



# WIRTSCHAFTSSERVICE



Donnerstag, 6. Dezember 2012

WIENER ZEITUNG ■ 33

Die Oberstaatsanwaltschaft Innsbruck schreibt eine Leitungsposition aus **seite 36**

Die Warburg Invest Luxembourg S.A. fusioniert zwei Fonds **seite 38**

Die Sony DADC Austria AG zieht Bilanz über das Geschäftsjahr 2011 **Seite 41**

Worauf Unternehmen achten sollten, damit sie sich nicht strafbar machen

## Achtung, Weihnachtsgeschenk!

Von Rosa Eder-Kornfeld

■ Der Grat zwischen Geschenk und Bestechung ist schmal.

**Wien.** Ob edles Schreibgerät, Kalender, Pralinen oder Wein: Weihnachtsgeschenke für Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner sind eine nette Geste. Doch der Grat zwischen kleinem Dankeschön und versuchter Bestechung ist schmal, zudem wurden in den vergangenen Jahren die Anti-Korruptionsregelungen wesentlich verschärft. Was darf man dann noch schenken, ohne mit dem Gesetz in Konflikt zu kommen?

„Es kommt auf den Anlass und die Zielgruppe an“, sagt Manfred Wänke, Partner bei der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungskanzlei LeitnerLeitner. Wer etwa aus alter Tradition jedes Jahr all seinen Kunden eine kleine Aufmerksamkeit zukommen lässt, braucht sich im Normalfall nicht den Kopf darüber zu zerbrechen, ob er sich damit strafbar macht. Problematisch wird es jedoch, wenn die Geschenkübergabe im Vorfeld einer Auftragsvergabe an eine einzelne Person erfolgt – auch wenn der Wert des Geschenks unter 100 Euro liegt. „Viele glauben, wenn sie unter 100 Euro bleiben, sind sie auf der sicheren Seite. Diese Grenze gilt aber nicht“, betont Wänke.

Der Mythos von der 100-Euro-Grenze erklärt sich so: Der Oberste Gerichtshof (OGH) sah im Jahr 1990 in einem Erkenntnis die geringfügigkeitsgrenze für unbedenkliche Geschenke bei 1000 Schilling, was unter Berücksichtigung der Inflation heute etwa 100

Euro entspricht. Wänke warnt eindringlich davor, diesen Wert als Richtschnur zu verwenden. Im Klartext: Auch eine Uhr im Wert von 90 Euro kann als Bestechungsversuch gelten, wenn es nach der Übergabe zu einem Geschäftsabschluss kommt.

In vielen Firmen gehört es zum guten Ton, einmal im Jahr mit den wichtigsten Geschäftspartnern essen zu gehen, um sich für die gute Zusammenarbeit zu bedanken. Darf man das? Wänke: „Ein Abendessen in einem gutbürgerlichen Lokal ist o.k. – alles, was in Richtung Luxus und Exklusivität geht, ist problematisch.“

Doch nicht nur Geben, auch Nehmen kann unangenehme Konsequenzen haben. Einfach gehaltene Compliance-Regeln oder die



Die idealen Geschenke kommen von Herzen und ohne Hintergedanken. Foto: fotolia

Geldbetrag zu spenden. Die Liste der begünstigten Spendenempfänger in Österreich bietet eine reichliche Auswahl.

### Werbeartikelbranche frohlockt

Dass sich viele Unternehmen gerade zur Weihnachtszeit mit dem Thema Compliance auseinandersetzen, um nicht mit dem Gesetz anzuecken, freut die heimische Werbeartikelbranche. Kundengeschenke, die mit der Firmenaufschrift oder dem Firmenlogo versehen sind, seien eine legale Form, um Kunden mit Aufmerksamkeit zu bedenken, sagt Konrad Godec,

Präsident des 1991 gegründeten Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW). Sie können als Betriebsausgabe geltend gemacht werden, während „echte“ Weihnachtsgeschenke, die nicht als Werbeträger fungieren, unter den nicht abzugsfähigen Repräsentationsaufwand fallen.

„Jede Zeit hat ihre Werbeartikel. Vor zehn Jahren war es das Thema Sport, das ist ein bisschen abgeflaut. Heuer dreht sich alles rund um iPhone und iPad“, so Godec. Er vertritt als VÖW-Präsident die Interessen von rund 80 Werbeartikel-Importeuren und -herstellern und bietet in seinem Unternehmen, der Kolibri Handels-

gesmbH, rund 5000 verschiedene Produktgruppen an. iPhone-Hüllen, Touchscreen-Handschuhe und Touchpens seien derzeit der Renner, aber auch Textilien und Süßigkeiten seien nach wie vor gefragt. Seine Kunden kommen aus allen Branchen, vom kleinen Installateur bis zum großen internationalen Konzern.

Das heurige Jahr sei für seine Firma – sehr untypisch – von vielen Auftragschwankungen begleitet gewesen, wiewohl die letzten drei Monate des Jahres die geschäftstentativste Zeit sei. Im Endeffekt werde sich aber ein kleiner Plus ausgehen, sagt Godec. ■



Verankerung des Verbots der Geschenkkannahme im Arbeitsvertrag schaffen Transparenz. Wänke: „Oft ist es den Mitarbeitern nicht bewusst, dass sie sich durch die Annahme von Geschenken strafbar machen können.“ Ein Weg, um das Thema Weihnachtsgeschenke elegant zu umschiffen, ist, auf sie zu verzichten und stattdessen einen bestimmten

### Etats & Kampagnen

#### Reisebüro Verband setzt Imagekampagne fort

2013 setzt der Reisebüro Verband die Imagekampagne „Wir machen Urlaub – perfekt! Individuell, kompetent, sicher“ fort, das Konzept stammt von der Agentur Wirz. Im Mittelpunkt der Radio-Kurzspots in der Zeit vom 10. Jänner bis 10. Februar stehen diesmal humorvolle Geschichten im Zusammenhang mit Reisen, die darauf aufmerksam machen, dass es sich lohnt, im Reisebüro zu buchen.

#### Fünf Neukunden für Wiener Agentur Himmelhoch

Die Agentur Himmelhoch startet mit fünf Neukunden in den Herbst. Für Secure Payment Technologies übernimmt Himmelhoch die Öffentlichkeitsarbeit für die Bezahl-App Secure Shopping und deren Etablierung am Markt. Auch die Buchpräsentation der Autorin und ehemaligen Ö3-Mo-

deratorin Daniela Zeller und die PR-Nachbearbeitung wird begleitet. Die Unternehmensberater und Organisationsentwickler der Totschinger Group setzen ebenso wie Mentalmagier und Entertainer Harry Lucas und das Werbenetzwerk pos-vision auf Unterstützung der Agentur.

#### „Kurz mal Österreich“ soll deutsche Gäste anlocken

Ab 2013 geht die Kurzreisekampagne „Kurz mal Österreich“ in Deutschland an den Start. Sie ergänzt die weltweit startende Kampagne „Sommerglücksmomente“, die in Deutschland den Fokus auf Familie und die Hauptreise im Sommer legt. Um dem kurzfristigen Buchungsverhalten zu entsprechen, liegt der Bewerbungszeitraum im Frühjahr und dann im Herbst. Genutzt werden Kanäle wie Direct Marketing, TV, Social Media und Pressearbeit.