**Präsente richtig auswählen**

**Weihnachtsgeschenke für Kunden und Mitarbeiter: Ihr Guide zum Erfolg**

**Während Lebkuchen, Stollen & Co. im Supermarkt bereits allgegenwärtig sind, wähnen wir das eigentliche Fest noch in einiger Ferne. Doch jetzt ist es höchste Zeit, die Suche nach dem passenden Geschenk zu starten – zumindest für Geschäftskontakte. So startet man vorbereitet in die arbeitsintensive Zeit vor dem Jahresende und muss nicht in letzter Minute halbgare Aufmerksamkeiten aussuchen. Doch die Wahl des richtigen Präsents ist mitunter gar nicht so einfach: Was darf man seinen Kunden, Mitarbeitern und Partnern überhaupt schenken?**

Die Weihnachtszeit im Büro ist die mitunter stressigste Zeit im Jahr. Die Projekte vor dem Jahresende häufen sich; viele To-dos müssen „last minute“ abgearbeitet werden. Wer sich erst jetzt daran erinnert, noch Präsente für die Kunden und Partner suchen zu müssen, gerät unter Zeitdruck. Gerade kleine bis mittelständische Unternehmen haben oft nicht die nötigen Ressourcen, um einen großen Aufwand rund um die Suche nach Kundengeschenken zu betreiben. Schließlich gilt es, noch die Versandzeit einzukalkulieren, damit die Präsente rechtzeitig zum Adressaten gelangen. Das Motto lautet stattdessen: Der Herbst ist der Herbst der neue Advent. Damit die Organisation der Geschenke gelingt, gilt es, einige Stolperfallen zu umgehen.

**Vorab über Compliance-Regeln informieren**

Klar, Geschenke stärken die Kunden- und Mitarbeiterbindung. Das gelingt sowohl mit persönlichen Grußkarten als auch mit einer Flasche Wein oder einem persönlichen Präsent. Doch dürfen die Kunden und Mitarbeiter ihre Geschenke überhaupt ohne Weiteres annehmen? Hier ist es empfehlenswert, sich vorab über potenzielle Compliance-Regeln zu informieren – insbesondere in großen Unternehmen und Konzernen. Oft dürfen nur Geschenke unter einem bestimmten Wert angenommen werden; ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Thema Versteuerung.

**Steuerrechtliche Vorgaben beachten**

Gesetzliche Vorgaben in puncto Steuerrecht geben einen eindeutigen Rahmen vor, in dem Geschenke liegen müssen. Einige der wichtigsten Grundsätze lauten wie folgt: Weihnachtsgeschenke für Kunden und Geschäftspartner sind nur bis zu einer Freigrenze bis 35 Euro steuerlich abzugsfähig. Liegt ihr Wert darüber, müssen die Zahlungsbelege aufbewahrt und mit dem Namen des Beschenkten und dem Anlass versehen werden. Die Empfänger müssen die Geschenke grundsätzlich als zusätzliches Einkommen versteuern und den Wert ab zehn Euro korrekt in ihrer Einkommensteuererklärung angeben.

**Andere Länder und Religionen, andere Feste**

Insbesondere internationale Kunden und Geschäftspartner gehören oft einem anderen Kulturkreis an. Komplex wird die Suche nach dem passenden Geschenk bei unterschiedlichen Religionen. Juden feiern Chanukka statt Weihnachten; Muslime feiern das Zuckerfest. Die Frage, ob Weihnachtsgeschenke hier angemessen sind, lässt sich nicht pauschal beantworten. Bei Angehörigen des Judentums und Islams, die in westlichen Ländern leben und mit dem christlichen Weihnachtsfest vertraut sind, sollte man zumindest bestimmte Gepflogenheiten beachten. Lebensmittel sind beispielsweise ein heikles Thema; sie sollten koscher bei Juden und halal bei Muslimen sein.

**Wie nachhaltig müssen Geschenke sein?**

Nachhaltigkeit und Umweltschutz gehören bei den meisten Unternehmen heute zur Philosophie. Die Kunden erwarten ebenfalls einen bewussten Umgang mit Ressourcen von ihren Partnern. Daher gilt es, auch beim Schenken Verantwortung zu zeigen. Übliche Wegwerf-Werbemittel wie USB-Sticks sind tabu. Gefragt sind hingegen recycelbare Verpackungen und verantwortungsvoll hergestellte Produkte. Ökologische Geschenkideen sind zum Beispiel langlebige Druckprodukte. Mit Kalendern oder Terminplanern auf Recycling- oder FSC-zertifiziertem Papier steht man tagtäglich im Fokus der Kunden und transportiert eine nachhaltige Botschaft. Eigens gestaltete Grußkarten oder Memoryspiele mit Motiven aus der Stadt des Kunden drücken eine besondere Wertschätzung aus.

**Alternative Spende: den passenden Zweck auswählen**

Wer dem Konsum ganz entsagen möchte, kann den verfügbaren Betrag stattdessen sinnvoll spenden. Das kann eine Spende an eine wohltätige Organisation oder eine Aufforstung im heimischen Forst sein. So tut man etwas Gutes und schenkt gleichzeitig nachhaltig. Als Adressat bietet sich eine Aktion an, die zur eigenen Branche passt – zum Beispiel die Welthungerhilfe für Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie. Soll die Region von der Spende profitieren, macht ein lokal ansässiger Verein Sinn. Aber auch ein Anlass im eigenen Unternehmen, beispielsweise die Erkrankung eines Mitarbeiters, ist denkbar. Das [Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI)](https://www.dzi.de/spenderberatung/spenden-siegel/liste-aller-spenden-siegel-organisationen-a-z/) gibt Auskunft über vertrauenswürdige Organisationen mit einem entsprechenden Siegel.

**Fazit: Die Weihnachtszeit beginnt im Herbst**

Fest steht: Möchte man Personen im geschäftlichen Umfeld beschenken, gibt es etliche Regeln zu beachten. Wenn man sich jedoch rechtzeitig informiert, profitiert man später von der guten Vorbereitung.

Wie die Organisation der geschäftlichen Weihnachtsgeschenke am besten gelingt, erklärt Mail Boxes Etc. (MBE) im E-Book „Schenken Sie Freude. Leitfaden für Kunden- und Mitarbeitergeschenke zu Weihnachten“ unter[www.mbe.de/de/e-book-weihnachtsgeschenke](http://www.mbe.de/de/e-book-weihnachtsgeschenke). Mail Boxes Etc. unterstützt bei der Auswahl, liefert Inspiration für mögliche Präsente und gibt Antworten auf zentrale Fragen rund um Steuerrecht, Kultur und Spenden.

Autor: Jan Junghahn, Network Sales & Operations Supervisor bei MBE Deutschland

Seit Februar 2016 betreut Jan Junghahn Franchisepartner im MBE-Netzwerk. Zuvor war er fast zwei Jahrzehnte im Vertrieb für Telekommunikationslösungen tätig. Sein Fokus liegt auf der Entwicklung der MBE-UnternehmerInnen in der Startphase. Er trifft in dieser Funktion immer wieder auf Kunden von MBE-Centern, die anspruchsvolle und individuelle Lösungen für den Geschäftsalltag suchen. *„Ich bin mir sicher, dass unsere Kunden ihre Wertschätzung gegenüber Mitarbeitenden und gegenüber den eigenen KundInnen in diesem Jahr mehr denn je zum Ausdruck bringen wollen. Mit einem personalisierten Präsent wird diese Wertschätzung sichtbar”,* so Jan Junghahn.

**Stand: 15. November 2021  
Umfang: 6.093 Zeichen inklusive Leerzeichen  
Bilder: 4**

**Bildunterschriften:**

**Bild 1:** Weihnachten im Sommer? Wer Kunden und Mitarbeiter mit den passenden Geschenken begeistern möchte, sollte frühzeitig planen; Quelle: MBE Deutschland GmbH

**Bild 2:** Mit der richtigen Vorbereitung wird die Geschenksuche zum Erfolg; Quelle: MBE Deutschland GmbH

**Bild 3:** Bei der Auswahl von Weihnachtsgeschenken für Kunden und Mitarbeiter müssen zahlreiche Aspekte beachtet werden; Quelle: MBE Deutschland GmbH

**Bild 4:** Jan Junghahn ist Network Sales & Operations Supervisor bei MBE Deutschland; Quelle: MBE Deutschland GmbH

**Über die MBE Deutschland GmbH**

MBE Worldwide S.p.A. („MBE“), eine private Holdinggesellschaft mit Sitz in Mailand, Italien, ist ein Drittanbieter von Versand-, Fulfillment-, Druck- und Marketinglösungen für kleine und mittelständische Unternehmen und Einzelhändler – hauptsächlich über ein Netzwerk von unabhängig betriebenen Franchise-Standorten. In Deutschland gibt es rund 150 MBE-Center. Diese unterstützen die Aktivitäten von Unternehmern, Personen und Firmen durch ein leicht zugängliches Vertriebsnetz und maßgeschneiderte Dienstleistungen und Produkte, die von einem ausgezeichneten und einzigartigen Service geprägt sind. Die MBE Worldwide Group ist derzeit mit vier verschiedenen Marken tätig: Mail Boxes Etc., AlphaGraphics, PostNet, Spedingo.com, Print Speak, Pack & Send und Multicopy. Insgesamt zählt das globale Netzwerk derzeit mehr als 2.800 Standorte in 53 Ländern mit mehr als 11.000 Mitarbeitern und einem systemweiten Umsatz von 879 Millionen Euro (1004 Millionen US-Dollar) im Jahr 2020.

Weitere Informationen finden Sie auf: [https://www.mbe.de](https://www.mbe.de/), [https://www.mbecorporate.com](https://www.mbecorporate.com/) und  [https://www.mbeglobal.com](https://www.mbeglobal.com/)

**Unternehmenskontakt**

Franziska Barth • MBE Deutschland GmbH  
Bundesallee 39–40a • 10717 Berlin  
Telefon: +49 (0) 30 – 726209193  
E-Mail: fbarth@mbe.de • Internet: www.mbe.de

**Pressekontakt Agentur**

Bastian Zimmer • additiv pr GmbH & Co. KG  
Pressearbeit für Logistik, Stahl, Industriegüter und IT  
Herzog-Adolf-Straße 3 • 56410 Montabaur  
Telefon: +49 (0) 26 02- 950 99-21  
E-Mail: bz@additiv-pr.de • Internet: www.additiv-pr.de