



Foto: Simone Hainz/pixelfoto.de

Alle Jahre wieder

Was schenke ich heuer meinen treuen Kunden? Diese Frage beschäftigt bereits einige Monate vor Weihnachten viele Chefs in Unternehmen. Was gut ankommt und was man aus Compliance-Gründen besser sein lassen sollte, verraten Experten. **TEXT: THERESA BERGER**

Ein Kalender oder doch lieber ein Schreibset? Eine Flasche Wein oder gleich ein üppig gefüllter Geschenkkorb? Während in den Geschäften noch die letzten Badehosen im Ausverkauf feilgeboten werden, denken in vielen Unternehmen Geschäftsführer und Assistentinnen bereits darüber nach, was sie ihren Kunden heuer zu Weihnachten schenken werden. Doch nicht immer kommen diese Geschenke auch gut an, belegt zumindest eine Umfrage, die das Online-Shop-Portal mylugo.de in einer Befragung herausgefunden hat.

Immer wieder Schreibwaren. Demnach werden vor allem Einkaufsgutscheine (59 %) bevorzugt, aber auch Delikatessen und Weine (23 %) sind gern gesehen. Ebenfalls hoch im Kurs stehen persönliche Glückwünsche – die hinterlassen bei 21 % einen bleibenden Eindruck. Und was landet tatsächlich auf dem Gabentisch der Unternehmen? 40 % setzen (wenig kreativ) auf Schreibwaren und Kalender. Lebensmittel verschenken rund 7 %. „Zu viele versuchen mit besonders cleveren und preiswerten Lebensmitteln zur Festzeit zu punkten.

Leider oft mit dem gegenteiligen Effekt“, sagt Mathias Schmitz, Geschäftsführer von mylugo.de. „Wem ein Einkaufsgutschein zu unpersönlich ist, der sollte auf Delikatessen und besondere Getränke setzen.“

Mit Persönlichem punkten. Auch Gerhard Gössl, Inhaber und Geschäftsführer der Gössl GmbH in Salzburg, bereitet die Geschenkauswahl Jahr für Jahr Kopfzerbrechen. „Ganz schwierig!“, lautet sein kurzer Kommentar auf die Frage nach der Geschenkauswahl. „Wenn man die Wertschätzung für seinen Kunden in einem materiellen Geschenk ausdrücken möchte, wird es teuer. Dies kann man machen, wenn man wenige Kunden hat. Wenn man viele Kunden hat, ist es eine Budgetfrage. In diesem Falle ist es wohl besser, die Wertschätzung beispielsweise durch einen persönlichen Brief auszudrücken.“ Gössl ist überzeugt: Am besten kommt der persönliche, idealerweise handgeschriebene Brief an. „Wertschätzung muss sich nicht monetär ausdrücken“, sagt er. „Jedes Jahr das Gleiche zu schenken geht überhaupt nicht. Fantasielosigkeit ist hier nicht angebracht.“

Großes Thema Compliance. Es soll aber auch Unternehmen geben, die nicht mangels Ideen auf Geschenke verzichten, sondern aus Compliance-Gründen lieber gar nichts schenken, um auf der sicheren Seite zu bleiben. „Bei den Unternehmen herrscht große Unsicherheit, welche Handlungen noch erlaubt sind und welche bereits einen strafrechtlichen Tatbestand erfüllen“, bestätigt Rechtsanwalt Mag. Dr. (H) Levente Kovács-Andor von der Nemetschke Huber Koloseus Rechtsanwälte GmbH, der auf Unternehmens-, Liegenschafts- und Arbeitsrecht spezialisiert ist.

Sind Weihnachtsgeschenke strafbar? Tatsächlich sorgen die neuen Antikorruptionsregelungen seit Anfang 2008 für eine gewisse Unsicherheit, da zwei neu eingeführte Straftatbestände – „Geschenkannahme durch Bedienstete oder Beauftragte“ (§ 168c StGB) und „Bestechung von Bediensteten oder Beauftragten“ (§ 168d StGB) – die aktive und passive Bestechung auch in der Privatwirtschaft unter Strafe stellen. Nach diesen neuen Bestimmungen ist sowohl die Geschenkannahme als auch die (aktive) Bestechung im privatwirtschaftlichen Bereich verboten, allerdings nur dann, wenn der Vorteil durch Bedienstete oder Beauftragte für eine pflichtwidrige Vornahme oder Unterlassung einer Handlung gefordert oder gegeben wird. „Vor allem aus praktischer Sicht besteht für Unternehmen Aufklärungsbedarf, ob überhaupt und gegebenenfalls ab welcher Wertgrenze durch die bereits angesprochenen neuen Straftatbestände nunmehr jahrelang gepflegte Gewohnheiten wie etwa das Versenden von Werbegeschenken oder kleinen Weihnachtsgeschenken strafbar sind“, so der Rechtsanwalt.

Die 100-Euro-Marke im Blick. Kovács-Andor bestätigt, dass in der Vergangenheit sehr viele Unternehmen mit diesem Thema allzu sorglos umgegangen sind. „Die Reaktion, überhaupt keine Geschenke mehr zu versenden, halte ich aber für übertrieben.“ Er empfiehlt den Aufbau einer geeigneten Compliance-Organisation, etwa durch die laufende Ein- und Nachschulung, aber auch die Kontrolle der Mitarbeiter. Die Annahme von Geschenken durch Privatpersonen oder Eigentümer von Unternehmen kann auch weiterhin ohne Bedenken er-

folgen, beruhigt der Experte. Bei der Geschenkannahme durch Bedienstete oder Beauftragte im privaten Bereich ist ohne Rücksicht auf den Wert des Gegenstandes – also selbst bei den geringfügigen Geschenken – darauf zu achten, dass die Geschenkannahme strafbar ist, wenn der Geschenkgeber dafür ein pflichtwidriges Handeln oder Unterlassen fordert. Liegt dies nicht vor, ist trotzdem zu beachten, dass nur geringfügige Geschenke bis EUR 100 behalten werden dürfen, andere Geschenke hingegen abzuführen sind.

Bleibenden Eindruck machen. Wer also gewisse Regeln beachtet, muss sich keine Sorgen machen – und kann davon ausgehen, dass das Geschenk einen durchaus bleibenden Eindruck hinterlässt. Für Maria Hauser, Direktorin des Biohotels Stanglwirt in Going, jedenfalls ist es selbstverständlich, dass es zur Weihnachtszeit kleine Aufmerksamkeiten gibt. „Wir sehen diese Geschenke vor allem als Dankeschön und als Zeichen der Wertschätzung für die Treue und Verbundenheit unserer Gäste zum Stanglwirt.“ Bei der Geschenkauswahl hält sich das Team immer an ein konkretes Motto: traditionell, handgefertigt und möglichst heimelig. „Das sind vor allem Dinge, die die ganze Familie erfreuen und auch daheim im Haushalt funktionell oder dekorativ wunderbar verwendbar sind“, sagt Hauser, die natürlich dabei auch immer ein gewisses Budget im Auge hat. Aber der finanzielle Wert des Geschenks ist laut Hauser nicht entscheidend. „Am meisten wertgeschätzt werden Geschenke, die gar nicht extrem teuer sind, sondern vielmehr mit Liebe ausgewählt wurden und mit Mühe verbunden sind.“

Kundenbindung durch Präsente. Laut Hauser haben Geschenke ein großes Potenzial zur nachhaltigen Kundenbindung. „Es kommt jedoch darauf an, wie viel Gedanken man sich darüber gemacht hat.“ Hauser ist sich sicher: Wenn man sich keine ehrliche Mühe macht, dann kommt das Geschenk genauso lieblos beim Kunden an, wie es zusammengestellt wurde. „Es lohnt sich, sich die Zeit zu nehmen, denn nur so kann man ehrliche Emotion erzeugen und den Gast nicht nur zum Stammgast, sondern sogar zum echten Fan werden lassen.“ ■



Foto: beigestellt

„Bei den Unternehmen herrscht große Unsicherheit, welche Handlungen noch erlaubt sind und welche bereits einen strafrechtlichen Tatbestand erfüllen.“

Mag. Dr. (H) Levente Kovács-Andor, Nemetschke Huber Koloseus Rechtsanwälte GmbH