DE ZAAK



Grenzen aan het weggeven of aannemen van relatiegeschenken

Deze whitepaper wordt aangeboden door

Rendement

Inhoudsopgave

3 Introductie

4 Hoe gaat jouw organisatie om met relatiegeschenken?

5 Vastleggen in reglement

6 Geen verwachte tegenprestatie

7 Aannemen relatiegeschenk kan reden zijn voor ontslag

8 Dit is een artikel van de redactie van Management Rendement

Aan het eind van het jaar is het bij veel organisaties weer tijd om relaties te bedanken voor de prettige samenwerking. Vaak gebeurt dit met een relatiegeschenk. Een cadeautje van een klant of leverancier is natuurlijk leuk, maar niet altijd wenselijk. Een te duur geschenk kan jouw organisatie namelijk een negatief imago opleveren. Daarom is het goed om vast te leggen hoe jij en je collega's moeten omgaan met relatiegeschenken. Waar moet je dan aan denken?

Rond de feestdagen worden veel organisaties overladen met nieuwjaarswensen van klanten en leveranciers met wie ze het afgelopen jaar hebben samengewerkt. Een kaart is natuurlijk prima, maar veel organisaties trakteren hun relaties graag op een relatiegeschenk.

Jij en je collega's moeten weten hoe jullie hiermee om moeten gaan. Mag je het cadeau aannemen, mag je het houden, moet je het melden als je een relatiegeschenk hebt gekregen, en zo ja, bij wie? Het is goed als jouw organisatie hiervoor beleid formuleert. De OR kan hierover meedenken.



DE ZAAK

Hoe gaat jouw organisatie om met relatiegeschenken?

Het is verstandig om in een gedragscode of arbeidsvoorwaardenreglement vast te leggen welke regels er in jouw organisatie gelden voor het aannemen van relatiegeschenken. Besteed hierbij in ieder geval aandacht aan de volgende drie zaken.

1. STEL EEN DUIDELIJKE GRENS

De gouden regel bij relatiegeschenken is dat het om een kleinigheidje gaat. Noteer in het protocol dat jij en je collega's het moeten melden als een geschenk een bepaalde waarde overtreft, en wat er met zulke geschenken gebeurt.

2. VOORKOM BELANGENVERSTRENGELING

Een relatiegeschenk mag geen invloed hebben op jouw onafhankelijkheid. Als een gift kan leiden tot (de schijn van) belangenverstrengeling, kun je het relatiegeschenk beter weigeren of terugsturen naar de afzender.

3. EERLIJKE VERDELING BINNEN HET TEAM

Heb je veel klantcontact? Dan krijg je waarschijnlijk vaker relatiegeschenken dan collega's die vooral binnendienstwerk doen. Beschouw de ontvangen relatiegeschenken niet als persoonlijke cadeaus, maar als geschenken aan de hele organisatie. Bedenk een systeem waarbij de geschenken eerlijk onder de werknemers worden verdeeld, bijvoorbeeld door middel van een verloting.



Vastleggen in reglement

De regels voor het aannemen van relatiegeschenken kun je het beste (laten) vastleggen in een gedragscode of arbeidsvoorwaardenreglement.

In het reglement moet onder andere staan of, en zo ja, onder welke voorwaarden jij (al dan niet met toestemming) een relatiegeschenk mag aannemen, wie hierop toeziet en wat de sancties zijn bij overtreding van de voorschriften.

ZWAARWEGENDE INTEGRITEIT

Bij sommige organisaties mogen werknemers helemaal geen relatiegeschenken aannemen. Dit is vaak het geval als de integriteit van de organisatie of de werknemer extra zwaar weegt, zoals bij ambtenaren of de politie, maar bijvoorbeeld ook bij functies waarbij je onderhandelt over grote contracten. In zulke functies heb je een onafhankelijke positie, binnen de organisatie of zelfs in de samenleving, en moet je betrouwbaarheid uitstralen. Die onafhankelijkheid en betrouwbaarheid mogen nooit in het gedrang komen.

Omdat het weggeven van mooie relatiegeschenken een manier kan zijn om bij iemand in de gunst te komen, mogen deze werknemers in de regel nooit geschenken aannemen. Zelfs de schijn van belangenverstrengeling kan de betrouwbaarheid van de organisatie of werknemer tenietdoen, dus dat moet je onder alle omstandigheden zien te voorkomen.

Bij de meeste organisaties is het aannemen van relatiegeschenken tot op zekere hoogte echter gewoon toegestaan. In dat geval moet de werkgever wel duidelijke kaders stellen: onder welke voorwaarden mag jij een relatiegeschenk aannemen en wat mag (of moet) je hier vervolgens mee doen?

Het geschenk mag jouw organisatie niet in verlegenheid brengen

Geen verwachte tegenprestatie

Een eerste vereiste is dat de waarde van het geschenk in verhouding staat tot de samenwerking. Het moet een blijk van waardering zijn, maar mag jouw organisatie niet in verlegenheid brengen. Een te mooi of te duur cadeau kan morele verplichtingen met zich meebrengen, namelijk dat de gever een tegenprestatie verwacht. Zo wordt het een vorm van omkoping, en dat kan jouw organisatie in een kwaad daglicht stellen. Dit geldt zowel voor de gever als voor de ontvanger van het geschenk.

GRENZEN DUIDELIJK AFBAKENEN

Je werkgever zal er waarschijnlijk geen moeite mee hebben als je bijvoorbeeld een bos bloemen, een fles wijn of een taart cadeau krijgt. Maar bij luxe reisjes of geldbedragen voelt iedereen wel aan dat dit geen gangbare en vrijblijvende relatiegeschenken zijn. Geld is sowieso uit den boze. Er zijn dus wel degelijk grenzen, en het is belangrijk dat jouw organisatie die duidelijk afbakent. Een goede vuistregel is dat het om een kleinigheidje moet gaan, met een maximale waarde van €50 als richtlijn.



SCHIJN VAN BELANGENVERSTRENGELING

Maar wat doe je met geschenken die duidelijk meer zijn dan een kleinigheid? Omdat de schijn van belangenverstrengeling hier op de loer ligt, is het niet verstandig om deze zomaar aan te nemen. Het is beter om het geschenk te weigeren of, onder verwijzing naar de gedragscode, terug te sturen naar de gever.

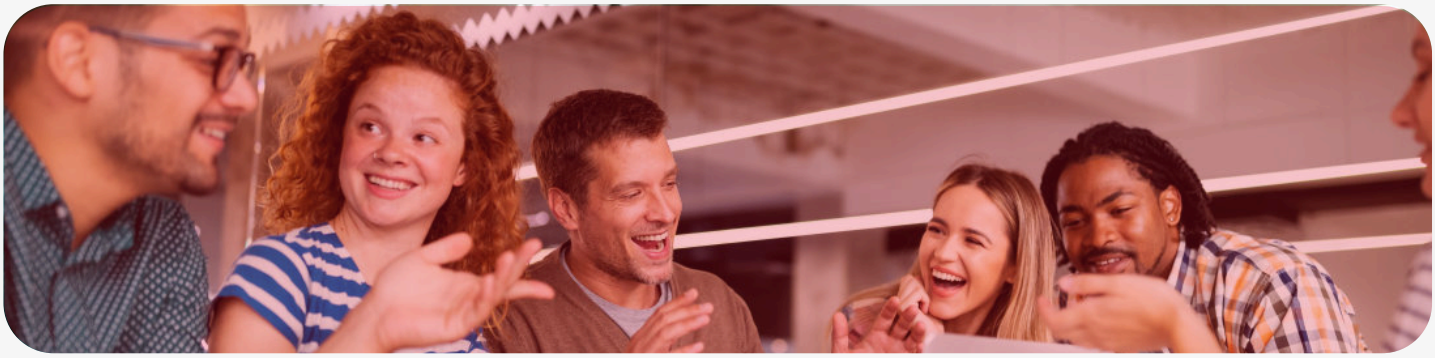
Houd hierbij wel in gedachten dat de gebruiken rondom relatiegeschenken sterk cultureel bepaald zijn en dat de verschillen groot kunnen zijn. Wat in het ene land als een blijk van waardering wordt gezien, kan in een ander land als ongepast worden ervaren. Als jouw organisatie internationaal zakendoet, moet je rekening houden met die verschillen. Anders kan dit tot serieuze problemen leiden. Een relatiegeschenk weigeren of zelfs terugsturen kan als ondankbaar worden gezien en een zakelijke relatie ernstig schaden.

Aannemen relatiegeschenk kan reden zijn voor ontslag

Alle werknemers moeten op de hoogte zijn van de voorschriften voor het aannemen van relatiegeschenken. Als jij je niet aan de gedragsregels houdt, kan dat voor je werkgever namelijk een reden zijn om de arbeidsovereenkomst te beëindigen. Al gaat de rechter hier niet altijd in mee.

BEDANKJE

Zo nam een filiaalmanager van Praxis in Amsterdam enkele jaren geleden een cadeaubon van € 100 aan van een oliebollenkraam die op de parkeerplaats stond. De bon was een bedankje voor de goede samenwerking. De werkgever ontsloeg de filiaalmanager op staande voet, omdat hij had gehandeld in strijd met de gedragsregels. Hierin stond inderdaad dat het aannemen van relatiegeschenken zou leiden tot ontslag op staande voet. De kantonrechter oordeelde echter dat er geen dringende reden was voor ontslag op staande voet. De arbeidsovereenkomst werd beëindigd, maar Praxis moest de werknemer een ruime vergoeding betalen.
Rechtbank Amsterdam, 16 augustus 2016, ECLI (verkort): 5015



ONTVANGEN RELATIEGESCHENKEN VERLOTEN

In de praktijk zullen de werknemers die een langdurige relatie opbouwen met een klant, zoals accountmanagers, vaker geschenken krijgen dan hun collega's in een binnendienstfunctie, zoals administratief medewerkers, secretaresses of personeelsfunctionarissen. Dit is niet eerlijk, want alle werknemers zetten zich in voor de organisatie. Een goede oplossing kan zijn om de ontvangen relatiegeschenken te verzamelen en deze eens per jaar te verloten onder alle werknemers, bijvoorbeeld met sinterklaas of kerst. Of geef de geschenken weg aan een goed doel.

Dit is een artikel van de redactie van Management Rendement

Management Rendement is dé informatiebron voor professionals die leidinggeven aan mensen en projecten. Het vakblad geeft je handvatten om projecten en processen in de organisatie te stroomlijnen en optimaliseren, en om de mensen die bij deze processen betrokken zijn – intern en extern – optimaal aan te sturen. Belangrijke onderdelen van Management Rendement zijn project- en procesmanagement, wijzigingen in relevante wet- en regelgeving, en concrete tips en adviezen voor het verbeteren van leiderschap én de effectiviteit, prestaties, vaardigheden en inzichten van teamleden.

De onafhankelijke en ervaren redactie van Management Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt jou als eerste wat deze ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat je de informatie direct kunt vertalen naar je eigen werksituatie. Management Rendement is daarnaast multimediaal. De voor jouw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar je onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot je beschikking hebt; wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- 11 x per jaar in het vakblad Management Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.

Deze whitepaper is mogelijk gemaakt door: De Zaak

De Zaak is al 30 jaar een begrip in ondernemend Nederland. Eerst als magazine, later als online-uitgever van al het nieuws dat voor ondernemers écht belangrijk is.

Wij zijn ervan overtuigd dat ondernemers zich moeten kunnen focussen op hun onderneming voor een maximale impact op de wereld om hen heen. Maar in een steeds veranderd ondernemersklimaat, is het moeilijk om alle "randzaken" op orde te hebben.

Daarom maakt De Zaak complexe materie simpel en begrijpelijk.

Zodat jij zorgeloos kunt ondernemen!



DE ZAAK