

## Interne Memo

Leden BBVO

### Onderwerp

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

### Organisatieonderdeel

Directie Communicatie  
Klik hier als u tekst wilt invoeren.  
Klik hier als u tekst wilt invoeren.

### Behandeld door

Esther Toet/ Marijke Burmann

### Functie

Strategische  
communicatieadviseur

### Telefoon

06-52525955

### E-mail

Esther.toet@politie.nl

### Ons kenmerk

Klik hier als u tekst wilt invoeren.

### Uw kenmerk

Klik hier als u tekst wilt invoeren.

### In afschrift aan

Klik hier als u tekst wilt invoeren.

### Datum

5 december 2016

### Bijlage(n)

0

### Pagina

1

## 1. Aanleiding

De afdeling PDM van de Dienst FM start in 2016 in opdracht van de Dienst Communicatie met de Europese Aanbesteding voor relatiegeschenken en promotionele artikelen. Met deze aanbesteding worden de uitgaven voor deze categorie goederen centraal georganiseerd, in tegenstelling tot de huidige situatie waarbij bestellingen ad hoc en versnipperd bij verschillende leveranciers gedaan worden en onder verschillende kostenposten worden geboekt. Het gaat om die artikelen die in opdracht van de politie bedrukt worden en voorzien zijn van het politielogo of onderdelen daarvan. Vóórdat de aanbesteding uitgeschreven kan worden, is het nodig dat kaders en richtlijnen zijn bepaald vanuit de Directie Communicatie. Dit document beschrijft deze kaders en richtlijnen: het beleidskader uitdelen relatiegeschenken en promotionele artikelen.

Het beleidskader voorstel gaat in op geschenkmomenten, gevers en ontvangers van geschenken en de aard van de geschenken, in samenhang met de reputatie en het merk politie. Dit beleidskader gaat niet in op het daadwerkelijke assortiment aan relatiegeschenken en promotionele artikelen, budgetten etc.. Zodra de voorbereidingen voor de aanbesteding van start gaan, gaat een aparte werkgroep zich bezighouden met de totstandkoming van het assortiment relatiegeschenken en promotionele artikelen. In deze werkgroep nemen vertegenwoordigers deel vanuit FM, Communicatie, Kabinet & Protocol en diverse eenheden. Hoe het uiteindelijke assortiment wordt bepaald en tijdens de looptijd van de aanbesteding wordt onderhouden, staat beschreven in het uitvoeringsbeleid behorende bij deze aanbesteding. Ook gaat dit beleidskader niet in op het bestel- en op het betaalproces. Dit moet apart van dit kader worden afgestemd met respectievelijk de Diensten FM en Financiën.

## 2. Relatiegeschenk of promotioneel artikel?

Voor het instemmen met het kader voor zowel relatiegeschenken als voor promotionele artikelen is het handig om de definities van deze beide categorieën artikelen te kennen.

Relatiegeschenken zijn letterlijk bedoeld om de relatie tussen de ontvanger en de organisatie te versterken, het ademt de sfeer en identiteit van de organisatie uit en heeft meestal een duurzaam karakter. De geschenken worden welbewust als cadeautje overhandigd bij bijvoorbeeld bezoeken of bijeenkomsten. Deze geschenken zijn in vergelijking met promotionele artikelen vaak wat duurder en worden niet lukraak uitgedeeld tijdens acties en evenementen. Een schrijfmep of luxe(re) pennenset, maar ook een politieschildje of penning zijn voorbeelden van dit soort artikelen. Relatie geschenken zullen voorzien worden van een politie signatuur door bedrukking van de "waakvlam/wetboek" op subtiele wijze.

**Onderwerp**

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

**Datum**

5 december 2016

**Pagina**

2 van 6

Promotionele artikelen hebben vaak het karakter van een 'weggevertje', een artikel dat tijdens handavings- en verkeersacties, op beurzen en tijdens open dagen wordt uitgedeeld. Denk hierbij aan zaken als ballonnen, winkelwagenmuntjes en sleutelhangers. Dit soort cadeautjes hebben tot doel de aandacht te vragen voor een bepaalde boodschap van de organisatie. Ze zijn vaak ludiek en opvallend van karakter en veelal gekoppeld aan een promotionele campagne. Promotie artikelen zijn altijd voorzien van het politie logo.

### 3. Bepalen, bestellen, betalen

Voor het kunnen geven van een relatiegeschenk of promotioneel artikel gelden de volgende uitgangspunten als het gaat om bepalen, bestellen en betalen:

- Voor het weggeven van een relatiegeschenk of promotioneel artikel heeft de gever toestemming nodig van zijn/haar leidinggevende met financieel mandaat. Via een bestelmodule wordt dit ondervangen;
- Voor het bestellen van een relatiegeschenk of promotioneel artikel wordt gebruik gemaakt van een webshop, in de vorm van een bestelmodule (Planon) die ontsloten wordt via het intranet;
- Bij het bepalen van een promotioneel artikel dat niet valt binnen het 'standaard assortiment' is de Dienst Communicatie bepalend. Als het past binnen de communicatiestrategie, gaat zij samen met de opdrachtgever en de leverancier op zoek naar een passend artikel. Uitgangspunt hierbij is dat zeer kritisch gekeken wordt naar aanvragen buiten het standaard assortiment om en als hiervoor gekozen wordt, dit alleen gedaan wordt voor grote campagnes met een landelijke uitstraling;
- Na goedkeuring van de bestelling zorgt de Dienst FM voor verdere afhandeling hiervan;
- De budgethouder van een afdeling (leidinggevende) moet een bestelling goedkeuren. Hierdoor is de betreffende budgethouder automatisch verantwoordelijk voor de bestelling. De betaling van de bestelling gebeurt op basis van kostenplaatsnummer van de bestellende afdeling. NB. In dit beleid wordt uitgegaan dat het representatiebudget van iedere eenheid voor deze artikelen wordt aangewend;
- De dienst Financiën draagt zorg voor het betalingsproces;
- Voor de korps- en eenheidsleiding blijft ruimte tot maatwerk bestaan.

### 4. Beleidskader relatiegeschenken

Het kader voor relatiegeschenken is opgesteld aan de hand van de volgende onderwerpen:

1. Het moment
2. Wie geeft?
3. Aan wie wordt gegeven?
4. Wat mag worden gegeven?
5. Waar moet een relatiegeschenk aan voldoen?

#### Ad1. Wanneer geeft het korps een relatiegeschenk:

Relatiegeschenken mogen gegeven worden:

- In een internationale context: bij ontvangst van delegaties van buitenlandse politiekorpsen en bij eigen bezoeken aan buitenlandse politiekorpsen;
- Bij afscheid, jubilea en installaties; voor eigen medewerkers wordt de HRM-handreiking 'Bijzondere gebeurtenissen' gehanteerd. Dit beleidskader richt zich op de groep externe relaties;
- Als bedankje voor diensten om niet (bijvoorbeeld aan een spreker tijdens een bijeenkomst).

**Onderwerp**

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

**Datum**

5 december 2016

**Pagina**

3 van 6

Ad2. Wie is de gever:

In sommige organisaties is bepaald dat een geschenk uitsluitend uit handen van of namens de hoogste bestuurder(s) gegeven wordt. Zo is bij het ministerie van Veiligheid en Justitie bepaald dat een geschenk alleen uit handen van of namens de minister, de staatsecretaris, of procureur generaal wordt gegeven. Dit beperkt het aantal te geven geschenken aanzienlijk.

Omdat binnen ons korps medewerkers van allerlei niveaus te maken kunnen krijgen met geefmomenten zoals beschreven onder ad1. is iedereen bevoegd een relatiegeschenk aan een ander te geven. Voor het bestellen van een relatiegeschenk moet goedkeuring zijn van een leidinggevende en de bestelling vindt plaats door middel van een kostenplaats. Hiermee kan het aantal geefmomenten worden ingekaderd, wat vanuit financiële overwegingen wenselijk is.

Ad3. Aan wie:

Wie een relatiegeschenk ontvangt, hangt af van de samenstelling van het betreffende gezelschap. Bijvoorbeeld bij een buitenlands bezoek: vanuit ons eigen korps gaat er een delegatie naar het betreffende land en hebben daar in verschillende samenstellingen verschillende ontmoetingen. Het is dan logisch dat de hoogstgeplaatste functionaris van het buitenlandse gezelschap een geschenk ontvangt uit handen van de hoogstgeplaatste functionaris van onze delegatie en zo verder naar beneden.

Ad4. Wat:

Het assortiment aan relatiegeschenken is ingericht in een drietal prijsklassen. Afhankelijk van de ontvanger en de reden waarom een relatiegeschenk wordt gegeven kan een keuze gemaakt worden uit één van de drie categorieën. Iedere categorie kent een assortiment van nationaal en internationaal te geven geschenken. Van ieder 10 stuks per categorie, dus in totaal bestaat het assortiment uit 60 geschenken:

- Categorie 1: een exclusief assortiment geschenken met een waarde tussen de 50 en 200 euro. Deze geschenken kunnen gegeven worden door de strategische top (leden KL, leden EL). Dit assortiment richt zich hoofdzakelijk op hun stakeholders, maar zal daarnaast enkele geschenken bevatten die geschikt zijn als cadeau bij een installatie of afscheid;
- Categorie 2: deze categorie bestaat uit een assortiment geschenken tussen de 25 en de 50 euro;
- Categorie 3: de geschenken in deze categorie hebben een waarde tussen de 5 en de 25 euro.

Ad 5. Waar moet een relatiegeschenk van de politie aan voldoen:

De volgende eisen worden gesteld aan een relatiegeschenk:

- Het geschenk past bij de positionering en de uitstraling van de politie en staat niet op gespannen voet met de kernwaarden betrouwbaar, integer, moedig en verbindend;
- Aan het geschenk is door middel van opdruk te zien dat de politie de gever is. Die opdruk voldoet aan de huisstijl van de politie. Conform de huisstijl worden geen eenheid-onderscheidende elementen op het geschenk aangebracht. Vanuit huisstijl wordt verschil gemaakt in de logotoepassing als het gaat om relatiegeschenken versus promotionele artikelen. Op relatiegeschenken wordt het monogram toegepast, op promotionele artikelen het logo eventueel in combinatie met het motto. Op een eventueel toegevoegd kaartje bij het relatiegeschenk kan wel het logo worden toegepast;
- Vanwege houdbaarheid en eventueel vervoer naar het buitenland bevat het assortiment geen levensmiddelen;

**Onderwerp**

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

**Datum**

5 december 2016

**Pagina**

4 van 6

- In het assortiment worden geen artikelen met alcoholische dranken en rookwaren opgenomen;
- Het totale assortiment relatiegeschenken moet toereikend genoeg zijn voor alle geefmomenten zoals onder ad1. opgenomen;
- De relatiegeschenken hebben een duurzaam karakter, passen binnen de visie van maatschappelijk ondernemen en fit en gezond, en hebben de kwaliteit die van een dergelijk artikel mag worden verwacht;
- Er wordt gezocht naar een geheel van relatiegeschenken dat verrassend, functioneel, duurzaam, passend en verantwoord is.
- De geschenken dragen positief bij aan de herinnering aan de politie.

**5. Beleidskader promotionele artikelen**

Het kader voor promotionele artikelen is aan de hand van dezelfde onderwerpen opgesteld als het kader voor relatiegeschenken:

1. Geefmoment
2. Wie geeft?
3. Aan wie wordt gegeven?
4. Wat mag worden gegeven?
5. Waar moet een relatiegeschenk aan voldoen?

Ad1. Wanneer geeft het korps een promotioneel artikel:

Promotionele artikelen worden ingezet om aandacht te vragen voor een thema of onderwerp. Ze zijn vaak ludiek en opvallend van karakter, hebben het karakter van een 'weggevertje'. Belangrijke eigenschappen van een promotioneel artikel voor de politie zijn duurzaam, passend, verantwoord, maar ook in veel gevallen ludiek. Van belang is de vraag te stellen of een promotioneel artikel past bij de gelegenheid en bij de afzender. De politie zet promotionele artikelen o.a. in:

- Tijdens open dagen als de politiedag of de 112-dag;
- Tijdens verkeers- en handhavingsacties;
- Bij presentaties op (basis)scholen en ter ondersteuning van spreekbeurten van basisschoolscholieren;
- Bij campagnes.

Ad2. Wie is de gever:

Binnen het assortiment promotionele artikelen wordt onderscheid gemaakt in een standaard assortiment en in een assortiment op maat. Voor promotionele artikelen uit het standaard assortiment geldt dat iedereen binnen de politie de gever kan zijn en dus via de webshop een bestelling kan plaatsen. De bestelling gebeurt op basis van kostenplaats. Het gebruiken van een kostenplaats heeft altijd een goedkeuring in zich door een leidinggevende.

Ook voor de op maat gemaakte promotionele artikelen geldt dat deze door iedereen gegeven kunnen worden. Dat geldt niet voor het bestellen ervan. Hier is de dienst Communicatie bepalend in. Vanuit een eenheid kan de afdeling Communicatie hierover contact opnemen met de dienst. Na instemming door de dienst, geldt ook voor deze artikelen dat goedkeuring van leidinggevende en een eigen kostenplaats een vereisten zijn. De dienst zal bij de keuze wel of niet in te stemmen met de aanvraag altijd rekening houden met de toepasbaarheid voor het hele korps. Voor symposia geldt het standaard assortiment, voor grote campagnes met een landelijke uitstraling kan maatwerk van toepassing zijn. Als de dienst instemt, gaat zij in samenwerking met de eenheid en de leverancier op zoek naar een passend artikel.

Ad3. Wie is de ontvanger:

De ontvangers van promotionele artikelen zijn onder te verdelen in intern, alle collega's van de organisatie, en extern. Extern kan de volgende onderverdeling gemaakt worden:

**Onderwerp**

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

**Datum**

5 december 2016

**Pagina**

5 van 6

- Kinderen 0-4 jaar;
- Kinderen 4-12 jaar;
- Jeugd 12-18 jaar;
- Jong volwassenen 18-25 jaar;
- Volwassenen 25-65 jaar;
- Senioren 65 jaar en ouder.

Voor deze externe doelgroepen kan een standaard assortiment bepaald worden. Dat geldt niet voor de interne doelgroep. Als er al intern promotionele artikelen worden weggeven, is dit altijd gekoppeld aan een campagne en is het dus een artikel op maat. Voor een artikel op maat is het van belang:

1. Eerst te bepalen wat je boodschap is;
2. Op basis daarvan vast te stellen of een promotioneel artikel wel of niet passend is;
3. Dan te kijken naar welk artikel zich hier dan het beste voor leent, gezien de gestelde (financiële) randvoorwaarden. Zie hiervoor ook ad5..

Ad4. Wat:

Het assortiment promotionele artikelen bestaat uit twee categorieën: een standaard assortiment en een op maat assortiment. Dit laatste assortiment wordt gekozen passend bij de betreffende campagne. Het standaardassortiment bestaat uit artikelen passend bij de genoemde ontvangersgroepen onder ad3.. De waarde van de artikelen ligt tussen de 0 en 5 euro. Het moeten artikelen zijn die op de onder ad1. genoemde geefmomenten, makkelijk weg te geven zijn en voldoen onder de ad5. gestelde eisen.

Ad 5. Waar moet een promotioneel artikel van de politie aan voldoen:

De volgende eisen worden gesteld aan een promotioneel artikel:

- Het artikel past bij de positionering en de uitstraling van de politie en sluit aan bij de kernwaarden betrouwbaar, integer, moedig en verbindend;
- Aan het artikel is door middel van opdruk te zien dat de politie de gever is. Die opdruk voldoet aan de huisstijl van de politie. Conform de huisstijl worden geen eenheid-onderscheidende elementen op het artikel aangebracht. Vanuit huisstijl wordt verschil gemaakt in de logotoepassing als het gaat om relatiegeschenken versus promotionele artikelen. Op promotionele artikelen wordt het logo, al dan niet in combinatie met het motto, toegepast. Op relatiegeschenken wordt alleen het monogram toegepast;
- Vanwege houdbaarheid bevat het assortiment geen levensmiddelen;
- In het assortiment worden geen artikelen met alcoholische dranken en rookwaren opgenomen;
- Het assortiment promotionele artikelen bestaat uit een standaard assortiment artikelen. Daarnaast moet er ruimte zijn om in overleg met en op advies van de leverancier artikelen te bestellen passend bij een campagne. Het assortiment op maat;
- Het totale standaard assortiment moet passend zijn voor alle geefmomenten zoals onder ad1. opgenomen;
- De artikelen hebben een duurzaam karakter, passen binnen de visie van maatschappelijk verantwoord ondernemen en fit en gezond, en hebben de kwaliteit die van een dergelijk artikel mag worden verwacht;
- Er wordt een standaard assortiment samengesteld dat verder reikt en daarmee verrassender is dan alleen pennen, ballonnen, kleurpotloden en kleurboeken. Het mag leuk, functioneel, duurzaam, passend en verantwoord zijn.
- Het artikel moet positief bijdragen aan de herinnering aan de politie.



Klik hier als u tekst wilt invoeren.

Klik hier als u tekst wilt invoeren. Klik hier als u tekst wilt invoeren.

Klik hier als u tekst wilt invoeren.

Klik hier als u tekst wilt invoeren. Klik hier als u tekst wilt invoeren.

[www.politie.nl](http://www.politie.nl)

**Onderwerp**

Beleidskader uitdelen  
relatiegeschenken en  
promotionele artikelen met  
politielogo

**Datum**

5 december 2016

**Pagina**

6 van 6