



Visitenkarten – Werbung für Sie

Die Bezeichnung Visitenkarte stammt aus dem Französischen: Carte de visite. Diese Karte wurde ab dem 17. Jahrhundert bei Besuchen in Adelshäusern oder bei der Oberschicht den Bediensteten übergeben. Diese meldeten dann den Besucher an. Das war bei den damals üblichen vielen Namen und Titel nicht immer einfach. Bei grossen Veranstaltungen und Festen am Königshof war der Zeremonienmeister dank der Karte in der Lage, der Öffentlichkeit jeden Gast korrekt anzukündigen.

Der Gast knickte seine Karte auf bestimmte Art und Weise. Dadurch signalisierte er den Anlass: Antrittsbesuch, Beileidsbesuch oder persönliche Vorstellung. Durch den Knick konnte die Karte, die auf einem Silbertablett präsentiert wurde, auch einfacher in die Hand genommen und betrachtet werden. Damals produzierten Kupferstecher die Visitenkarten. Je kunstvoller die Verzierungen waren, desto wertvoller war die Karte und desto angesehener der Überbringer. Heute hat die Bedeutung von privaten Visitenkarten abgenommen.

Im Geschäftsleben sind Visitenkarten ein absolutes Muss. Die Visitenkarte sagt viel über die Firmenphilosophie, den Stil und das Image aus. Darüber hinaus ist sie Ausdruck der Marketingstrategie eines Unternehmens und Teil der «Corporate Identity». Werbemittel spielen im hart umkämpften Markt eine wichtige Rolle. DAS Werbemittel sind Visitenkarten. Richtig verwendet, öffnen sie Türen zu neuen Kunden.

Viele Geschäftskarten kombinieren die Geschäfts- und die Privatadresse. Ausserdem sind darauf Funktion, Mailadresse, Website, Telefonnummer und Mobile zu finden. Faxnummern oder gar Telexadressen sind fast vollständig verschwunden. Logos und Slogans werden immer wichtiger und sind unterdessen selbstverständlich.

Obwohl bereits um 1850 herum die ersten Cartes de visite mit Fotos produziert wurden, konnten sich Visiting Cards mit Passfotobildern bisher noch nicht durchsetzen. Der Trend weist jedoch darauf hin, dass diese künftig vermehrt verteilt werden. An Grossveranstaltungen lernt man viele Menschen kennen – ein Foto ist da für den Wiedererkennungswert von grossem Vorteil.

Passende Grösse

Feste Regeln für die Grösse einer Karte gibt es heute nicht mehr. Es ist allgemein üblich, ein Format von etwa 10 x 7 cm nicht zu überschreiten. Gefaltete Karten oder Karten in speziellen Formaten fallen auf. Praktisch ist das Checkkartenformat, es sind aber auch kleinere Masse bis zu 7 x 4 cm üblich.

Kurznachricht

Visitenkarten werden nicht nur bei geschäftlichen Treffen, Messen, Konferenzen und offiziellen Anlässen verteilt. Bei einem Erstkontakt zwischen Geschäftspartnern werden sie ausgetauscht. Dadurch kann man die eigene Position im Unternehmen diskret bekannt geben und auch sicherstellen, dass der Name des Partners besser im Gedächtnis bleibt.

Visiting Cards eignen sich auch als Übermittler kurzer Nachrichten und als Notizpapier beim Versand versprochener Unterlagen; die Visitenkarte ist also ein Ersatz für den Kurzbrief. Es ist nicht unbedingt nötig, sie mit einer Anrede oder einer Unterschrift zu versehen. Ein kurzer handschriftlicher Zusatz macht sie jedoch persönlicher.



Grusskarte

Die Visitenkarte wird in einen Umschlag verschickt, etwa als Gruss zu einem Blumenstrauss oder (Werbe-)Geschenk. In einem normalen Briefumschlag wirkt sie verloren. Deshalb benutzt man einen kleinen, an die Grösse der Karte angepassten Umschlag.

Bewahren Sie Ihre Visitenkarten am besten immer am gleichen Ort auf. Geeignet sind die rechte Aussen tasche und die linke Innentasche, wenn Sie Rechtshänder sind. Bei Linkshänder ist es umgekehrt. Sie vermeiden so die unkompetent wirkende Sucherei. Verteilen Sie Visitenkarten grosszügig, aber gezielt: An Kundinnen und Kunden, interessante Personen, selten angetroffene Bekannte. Damit hinterlassen Sie neben dem flüchtigen auch noch einen schriftlichen Eindruck.

Übergeben Sie die Karte so, dass der Gesprächspartner die Schrift lesen kann. Er braucht und bekommt die Gelegenheit, sich Zeit für das Studium zu nehmen. Visitenkarten unbeachtet in eine Jackentasche zu stecken, gilt als extrem unhöflich. Erhält man eine Visitenkarte, so übergibt man dem anderen auch eine.

Es ist nicht optimal, dem Gegenüber eine Visitenkarte aufzudrängen. Schnell entsteht ein falscher Eindruck. Dieser Satz funktioniert erfolgreich: «Vielleicht benötigen Sie einmal einen Experten?»

Im asiatischen Raum sind Visitenkarten ein absolutes Muss. Die Übergabe wird als Ritual zelebriert, das von Lächeln, Verbeugungen und «thank you» begleitet wird. Zuerst gibt die ältere oder ranghöhere Person der jüngeren oder rangniedrigeren Person die Karte. Der Rangniedrigere nimmt die Karte in beide Hände und verbeugt sich anschliessend. Daraufhin betrachtet er die Karte genau. Sie darf auf keinen Fall direkt verstaut, sondern muss sorgfältig auf die Seite gelegt werden. Anschliessend erfolgt das gleiche Ritual durch die jüngere/rangniedrigere Person.

Die Karten werden mit viel Respekt behandelt und in passenden Utensilien aufbewahrt oder in Ordnern abgelegt. Vor allem in China und Japan hat man mit zweisprachigen Visitenkarten einen grossen Vorteil.

Und der gute Tipp zum Schluss: Notieren Sie hinten auf die Visitenkarte möglichst viele Stichworte zum Übergeber: Datum, Anlass, Gesprächsthemen, witzige Begebenheiten, Aussehen, Eigenheiten, Charakter und Verhalten. Sie werden staunen, wie viele Fakten Ihnen dank dieser Stichworte noch nach Jahren präsent sind.