



MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible



## So schenken Sie richtig.

Leitfaden für Kunden- und Mitarbeitergeschenke zu Weihnachten



# Mail Boxes Etc.

## Inhalt

<b>Editorial</b>	<b>3</b>
<b>Das perfekte Präsent: Was darf man seinen Kunden schenken?</b>	<b>4</b>
<b>Andere Religionen, andere Feste: Wie beschenkt man andere Kulturen?</b>	<b>6</b>
<b>Thema Nachhaltigkeit: Wie „green“ müssen Geschenke sein?</b>	<b>7</b>
<b>Spende statt Geschenk: Wie wählt man den passenden Zweck aus?</b>	<b>8</b>
<b>Fazit: Frühzeitige Planung lohnt sich</b>	<b>9</b>
<b>Kontakt Mail Boxes Etc.</b>	<b>12</b>

## Impressum

E-BOOK  
Kundengeschenke zu Weihnachten  
HERAUSGEBER:  
MBE Deutschland GmbH  
Bundesallee 39-40a | 10717 Berlin  
Tel.: +49 (0) 30 - 726209193  
E-Mail: marketing@mbe.de  
Internet: www.mbe.de

## Schenken kann stressig sein.

Darum lohnt es sich mit Profis zu arbeiten.

„Als Unternehmen sollten Sie die Weihnachtszeit nutzen, die Kundenbindung zu stärken.“

Franziska Barth



Es ist keine Überraschung, dass Weihnachten jedes Jahr auf den 24. Dezember fällt. Natürlich haben wir uns im privaten Bereich schon längst um die Geschenke für Familie und Freunde gekümmert. Warum? Weil wir unseren Liebsten eine Freude bereiten wollen. Während das Verschenken privat eine Selbstverständlichkeit ist, gibt es im beruflichen Umfeld einiges zu beachten. Was schenke ich eigentlich meinen Kunden in diesem Jahr zu Weihnachten?

Die Geschenke Ihrer Geschäftskontakte sollten Sie frühzeitig angehen. Schließlich ist die Weihnachtszeit mitunter die stressigste Zeit im Jahr. Die Projekte vor dem Jahresende häufen sich und wollen noch abgearbeitet werden. Auch zu Hause nehmen die Vorbereitungen auf Heiligabend zu. Als Unternehmen wollen Sie natürlich nicht vergessen, Ihren besten Kunden eine Aufmerksamkeit zu schicken und sich für die Zusammenarbeit im bald vergangenen Jahr zu bedanken.

Nutzen Sie die Weihnachtszeit unbedingt dazu, die Kundenbindung zu stärken. Aber ganz so einfach ist das nicht, denn die sorgfältige Auswahl der Kundengeschenke beginnt mit einer Reihe von Fragen:

Was und wie viel darf ich meinen Kunden schenken?

Wie sieht das Beschenken steuerrechtlich aus? Dürfen meine Kunden aus großen Konzernen überhaupt Geschenke annehmen?

Gehören manche meiner Kunden einem anderen Kulturkreis an? Feiern sie dann überhaupt Weihnachten oder folgen sie anderen Bräuchen?

Ist es wichtig, dass die Geschenke das Kriterium Nachhaltigkeit erfüllen? Oder sollten wir ganz auf Materielles verzichten und stattdessen etwas spenden?

Sie sehen: In puncto Weihnachtsgeschenke im geschäftlichen Umfeld müssen Sie ziemlich viel beachten. Nehmen Sie die Herausforderung gemeinsam mit uns an und gehen dank der richtigen Vorbereitung stressfrei durch die Weihnachtszeit. Wir unterstützen Sie bei der Auswahl und geben in diesem E-Book Antworten auf zentrale Fragen. Viel Freude beim Verschenken!

Ihre  
Franziska Barth  
Campaign & PR Supervisor bei Mail Boxes Etc. Deutschland



Aus steuerrechtlicher Sicht muss die Weitergabe von Weihnachtsgeschenken gut geplant werden. Eindeutige gesetzliche Vorgaben und Richtlinien geben einen Rahmen vor, in dem Unternehmen sich bewegen dürfen:

Kundengeschenke und Geschenke für Geschäftspartner können als Betriebsausgabe abgesetzt werden – und zwar bis zu einem Betrag von 35 Euro. Wenn Unternehmen Vorsteuer abziehen können, gilt hier der Nettobetrag (also ohne Umsatzsteuer). Für Kleinunternehmer gilt der Bruttobetrag.

Zudem sind sie nur dann steuerlich als Betriebsausgaben abziehbar, wenn sie betrieblich veranlasst sind. Man darf dafür keine Gegenleistung erwarten (§ 516 Abs. 1 BGB).

Abzugsfähig sind Blumen, Eintrittskarten (z. B. für kulturelle Veranstaltungen), Sach- und Geldgeschenke. Nicht als Geschenk qualifiziert sind Rabatte, Gutscheine und Coupons, Sponsoringleistungen und Trinkgelder sowie Werbeartikel und Warenproben.

Die Empfänger müssen die Geschenke grundsätzlich als zusätzliches Einkommen versteuern. Ab zehn Euro muss man den Wert mitteilen, damit die Kunden diesen in ihrer Einkommensteuererklärung korrekt angeben können.

Bei Geschenken ab 35 Euro müssen die Zahlungsbelege aufbewahrt werden und mit dem Namen des Beschenkten und dem Anlass versehen werden.

Geschenke unter zehn Euro gelten als Streuartikel und müssen nicht versteuert werden.

Kleine Weihnachtsgeschenke an ausländische Kunden und Geschäftspartner werden nicht pauschal besteuert, da die Empfänger keine Steuern entrichten müssen.

Mit der Pauschalisierung gemäß § 37b (EStG) hat man die Möglichkeit, die anfallende Einkommenssteuer zu übernehmen. Diese muss man dann auf alle Geschenke an sämtliche Kunden anwenden. Die Versteuerung erfolgt pauschal mit 30 Prozent zzgl. Kirchensteuer und Solidaritätszuschlag auf den Bruttobetrag.

## Das perfekte Präsent: Was darf man seinen Kunden schenken?

„Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“ lautet ein altbekanntes Sprichwort. Auch im geschäftlichen Umfeld stärken Geschenke die Kundenbindung. Möchte man seinen Kunden und Geschäftspartnern besondere Wertschätzung entgegenbringen, kann eine persönliche Grußkarte empfehlenswerter sein als Standardpräsent wie Wein oder Pralinen. Wenn man jedoch eine Fülle an Kunden beschenken möchte, ist Individualisieren schwierig bis unmöglich. Zudem sollte eine professionelle Distanz gewahrt bleiben, da zu persönliche Geschenke negativ aufgefasst werden könnten. Doch egal, ob Sie die Geschenke an die jeweilige Person anpassen oder jedem dasselbe schenken: Grundsätzlich sind bei der Auswahl einige Bedingungen und Regeln zu beachten.

### Compliance

Große Unternehmen und Konzerne haben oftmals Compliance-Regeln aufgestellt. In den sogenannten „Codes of Conduct“ ist festgehalten, wie Mitarbeiter korrekt mit Geschenken umzugehen haben. Bis wie viel Gegenwert dürfen Geschenke angenommen werden? Wann ist eine Rücksprache mit dem Vorgesetzten notwendig? Ab wann müssen Geschenke versteuert werden? Indem Sie sich vorab über die geltenden Regeln informieren, schließen Sie von vornherein aus, Kunden und Geschäftspartner in Verlegenheit zu bringen oder in Verdacht zu geraten, sie bestechen zu wollen.





## Andere Religionen, andere Feste: (Wie) beschenkt man kulturübergreifend?

Für Christen – egal ob Katholiken oder Protestanten – beginnt Ende jeden Jahres die Weihnachtszeit. Geschenke gehören dabei ganz selbstverständlich dazu. Doch wie verhält man sich, wenn man internationale Kunden und Geschäftspartner hat, die womöglich einem anderen Kulturkreis angehören?

Innerhalb Europas braucht man sich zu diesem Thema kaum Gedanken zu machen. Die verschiedenen Länder beschenken sich zwar an unterschiedlichen Tagen, das aber in einem überschaubaren Zeitrahmen vom 24. Dezember bis Anfang Januar. Wenn Sie es ganz genau nehmen wollen, können Sie sich merken, dass Russen vor ihrem Fest am 7. Januar sechs Wochen lang fasten. Demnach könnten Sie auf süße Geschenke bei Ihren russischen Kontakten verzichten, um die Tradition zu würdigen. Komplexer wird es bei verschiedenen Religionen.

Im Judentum gilt Chanukka, auch als Lichterfest bekannt, als eines der wichtigsten religiösen Feste. Ähnlich wie Weihnachten ist es ein Gemeinschaftsfest und wird zum Ende eines Jahres begangen. Man trifft sich mit der Familie; die Kinder erhalten Süßes und Geschenke.

Weihnachten hat im Islam keine Bedeutung. Am Ende des Fastenmonats Ramadan feiern und essen Muslime gemeinsam das Fest des Fastenbrechens. Die Kinder werden mit Süßigkeiten beschenkt, weshalb das Fest auch „Zuckerfest“ genannt wird.

Im Hinduismus wird Diwali, ein spirituelles Lichterfest, gefeiert. Das mehrtägige Fest gibt es in den hinduistisch geprägten Ländern wie zum Beispiel Indien, Sri Lanka und Nepal und beginnt nach westlichem Kalender meistens Ende Oktober oder Anfang November.

Wenn Sie also Kunden und Geschäftskontakte in durch diese Religionen geprägten Ländern haben, sollten Sie darüber nachdenken, ob Weihnachtsgeschenke Sinn machen. Doch Juden, Muslime und Hindus, die in westlichen Ländern leben oder sogar aufgewachsen sind, sind mit dem christlichen Weihnachtsfest vertraut und nehmen eventuell sogar daran teil – insbesondere die Angehörigen der zweiten und dritten Generation. Hier sollten Sie beim Beschenken auf bestimmte Gepflogenheiten achten. Diese betrifft meistens die Esskultur: Hindus ernähren sich vorwiegend vegetarisch und dürfen kein Rindfleisch essen; Juden essen keine Meeresfrüchte und außer Geflügel (das rituell korrekt geschlachtet sein muss) kein Fleisch; Muslime verzichten auf Alkohol und sämtliche Produkte, die vom Schwein stammen. Dazu gehören auch Süßigkeiten, die Gelatine erhalten. Besser ist es also, auf Lebensmittel zu verzichten, um keinen Fauxpas zu begehen – oder auf solche zu achten, die der Essetikette entsprechen, wie „koscher“ bei Juden und „halal“ bei Muslimen.

## Thema Nachhaltigkeit: Wie „green“ müssen Geschenke sein?

Auch wenn die Weihnachtszeit eigentlich die Zeit der Besinnlichkeit und der Traditionen ist, wird sie gleichzeitig immer mehr zur Zeit des Konsums. Das passt kaum noch zu einer Gesellschaft, die Sustainability – also Nachhaltigkeit – großschreibt. In diesem Zuge lohnt es sich, bei der Auswahl der Kundengeschenke fernab der üblichen Wegwerf-Werbemittel zu denken. USB-Sticks & Co. sind zwar langlebig, werden aber oft weggeschmissen, weil die Kunden mehrere davon bekommen. Deshalb gilt, dass Kundengeschenke nützlich sein und zur Markenbotschaft passen sollten. Auch schön gestaltet dürfen sie sein. Ressourcenschonend und umweltfreundlich sind jedoch ebenfalls wichtige Kriterien. Und werden diese erfüllt, vermitteln Sie diese Werte als integralen Teil Ihrer Corporate Identity. Im Rahmen der No-Waste-Bewegung liegen ökologische Geschenkideen im Trend. Wiederverwendbare Geschenkverpackungen und verantwortungsvoll hergestellte Geschenke erfreuen nachhaltig und hinterlassen einen guten Eindruck. Hier gibt es drei Beispiele:

### Idee Nr. 1: Nachhaltige Druckprodukte

Wenn Sie Kalender oder Terminplanner drucken und in Ihrem Design gestalten, stehen Sie Tag für Tag im Blickfeld Ihrer Kunden. Nutzen Sie diesen Vorteil, um Ihre Produkte, Ihr Unternehmen oder Ihre Botschaften zu transportieren. Und diese Botschaften werden umso deutlicher auf Recycling- oder FSC-zertifiziertem Papier. Das FSC®-Siegel steht für verantwortungsvolle Waldwirtschaft; die zertifizierten Papiere genügen strengen ökologischen und sozialen Standards. Auch Handgeschriebenes können Sie auf diese Weise realisieren: Lassen Sie Weihnachtskarten gestalten, um Ihr Gegenüber zu schätzen und sich von den anderen, oftmals etwas lieblosen, Karten positiv abzuheben.

### Idee Nr. 2: Etwas zum Naschen

Weihnachtliche, kulinarische Aufmerksamkeiten wie Schokoladenfiguren, Bonbons oder Mini-Christstollen sind etwas, das Ihre Kunden und Geschäftspartner tatsächlich verwerten können. Verzichten Sie bei der Verpackung zusätzlich auf unnötiges Plastik, tun Sie der Umwelt etwas Gutes. Auch Sektgäser und Tassen, die Sie mit Ihrem Logo oder einem originellen Spruch bedrucken, sind langlebig und können über viele Jahre verwendet werden.

### Idee Nr. 3: Spenden

Immer mehr Unternehmen entschließen sich, ihren Kunden und Geschäftspartnern zu Weihnachten keine Geschenke mehr zu machen und den verfügbaren Betrag stattdessen sinnvoll zu spenden. Oder sie verbinden die Geschenke mit einer Spendenaktion und geben pro Präsent einen Euro an eine wohltätige Organisation. Auch Aufforstungen sind nachhaltig und kommen dem Klima zugute. Wenn Sie sich dazu entschließen, in diesem Jahr auf das Schenken zu verzichten und stattdessen lieber zu spenden, sollten Sie Ihre Kontakte in einem Brief darüber informieren.

## Spende statt Geschenk: Wie wählt man den passenden Zweck?

Sie haben sich dazu entschieden, in diesem Jahr auf Geschenke zu verzichten und stattdessen eine soziale Einrichtung zu unterstützen. Super, damit tun Sie etwas Gutes, „schenken“ nachhaltig und zeigen Ihren Kunden und Geschäftspartnern gleichzeitig, dass Sie gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Doch wie findet man den richtigen Spendenempfänger – der auch noch zur eigenen Markenbotschaft passt?

Zunächst sollten Sie sich für einen Bereich entscheiden. Dazu kann es hilfreich sein, eine Aktion auszuwählen, die zu Ihrer Branche passt. Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie können an die Welthungerhilfe spenden; Kunstgalerien können Stiftungen zur Förderung von Nachwuchskünstlern unterstützen; Anwaltskanzleien können kostenlose Rechtsberatungen anbieten – um nur einige Beispiele zu nennen. Die nächste Frage ist, welcher Markt bedient wird. Wer vor allem lokal tätig ist, kann zum Beispiel an die örtliche Tafel spenden. Bei nationaler oder sogar internationaler Ausrichtung machen überregionale Aktionen bzw. Aktionen im Ausland Sinn. Womöglich gibt es aber auch einen Anlass im eigenen Unternehmen, zum Beispiel die Erkrankung eines Mitarbeiters oder dessen Angehörigen. Beispiele dafür sind Spenden an die Deutsche Krebshilfe oder die DKMS. Für die Pressearbeit sollten Sie dies aber nur nutzen, wenn der Betroffene einverstanden ist. Um herauszufinden, ob die ausgewählte Organisation auch wirklich seriös ist, lohnt sich eine Überprüfung. Auf der Seite des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) finden Sie eine Liste mit allen Organisationen, die aufgrund ihrer Vertrauenswürdigkeit das DZI-Spenden-Siegel erhalten haben.

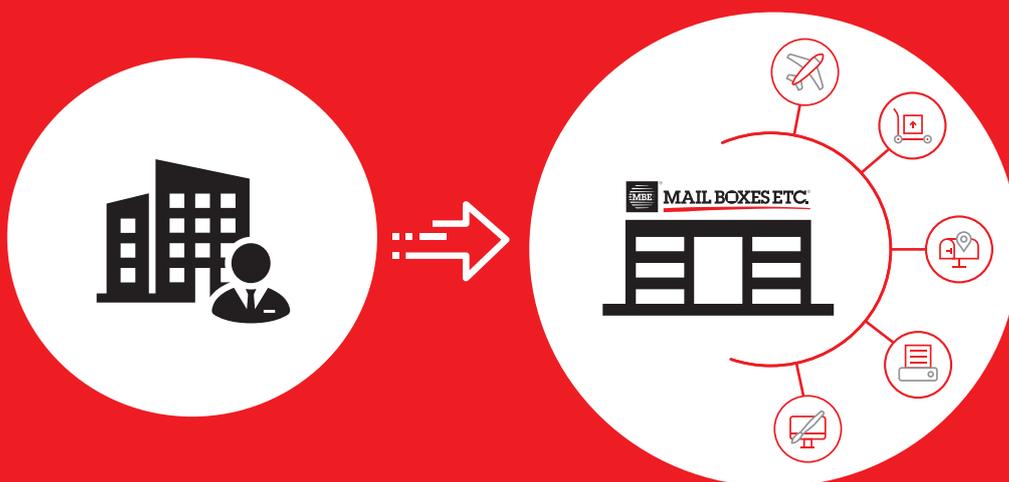
## Fazit: Frühzeitige Planung lohnt sich

Für welche Art von Geschenk Sie sich letztendlich auch entscheiden, es muss qualitativ einwandfrei sein. Hochwertige Werbegeschenke bringen eine langfristige Werbewirkung mit sich – davon profitieren Sie und Ihre Kunden. Auch die Entscheidung, sich schon im Sommer mit der Geschenkauswahl zu beschäftigen, lohnt sich. Insbesondere für Druckprodukte empfiehlt sich die frühzeitige Planung, damit es am Ende des Jahres nicht zu hektisch wird. Wichtig ist, dass Sie die kulturellen und unternehmerischen Regeln Ihrer Kunden kennen und Ihr Geschenk passend dazu auswählen. Wenn Sie dann noch mit Kreativität und einer begeisternden Aufmachung punkten, bleiben Sie im Gedächtnis. Und Ihr Kundenverhältnis bekommt nach den Feiertagen neuen Schwung.

# Mail Boxes Etc.

Mail Boxes Etc. (MBE) ist mit über 2.900 Standorten in mehr als 52 Ländern weltweit das größte Netzwerk für Versand-, Verpackungs-, Grafik- und Druckdienstleistungen.

Wir sind Premium-Partner von UPS, TNT, FedEx, DPD, IDS und lokal Ihr persönlicher Ansprechpartner für Versandlösungen aller Art.



Verpackung & Versand | Logistik | Postservice | Druck | Marketinglösungen



**MAIL BOXES ETC.®**

**#PeoplePossible**

**MBE Deutschland GmbH**

Bundesallee 39-40a | 10717 Berlin

**Tel.:** +49 (0) 30 - 7262090

**E-Mail:** [mbe@mbe.de](mailto:mbe@mbe.de) | **Internet:** [www.mbe.de](http://www.mbe.de)



Alle Services unter: [www.mbe.de](http://www.mbe.de)

© Mail Boxes Etc. 2022 | Die Mail Boxes Etc./MBE Center werden von unabhängigen Unternehmern als Franchisepartner betrieben, die im Rahmen eines Franchisevertrages unter der Marke MBE tätig sind. Über sein Franchisenezwerk bietet Mail Boxes Etc. Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen an. Im Zentrum der Dienstleistungen stehen Logistik- und Versandservices – hierfür hat MBE zugunsten seiner Franchisepartner vertragliche Vereinbarungen mit den wichtigsten nationalen und internationalen Expresskurieren abgeschlossen – zum anderen Grafik- und Druckservices, die entweder direkt oder auf Grundlage von Vereinbarungen mit großen Druckcentern erbracht werden. Die Promotion der Serviceleistungen für Geschäfts- und Privatkunden erfolgt im Rahmen der Geschäftstätigkeit des einzelnen MBE Franchisepartners innerhalb und außerhalb des MBE Centers. Mail Boxes Etc. und MBE sind registrierte Marken, die mit Erlaubnis der MBE Worldwide S.p.A. verwendet werden (alle Rechte sind vorbehalten). Die von den einzelnen MBE Centern angebotenen Dienstleistungen können je nach Standort unterschiedlich sein.