

Kerstpakket is belangrijk, maar hoe houd je iedereen tevreden?

Het traditionele eindejaarsbedankje is voor werknemers een blijk van waardering. Maar de eisen worden steeds hoger, en werkgevers moeten steeds meer hun best doen om al het personeel tevreden te stellen.

Tekst **Tan Tunal** Illustratie **Tom Wientjes**

DILEMMA

Voor veel werkenden begint deze week de kerstvakantie. Werkgevers willen hun personeel met een bedankje de feestdagen in sturen. Een uitglijder is daarbij gauw gemaakt. Een vegetariër maak je niet blij met pasteitjes, een afgekickte alcoholist niet met een bierpakket. Hoe geef je als werkgever een kerstpakket waar al je werknemers tevreden mee zijn?

ALLES IS BETER DAN GEËEN KERSTPAKKET

Veel bedrijven kiezen nog altijd voor het traditionele kerstpakket: een kartonnen doos met versnaperingen. Julie Poirrié, mede-eigenaar van Kerstpakketten.nl, ziet hoe die pakketten de afgelopen jaren steeds duurder en luxer zijn geworden. Met haar bedrijf verzorgt ze honderdduizenden van de ruim acht miljoen kerstpakketten die deze dagen aan werknemers en vrijwilligers worden uitgedeeld.

Het duurste pakket bij het bedrijf van Poirrié kostte dit jaar 150 euro - met diverse spullen erin, van bonbons tot een frituurset - terwijl dat een paar jaar terug nog honderd euro was. „Dat is niet alleen maar door de inflatie. De pakketten worden gewoon steeds voller”, zegt Poirrié. „Mensen willen echt wat uit te pakken hebben bij de kerstboom, en niet na twee flessen wijn al klaar zijn.”

Het belang van een ritueel bedankje voor de feestdagen is niet te onderschatten, zegt Fiza Ahmed, organisatiewetenschapper aan de Vrije Universiteit. „Het is een manier waarmee een werkgever zijn waardering kan uitdrukken.” In een krappe arbeidsmarkt is dat extra belangrijk, want als werknemers zich niet gewaardeerd voelen, kunnen ze vaak makkelijk ergens anders terecht, waar ze die waardering wél voelen.

„Natuurlijk zal een kerstpakket niet de doorslaggevende reden zijn om bij een werkgever weg te gaan, maar het is een onderdeel van veel kleine dingen die zorgen dat werknemers op hun plek zijn of niet”, zegt Ahmed. „Net als bijvoorbeeld een leidinggevende die af en toe op de werkvloer rondloopt en vraagt hoe het met je gaat.”

Het belang van een pakket blijkt vooral als het de ontvanger niet aanstaat, of nog erger: als het wordt afgeschaft. „Dat is echt een doodzonde”, zegt Poirrié. In coronatijd besloot spoorvervoerder NS bijvoorbeeld het traditionele eindejaarsgeschenk voor hun medewerkers te vervangen door een doosje Merci-chocolaatjes en twee eerste klas dagretours voor in daluren. Het kwam de directie op een flinke

dosis kritiek te staan en sommige medewerkers stuurden hun kaartjes bij wijze van protest zelfs terug.

HOUD REKENING MET DIVERSITEIT

Wel een pakket dus, en bij voorkeur ook een dat recht doet aan de diversiteit van het personeelsbestand. „Bij een standaardpakket is het vaak *one size fits no one*”, zegt organisatiewetenschapper Ahmed. „Dan krijg je de pakketten met worstjes en pasta waarvan je de helft niet



Bij een standaard kerstpakket geldt vaak *one size fits no one*

Fiza Ahmed
organisatiewetenschapper

lust.” Als werkgevers laten zien dat ze over de wensen van hun personeel hebben nagedacht, hebben ze al de helft gewonnen. Steeds vaker valt daarom de keuze op een waardebon, waarbij werknemers op een ‘online kerstmarkt’ voor een X-aantal punten uit een voorgeselecteerd aanbod cadeaus kunnen uitzoeken, of de punten (het geld) aan een goed doel weggeven.

Dat deed ook de werkgever van Ahmed, die dit jaar zelf een powerbank uitzocht. „Ik vind dat een hele mooie oplossing, want je laat zien dat je oog hebt voor de diversiteit van je organisatie.” Bovendien voelt het persoonlijker dan een „onpersoonlijke” waardebon die je zelf bij een webwinkel te gelde moet maken. Ahmed: „Als je al je vrienden dezelfde cadeaubon geeft op hun verjaardag, vragen ze zich ook af hoe goed je daarover hebt nagedacht.”

Fijne bijkomstigheid: zo’n uitzoekmogelijkheid behoedt werkgevers voor de bekende uitglijders. „Als iemand die vanwege geloofsovertuigingen niet drinkt, maar wel een pakket met alcohol ontvangt, dan komt dat niet goed over”, zegt Ahmed, die ziet hoe met name jongere werkenden bedingen dat arbeidsvoorwaarden steeds meer individueel op maat gemaakt worden. „Werktevredenheid en de vraag of ze zich ergens thuis voelen is voor hen vaak veel belangrijker dan de hoogte van het salaris.”

Julie Poirrié van Kerstpakketten.nl ziet hoe werkgevers onder invloed van die steeds diversere, jonge generatie sensitiever zijn geworden. „Sommige bedrijven zeggen: we hebben een paar medewerkers die halal eten, dus willen we allemaal halal-pakketten”, aldus Poirrié. „Maar soms is het ook te lastig: als een handvol medewerkers glutenvrij eet, zeggen bedrijven meestal: daar begin ik niet aan.”

De uitzoekklus blijft voor werkgevers een „mijneveld”. Want afnemers van kerstpakketten zijn de afgelopen jaren steeds veeleisender geworden, vertelt Poirrié. „Soms heb ik mensen aan de lijn die een kapotte mok hebben ontvangen, die zeggen dat we hun Kerst hebben verpest.” Ook is het geduld vaak ver te zoeken. „Als iets te laat geleverd wordt, moeten we ze vertellen dat het december is en dus hartstikke druk. Bol[.com] heeft ons allemaal lui en ongeduldig gemaakt.”

DUS

Bij het uitzoeken van een kerstpakket kun je het nooit helemaal goed doen, maar als je rekening houdt met de diversiteit van je organisatie ben je al een heel eind. De online kerstmarkt, waar iedereen zijn eigen pakket kan samenstellen, is een uitkomst in deze geïndividualiseerde tijd. Er is voor elk wat wils, wat het tot een goede manier maakt om uitglijders te voorkomen.

