.

1. *Långlivade alster* – Hit hör företagspresentationer och årsredovisningar men även vissa produktkataloger. Informationen är allmänt berättande och kvaliteten på utförandet så bra – både till form och innehåll – att materialet också tjänar ett profilskapande syfte.

2. *Kortlivade alster* – Till gruppen hör bl a DR-utskick, kampanjtrycksaker och nyhetsblad, dvs material som är knutet till en tydligt avgränsad period eller aktivitet. Liksom engångsmuggen används dessa alster en gång och aldrig mer, varför man naturligt väljer en enklare kvalitet (dock ej så enkel att muggen börjar läcka).

VÄRDET AV EN FÖRETAGSPRESENTATION

Tänkvärdheter kan sägas om varje slag av trycksak. Här måste vi dock begränsa oss till att kort kommentera en av tungviktarna: *företagspresentationen*.

Varje företag – oavsett storlek – har praktisk nytta av en tryckt presentation, vanligen i broschyrform. Det finns minst två skäl för detta påstående. För det första: en företagsbroshyr sparar *tid*, t ex före och efter kundmöten eller vid mässor. För det andra: om broschyren är välgjord, stärker den företagets *anseende*.

I förlängningen av dessa argument möter ett tredje: ett fullödigt porträtt av företaget och dess verksamhet kan skapa *nya affärer*, inte minst med gamla kunder.