



Gar nicht so einfach: Geschenke im Beruf

1. November 2018. Welche Bedeutung haben Geschenke des Arbeitgebers für seine Mitarbeiter? Gemeinsam mit dem ipsos-Institut befragte die Soziallotterie Aktion Mensch dazu 1.000 Menschen im Alter zwischen 18 und 70 Jahren. Das Ergebnis: 79 Prozent der deutschen Arbeitnehmer freuen sich über Geschenke des Arbeitgebers. Mehr als jedem zweiten Arbeitnehmer (56 Prozent) ist diese Form der Wertschätzung wichtig, für 66 Prozent steigern sie auch die Motivation. Trotzdem haben 37 Prozent der Arbeitnehmer noch nie ein Geschenk vom Chef erhalten. Besonders Weihnachten ist eine gute Gelegenheit, Mitarbeitern Anerkennung zu zeigen.

Doch wo man auch hinsieht lauern Fallstricke. Generell dienen Weihnachtsgeschenke an Kunden, Partner und Mitarbeiter als Visitenkarte des Unternehmens und sie stärken das positive Image. Aber anders als früher, müssen dafür heute zuerst Fragen der Vorteilsnahme geklärt werden. Denn zu hochwertige Geschenke können zum Beispiel zu einer Arbeitsvertragsverletzung führen. Hinzu kommt die Unsicherheit, dass manche Präsente an Kunden und Geschäftspartner als Bestechungsversuch verstanden werden könnten. Aufgrund der Compliance-Kultur sind entsprechende Präsente allerdings stark zurückgegangen. Und im öffentlichen Dienst galt schon immer: Vergünstigungen dürfen nicht angenommen werden.

Schenken ist eine Form der Kommunikation, eine feine Sprache, mit der sich Anerkennung ausdrücken lässt. Weihnachtsgeschenke sind daher Beziehungsgeschenke. Ein Präsent übermittelt soziale Wertschätzung, die Bedeutung eines Geschenks ist erheblich. Deshalb fällt es uns so schwer, gelassen über eine Enttäuschung hinwegzusehen. Hier ist Fingerpitzengefühl erforderlich, was angemessen oder was übertrieben ist. Für viele Beschenkte zählt allerdings schon allein die Geste.

Trotzdem ist es eine Herausforderung, wenn man die Kollegen und Kunden kaum kennt. Viele Deutsche schenken in dem Fall gern einen Gutschein. Aber auch hier gilt: Kenne ich die Vorlieben des anderen? Ein Gutschein für eine Parfümerie, eine Boutique, ein gutes Haushaltsfachgeschäft, eine gängige Internetplattform oder ein Jahreslos für eine karitative Einrichtung sind oft passend.

Bei der Recherche, was dem anderen gefallen könnte, sollte auf kleine „Tipps“ der Geschenkkempfänger geachtet werden: Bevorzugen sie eine bestimmte Confiterie, Weinsorte, Literaturreihe, gibt es ein neues Hobby? Und: Würde sich die Lieblingskollegin wirklich über gemeinsame Zeit mit dem/der Schenkenden freuen, bei einem Theaterbesuch zu zweit, einem Kochkurs, dem Besuch einer kulinarischen Messe ...? So oder so ist es mit Geschenken im geschäftlichen Umfeld nicht so ganz einfach. Beachten Sie deshalb folgende Punkte:

- Behalten Sie die steuerlichen Höchstgrenzen im Blick.
- Geschenke sind freiwillig, niemand hat einen Anspruch darauf.
- Offensive Kritik am Präsent wirkt undankbar.
- Gutscheine sind oft besser als kitschige Panikkäufe.



Etikette Trainer International

- Ein Geschenk muss nicht immer teuer sein – so fühlen sich auch diejenigen Mitarbeiter und Kollegen nicht unter Zugzwang, denen eventuell geringere finanzielle Möglichkeiten zur Verfügung stehen als Ihnen.
- Bieten Sie einen Umtausch an, wenn Sie das Gefühl haben, den Geschmack des Beschenkten gar nicht getroffen zu haben.
- Vor allem für Unternehmen bieten sich auch Spenden anstelle von individuellen Geschenken an Mitarbeiter und Geschäftspartner an. Ganz wichtig ist es, den Spendenempfänger sorgfältig auszuwählen: Passt die Einrichtung zum Unternehmen, ist sie gesellschaftlich allgemein positiv angesehen etc. Der Betrag wird dabei natürlich nicht publiziert.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine glückliche Hand bei der Auswahl Ihrer Präsente – und viele glückliche Gesichter auf Seiten der Beschenkten.

3.707 Zeichen inklusive Leerzeichen

Redaktion: Susanne Helbach-Grosser, TAKT & STIL, Imme Vogelsang, iv-imagetraining

ETI: Etikette Trainer International

ETI ist ein Zusammenschluss von internationalen Etikette Trainern, die gesellschaftliche Entwicklungen diskutieren, mit traditionellen Formen vergleichen und gegebenenfalls neue Standards setzen. Diese Empfehlungen werden in Seminaren, Pressegesprächen und Veröffentlichungen transportiert. Alle Mitglieder haben eine qualifizierte Ausbildung in den Bereichen Umgangsformen, Hotellerie, Gastronomie oder Protokoll und bilden sich ständig weiter. Dieses Netzwerk von Spezialisten steht für Aktualität, Kompetenz und Qualität.