

so geht's!

Visitenkarten

Die Visitenkarte gehört heute zum Alltag des Geschäftslebens. Dabei ist sie keine Erfindung des modernen Businessbetriebs: So übergab man schon bei höfischen Empfängen dem Zeremonienmeister seine Visitenkarte, der daraufhin den Besucher ankündigen konnte. Oftmals wurde sie auch einfach nur beim Personal höher gestellter Personen abgegeben, um der Bitte nach einem Empfang Ausdruck zu verleihen.

Heutzutage soll die Visitenkarte gleich zwei Funktionen erfüllen: notwendige Informationen über den neuen Geschäftspartner geben und darüber hinaus das Image der Firma vermitteln. Eine große Aufgabe auf kleinem Raum, die professionell gelöst werden will, auch wenn Billigangebote von Onlinedruckereien oder gar an Automaten etwas anderes suggerieren.

Eine DIN-Norm für Visitenkarten gibt es zwar nicht, aber dennoch haben sich Standards herausgebildet: Europäische Visitenkarten richten sich nach dem Standardmaß der Scheckkarten (85 x 55 mm). Das ist praktisch, weil z.B. Brieftaschen auf diese Abmessungen ausgerichtet sind. Geeignet für den Druck sind Kartons mit einem Gewicht von 200–300 gr/m². Dünnerer Karton ist zu knickempfindlich und hinterlässt beim Empfänger keinen überzeugenden Eindruck.

Je nach Branche und Image, das man transportieren will, kann man durchaus auch ungewöhnliche Produktionen ins Auge fassen: Etwa Visitenkarten aus Kunststoff oder Aluminium oder ähnliches. Hier ist aber Feingefühl angeraten, damit die Grenzen der Selbstdarstellung nicht überschritten werden.

Im Regelfall ist eine eher zurückhaltende Gestaltung angemessen. Viel Platz ist sowieso nicht, deshalb muss man die feintypographischen Möglichkeiten der Schriftgestaltung ausnutzen, um zu einem ruhigen, ausgeglichenen Gesamtbild zu gelangen.

Das Firmenlogo auf der Visitenkarte ist vielleicht das augenfälligste Teil des Produktes. Gut, wenn das Corporate Design der Firma Varianten des Logos vorsieht, die sich auch für einen kleinformatigen Einsatz eignen und vielleicht auf Untertitel etc. verzichten. Eine schlichte Verkleinerung ist nicht bei allen Logos durchführbar – vielleicht ein Anlass, einmal über die Gestaltung von Logovarianten nachzudenken. *RE*



Schlichte Karte für einen großen Geist. (Quelle Wikipedia)

schau an!

Was derzeit an der Budapester Straße im Stadtteil St. Pauli zu bestaunen ist, darf weder als Folge wieder steigender Umschlagzahlen im Hafen noch als innerstädtische Hafenerweiterung interpretiert werden. Die eindrucksvollen Containerstapel vor der Südtribüne des Millerntorstadions sind vielmehr das temporäre Museum zum 100. Geburtstag des FC St. Pauli. Die wechselhafte Vereinsgeschichte, die St. Pauli ausge-



rechnet in seinem Jubiläumsjahr zum 5. Mal in die Bundesliga zurückführte, wird in den braun-weißen Containern anschaulich dargestellt, so zum Beispiel die Trikots im Wandel der Zeit oder die internationale Begeisterung für den Verein. Auch die Vielfältigkeit des Sportangebots spiegelt sich in der Ausstellung wider. Unser Fazit: Besuch empfehlenswert!

RE/TG



streng geheim!

Geplant wurde der Betriebsausflug unter der Annahme sommerlicher Temperaturen, ein professioneller Ablaufplan sollte die Logistik regeln. Obwohl letztlich das Grillen am Elbstrand dann doch nur unter Einsatz von Woldecken möglich war, machten der Sonnenuntergang und leckeres Grillgut den Abend zu einem sehr schönen Erlebnis. Nur auf die ganz großen Pötte warteten wir an diesem Abend vergeblich. *TG*

Zeremonienmeister Ralf E.

