

Wie Unternehmen ihre Visitenkarten kaufen

Die aktuelle Situation



1 von 3

mittleren und großen Unternehmen bestellt Visitenkarten bei Online-Druckereien bzw. Visitenkarten-Spezialisten.

79%
der internen und 71 % der externen Kommunikation bei der Visitenkarten-Beschaffung läuft derzeit per E-Mail.



20

Minuten Arbeitszeit oder mehr wendet jedes zweite Unternehmen* für das Anfordern, Sammeln, Weiterleiten, Bestellen, Kontrollieren und Freigeben von Visitenkarten auf – und zwar pro Name.



10€

oder mehr kostet somit die Beschaffung einer Sorte Visitenkarte zusätzlich zu den Druck- und Lieferkosten**

Die Rolle der Visitenkarte

✗ 7% glauben, dass es gedruckte Visitenkarten bald nicht mehr geben wird.

59%

sehen Visitenkarten als relevantes Marketing-Instrument oder als Imageträger.



☹ 9% halten sie für ein notwendiges Übel.

Die Wünsche der Unternehmen

72% legen großen Wert auf einfache Bestellvorgänge.



57% beurteilen den Druckpreis der Visitenkarten als wichtiges Kriterium.



74%

halten kurze Lieferzeiten von Visitenkarten für besonders wichtig – damit hat Tempo die Top-Priorität in der Beschaffung.

Das Potenzial von Online-Plattformen



2

Minuten (statt 20) dauert die Beschaffung mit B2B-Tools von Visitenkarten-Spezialisten.***