



## Dag van het geluk: waardering op persoonlijke momenten maakt werknemers gelukkiger

**Gent, 19 maart 2021 - Geluk op de werkvloer hangt nauw samen met het krijgen van waardering op persoonlijke momenten. Waar kerst en nieuwjaar gevestigde waarden zijn voor een bedrijfsgeschenk, staan belangrijke privé-gebeurtenissen zoals verjaardagen, het huwelijk, of geboortes minder op de radar van werkgevers. Dat blijkt uit een onderzoek van Kadonation in samenwerking met InSites Consulting, dat het bedrijf op de International Day of Happiness bekend maakt. In dat onderzoek peilt Kadonation bij 1041 Belgische werknemers naar hun waardering voor cadeaus die ze van hun werkgevers ontvangen. Daaruit blijkt onder meer dat werknemers het liefst een cadeaubon krijgen.**

## **7 op 10 Belgische werknemers krijgt een attentie tijdens de feestdagen**

Het afgelopen jaar ontvingen Belgische werknemers gemiddeld twee cadeaus van hun werkgever, zo blijkt uit een onderzoek van Kadonation in samenwerking met InSites Consulting. Attenties op de werkvloer hebben een belangrijke impact op de werksfeer. Werknemers voelen zich namelijk meer gewaardeerd en gerespecteerd wanneer ze een attentie ontvangen en voelen zich daarom gelukkiger op de werkvloer. Wel doet het niet bij iedereen de mindere momenten vergeten.

Het moment bij uitstek om cadeaus te ontvangen is de kerst- en nieuwjaarsperiode. 7 op 10 werknemers kreeg het afgelopen jaar een attentie van zijn werkgever tijdens de feestdagen.

“Voor veel werknemers voelen de feestdagen aan als een ‘verworven’ cadeaumoment. Het cadeau is daarom nog weinig verrassend. Uit het onderzoek blijkt echter dat het net de momenten zijn die er écht toe doen in het persoonlijke leven van een werknemer, die gewaardeerd worden.”, vertelt **Jelle Van Roosbroeck, CFO van Kadonation**.

## **Slechts 1 op 10 Belgische werknemers krijgt attentie voor verjaardag.**

Persoonlijke momenten staan vaak niet op de radar van de werkgever, zo blijkt uit het onderzoek van Kadonation. 36% van de respondenten gaf aan graag een attentie te willen ontvangen op verjaardagen, maar slechts 1 op 10 krijgt die ook effectief. Zo'n attentie op een verjaardag heeft volgens het onderzoek echter een enorm effect op het gevoel van waardering en respect op de werkvloer. 43% van de respondenten gaf zelfs aan de verjaardag hét moment te vinden waarop ze een cadeau van de werkgever wensen te ontvangen.

“De verjaardag is nog de privé-aangelegenheid die het meest op de radar van werkgevers staat. Andere privé-momenten zoals een huwelijk of een geboorte gaan nauwelijks gepaard met giften van werkgevers, terwijl die dagen toch vaak een hele verandering in het persoonlijke leven impliceren. 1 op 4 werknemers rapporteerde dan ook dat ze graag iets zouden ontvangen voor die gelegenheden”, zegt **Jelle Van Roosbroeck, CFO van Kadonation**.

Kadonation merkt dat er wel bereidheid is bij bedrijven om hun werknemers te waarderen op privé-momenten zoals verjaardagen, maar dat werkgevers het vaak niet doen uit angst om iemand te vergeten. Bovendien zorgt het ook voor extra maandelijkse workload om de jarigen een geschikt cadeau te geven.

“Het is heel begrijpelijk dat bedrijven bang zijn iemands verjaardag te vergeten, waardoor die persoon zich minder gewaardeerd zou voelen dan zijn collega's. Er

rijzen namelijk veel praktische vragen bij het geven van verjaardagscadeaus. Met onze 'Happy Birthday service' via ons cadeauportaal Kadonation Select, ontzorgen we de werkgevers door die taak op ons te nemen, zodat werkgevers niet bang moeten zijn dat iemand van hun mensen tussen de mazen van het net zou glippen", licht **Fabrice Guillermin, Managing Director van Kadonation**, toe.

Tot slot zijn ook pensioen en anciënniteit voor 1 op 3 werknemers een goede reden voor een attentie.

### **Werknemers krijgen liefst.. een cadeaubon!**

Het meest populaire cadeau is de cadeaubon, zo blijkt uit het onderzoek van Kadonation. Maar liefst 7 op 10 Belgische respondenten geeft aan bij voorkeur een cadeaubon voor verschillende winkels te ontvangen. Het grootste voordeel van zo'n cadeaubon is dat hij besteed kan worden zoals de werknemer zelf wil, zo blijkt uit het onderzoek. Belangrijk blijft wel om de bon persoonlijk te richten aan de werknemer, denk bijvoorbeeld aan een persoonlijke boodschap van de leidinggevende. Daarnaast wordt ook originaliteit sterk geapprecieerd.

"Bij Kadonation merken we dat er zeer veel vraag is naar cadeaubonnen, omdat de werkgever op die manier een cadeau geeft waarmee de werknemer de volledige keuze heeft en iets kan kopen waar hij echt tevreden mee is. De cadeaubon van Kadonation – die in verschillende winkels geconsumeerd kan worden – speelt daar perfect op in en geeft de kans om waardering en geluk centraal te stellen", zegt **Fabrice Guillermin, Managing Director van Kadonation**.

### **Over Kadonation**

Kadonation is een scale-up met Gentse roots, die de wereld van de cadeaubonnen en het samenleggen voor een groepscadeau op haar kop zette. In 2020 maakte Kadonation samen met haar klanten, net geen 100.000 werknemers blij met een uniek kado. Vanuit de overtuiging dat mensen de belangrijkste assets zijn van een bedrijf, wil Kadonation de werkgever bijstaan en ontzorgen in de waardering van zijn medewerkers via een persoonlijk geschenk met een beleving, op die momenten die er toe doen. Dat doet Kadonation op een vernieuwende en duurzame manier door het integrale en gepersonaliseerde cadeauportaal. Kadonation is actief in België en Nederland.

Isabel Raes | Marketing Manger

[Isabel@Kadonation.com](mailto:Isabel@Kadonation.com)

+32 475 356 320