

# Persoonlijk en relevant

**Met de komst van het nieuwe pensioencontract verandert niet alleen de techniek van het pensioen, maar ook de communicatie daarover. Deelnemers worden direct risicodragers. Voor markt- en renterisico, maar ook voor inflatie- en langlevensrisico. En zij krijgen daarbij meer ruimte voor keuzes. Dit vraagt om een meer gepersonaliseerde aanpak in communicatie en productontwikkeling.**



Soren Movig

Het nieuwe contract krijgt meer dan nu een defined contribution (DC-)karakter. Dat betekent dat risico's ook directer bij de deelnemers komen te liggen. Waar in een defined benefits (DB-)regeling het fondsbestuur monitort en handelt bij mogelijk tegenvallende resultaten, ligt dit 'drukpunt' in DC direct bij de deelnemer. En die moet daar wel bewust van zijn.

SPIN heeft sinds 1998 een DC-regeling. Startpunt is de missie die het fonds zich heeft gesteld:

1. De DC-deelnemer helpen een optimaal pensioenresultaat te behalen.
2. De DC-deelnemer te informeren over de mogelijke door hem of haar te nemen acties als het te verwachten resultaat niet voldoet aan zijn of haar wensen.

Onze communicatie is gericht op het bieden van inzicht en handelingsperspectief aan de DC-deelnemer. Dat moeten we brengen. Deelnemers gaan nu eenmaal weinig uit zichzelf op zoek naar inzichten over pensioenrisico's en te ondernemen stappen om die te reduceren. De vraag of iemands DC-pensioen goed geregeld is, is hoogstpersoonlijk. Wij hebben

daarom een op maat gemaakte communicatie-aanpak ontwikkeld rond het kernthema 'persoonlijk en relevant'. 'Persoonlijk' door uit te gaan van de individuele pensioenbehoefte en verwachtingen. 'Relevant' door de deelnemer enkel te informeren wanneer het opportuun (of verplicht) is. Het heeft zin noch pas de deelnemer te vermoeien met irrelevante, vaak zeer technische zaken. Dat besef is cruciaal in een fonds als het onze, met meerdere regelingen van zeer verschillende aard. Dit heeft zich vertaald in een gesegmenteerde aanpak, gebaseerd op leeftijdscohorten, de regeling (DB en/of DC) en deelnemersstatus (actief, gewezen deelnemer of gepensioneerd). De communicatiedoelstellingen verschillen per segment, rekening houdend met behoeften én interesses. Een 55-jarige heeft andere keuzes te maken en daardoor een andere informatiebehoefte dan een 25-jarige. Binnen de segmentatie hanteren we levensgebeurtenissen, zowel privé als werkgerelateerd, om met de deelnemer op voor hen relevante momenten in contact te komen. En hen er indien nodig op te wijzen dat ze in actie moeten komen.

## Afstemmen op persoonlijke situatie

Daarnaast hebben we een aantal belangrijke risicogroepen geïdentificeerd. Voorbeelden daarvan zijn deelnemers met een naar verwachting tekortschietend pensioen en deelnemers waarvan de partner het risico loopt van een te sterke inkomensachteruitgang bij overlijden van de deelnemer. Een effectieve communicatiestrategie staat of valt met een goed productontwerp. Oftewel, een heldere regeling die de nodige flexibiliteit biedt. Eén van de uitdagingen die SPIN zag en ziet, is het ontbreken van een duidelijke norm of ambitie voor het te behalen resultaat. Immers, voor zover de traditionele '70% norm' gemiddeld genomen al passend is, is die onvoldoende afgestemd op de

## Persoonlijke afwegingen

### Wie is SPIN?

Stichting Pensioenfonds IBM Nederland (SPIN) biedt sinds 1998 naast een traditioneel defined benefit product een defined contribution product aan. Onze deelnemers kunnen, onder meer afhankelijk van datum indienstreding en in het verleden gemaakte keuzes, in DB, DC of een combinatie van beide hun pensioen sparen. Van de circa 2.200 actieve deelnemers valt ongeveer 85% onder de DC- of hybride regeling. Onze actieve deelnemers zijn bovengemiddeld hoog opgeleid en hebben een bovenmodaal inkomen. Daardoor zijn onze deelnemers voor een groot deel afhankelijk van de tweede pijler. De zorgambitie neemt dan ook een belangrijke plaats in binnen ons communicatiebeleid.

# communiceren

SOREN MOVIG, NIET-UITVOEREND BESTUURDER SPIN  
WOUTER VAN ECHHOUD, UITVOEREND BESTUURDER SPIN EN LEIDER VAN HET COMMUNICATIE EN  
INNOVATIEPROGRAMMA VAN DE CPE-OPLEIDING (ERASMUS SCHOOL OF ACCOUNTING & ASSURANCE/EUR)

persoonlijke situatie. Zonder een dergelijke norm is het lastig om een DC-deelnemer te informeren over een mogelijk tekort. Maar een dergelijke norm, onderdeel van een productontwerp, is per definitie persoonlijk.

## Perspectief en pensioeninkomen

Het vaststellen van een pensioenambitie is zaak van de werkgevers en werknemers. Het bestuur kan zich beperken tot het informeren van sociale partners over de op grond van de regeling te verwachten pensioenuitkomsten. Wij vatten onze rol breder op. Wij informeren onze deelnemers daarom niet alleen over het pensioeninkomen dat ze kunnen verwachten, maar vergelijken dit ook met NIBUD-normen voor een adequaat pensioen. We doen dit gedifferentieerd naar inkomensklassen. We helpen deelnemers ook zoveel mogelijk om acties te nemen om een tekortschietend pensioen aan te vullen. Bijvoorbeeld door gebruik te maken van een vrijwillige extra inleg die in samenwerking met de werkgever en werknemers is geïntroduceerd. Het biedt de deelnemers de mogelijkheid om op basis van hun persoonlijke financiële situatie afwegingen te maken en indien gewenst via het fonds actie te ondernemen. We doen dit op basis van de bij ons bekende gegevens. Die zijn beperkt. Desondanks zijn de reacties van onze deelnemers goed. De eerlijkheid en directheid

worden door hen – ook als de uitkomst vervelend is – gewaardeerd.

## Keuzebegeleiding

Het wetsvoorstel toekomst pensioenen introduceert expliciet de verantwoordelijkheid van het fonds voor keuzebegeleiding binnen de pensioenregeling. Dat is positief. Maar keuzes van deelnemers zijn gebaseerd op meer dan op het eigen pensioeninkomen. Partnerinkomen, eigen huis, andere vermogenselementen, en ook verwachte uitgaves en gewenste levensstandaard spelen een rol. Daar moeten wij als fondsen mee aan de slag. En naarmate je dieper in de persoonlijke situatie van de deelnemer duikt, ontdek je nieuwe uitdagingen. Zo zijn de ons beschikbare data over deelnemers met echtscheidingen bijvoorbeeld zeer beperkt. We vermoeden dat veel deelnemers de verdeling van hun pensioen niet hebben geregeld, met alle gevolgen van dien. Een diepgaander inzicht in onze deelnemers en hoe we onze deelnemers op voor hen belangrijke onderwerpen aanzetten tot actie is derhalve essentieel. Onze deelnemers vragen er expliciet om. Echter, het vraagt ontwikkelwerk en een duidelijke normering van hoever we als fonds kunnen en willen gaan bij het helpen van onze deelnemers. En geld. Ook dat blijft een belangrijk punt van aandacht. Want ook voor communicatie geldt dat elke pensioeneuro maar één keer kan worden uitgegeven. ←

Bijsturen  
eigen  
pensioen



Wouter van Echoud

## Heeft u straks genoeg?

### Aanpak

1. We berekenen het te verwachten gezinsinkomen na pensionering op basis van de ons beschikbare informatie, aangevuld met aannames over AOW en partnerpensioen.
2. We vergelijken het te verwachten inkomen met de door Nibud en Netspar ontwikkelde normen voor een adequaat en een goed pensioeninkomen.
3. We sturen onze deelnemers een directe, gepersonaliseerde boodschap ('Waarschijnlijk heeft u straks te weinig pensioen') over het verschil tussen 1 en 2. Met de uitnodiging om toch vooral zelf te beoordelen of het daadwerkelijk zo is.
4. We bieden de deelnemer ondersteuning bij het zo goed mogelijk in kaart brengen van de overige inkomens- en vermogenscomponenten ('maatbeker').

5. We bieden ondersteuning bij de beoordeling of aanvullende inleg in de DC-regeling interessant is. De werkgever biedt de mogelijkheid hiertoe.
6. We flankeren bovenstaande met communicatie-uitingen, waaronder een PensioenTV-webinar. Hierin worden mogelijkheden tot het opheffen van het tekort door bijsparen (tweede en derde pijler) of andere maatregelen toegelicht.

### Resultaat

Deelnemersrespons is positief. Dit uit zich in directe reacties aan de helpdesk, deelname aan PensioenTV, verhogingen van eigen inleg, en – in zoverre direct herleidbaar – in het deelnemersvertrouwen in het fonds.