



GIVVE PARTNER BEST PRACTICE

AUGUST 2023

ÜBERARBEITET JANUAR 2026

PRAEMIUMPLUS GBR

Seit 12 Jahren pflegen Praemium Plus und give eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Praemium Plus steht für Entgeltoptimierung mit System und berät Kunden mit Blick auf versteckte Liquiditätspotenziale in Personalabteilungen durch Steuer- und Sozialabgabenoptimierung.

Durch individuelle Lohnkonzepte mit steuerbegünstigten Bausteinen unterstützt Praemium Plus Unternehmen, das Netto der Arbeitnehmenden zu erhöhen und die Lohnnebenkosten des Arbeitgebers zu senken.

Robert Kraus, Geschäftsführer bei Praemium Plus, berichtet über seine Erfahrungen im Vertrieb der give Card.

Gibt es bestimmte Branchen oder Kundengruppen, bei denen give und die give Card besonders beliebt sind?

Unsere Kunden sind vielfältig und stammen aus verschiedensten Branchen, da fällt es schwer, eine Kundengruppe auszumachen, in der die give Card besonders beliebt ist. Zu unseren Kunden zählen Ärzte, Firmen aus der Industrie, Unternehmen in der Lebensmittel- und Baubranche und viele weitere.



Welche spezifischen Vorteile und Funktionen der give Card sind in Ihrer Zielgruppe besonders hervorzuheben?

Wir gehen sehr stark auf die Möglichkeiten der Mitarbeiterbindung und der Mitarbeitermotivation mit der give Card ein. In der heutigen Zeit sind das entscheidende Faktoren und der Erfolg eines Unternehmens steht und fällt mit den Mitarbeitern. Dieses Bewusstsein kommt zunehmend in Personalabteilungen und in den Führungsebenen an.



Viele unserer Kunden assoziieren den steuerfreien Sachbezug oder andere monetäre Benefits zunächst einmal mit Coupons und Gutscheinen. Im Vergleich mit der give Card überwiegen hier aber eindeutig die Vorteile der give Card, die wir entsprechend platzieren.

Den Unterschied machen beispielsweise die flexiblen Einsatzmöglichkeiten der Card, darin sehen unsere Kunden einen echten Mehrwert für ihre Angestellten.

Gibt es Herausforderungen, die Ihnen bei der Vermarktung der givve Card begegnen?

Manche Unternehmen – gerade größere – stellen parallel Anfragen bei uns und Mitbewerbern von givve. Letztere kommunizieren dann oftmals günstigere Ladegebühren. Viele Kunden entscheiden sich dennoch für givve, da sie mit der givve Card ein hochwertigeres Produkt bekommen.

Hier liegt die Herausforderung – wir müssen die Wertigkeit, Vorteile und Qualität für den Kunden genauestens und verständlich darstellen, damit die Entscheidung für uns positiv ausfällt.

Welche Strategie verfolgen Sie bei der Kundenansprache, um das maximale Potenzial der givve Card zu nutzen?

Man unterschätzt von Zeit zu Zeit, wie viel sich Unternehmen untereinander austauschen. Manche Kunden sind beispielsweise auf uns zugekommen, da ihnen givve von Kollegen aus der Branche empfohlen wurde. Empfehlungen bzw. Referenzen machen wir uns auch in unserer Broschüre zunutze. Das weckt bei Interessenten Vertrauen in die Marke givve und das Produkt.



Wenn wir spezifischer auf die givve Card eingehen, betonen wir die Vorteile für das Unternehmen sowie für dessen Arbeitnehmende. Mitarbeiterbindung und Mitarbeitermotivation als zwei Vorteile hatte ich ja bereits angesprochen. Der geringe Verwaltungsaufwand der Karten im givve Hub ist ein weiteres Argument, genauso wie die Flexibilität der Karten dank der verschiedenen Module.



Wie erklären Sie den Arbeitnehmern die givve Card und wie gehen Ihre Kunden/die Unternehmen damit um?

Die Einführung und Erklärung der givve Card übernehmen in der Regel die Firmen. Wir stehen natürlich für Fragen zur Verfügung.

Können Sie uns Best Practices für eine typische Kundenanwendung der givve Card nennen?

Eine typische Kundenanwendung der givve Card ist die Verwendung für die Auszahlung des 50 Euro Sachbezugs, das ist ein echter Klassiker. Ab und an wird die givve Card auch mit der Internetpauschale beladen oder als Aufmerksamkeit bzw. Geschenk zu einem persönlichen Anlass verwendet.

Oft ist die givve Card ein On-Top Benefit zum Gehalt, zum Beispiel monatlich mit dem 50 Euro Sachbezug oder jährlich als Bonus abhängig vom Jahresendergebnis. Manche Unternehmen verwenden die givve Card auch als Motivation und Incentive für Anwesenheit bzw. wenig nicht-krankheitsbedingte Fehltag.

Gibt es spezielle Anwendungsfälle oder innovative Ideen, die Ihre Kunden oder auch besondere Nutzergruppen mit der givve Card umsetzen?

Wie bereits gesagt, verwenden manche Unternehmen die givve Card als "Belohnung" der Mitarbeitenden zum Jahresende oder verwenden die Karten als persönliche Geschenke und verzichten dafür auf das Weihnachtsgeld. Kleinere Firmen nutzen die givve Card auch aktiv als Lohnbaustein. In diesem Fall ist die givve Card ein fester steuerfreier Bestandteil des Gehalts.



Sie haben ebenfalls Erfolgsgeschichten zu berichten, die Sie gerne teilen möchten? Dann schreiben Sie uns gerne an partner@givve.com.

Lieber Herr Kraus, herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit für unsere Fragen genommen haben. Wir freuen uns weiterhin auf die Zusammenarbeit!