

PF

Commissie Toekomst
Pensioenstelsel

R
o
C

Rapport onderzoeksgroep

Communicatie

Juridisch-fiscaal

Uitvoering

Financieel pensioenresultaat

Commissie Nieuw Pensioencontract

Onderzoeksgroep Communicatie

“Pensioen heeft een maatschappelijke context en is relevant voor het Nederlandse publiek”

“Nieuwe contracten leiden niet tot meer geld en niet tot een hoger pensioen”

“Nieuwe contracten lossen het vertrouwensprobleem niet op”

“Sterke reputaties zijn stabiel in tijden van crisis”

“Pensioencontract IV-C biedt de beste kansen om misvattingen te weerleggen”

Samenstelling van de onderzoeksgroep Communicatie

Ellen van Amersfoort (PME)

Peter Borgdorff (voorzitter, PFZW)

Marleen Buijsman (Pensioenfederatie)

Martijn Groenewegen (Shell)

Cees Kemps (SPF beheer)

Sara Leene (PFZW)

Martijn Leppink (TKP)

Ingrid Vleeskens (ING CDC Pensioenfonds en NN CDC Pensioenfonds)

Joyce Vonken (APG)

Wies Wiegmans (Pensioenfonds Horeca en Catering)

Tomas Wijffels (secretaris, Pensioenfederatie)

Meelezer hoofdstuk 1

Lisa Brüggem (Universiteit Maastricht)

30 november 2016

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
1. Hoofdstuk 1: Analyse huidig pensioenstelsel	11
1.1 Aanleiding	11
1.2 Pensioenbewustzijn in Nederland	11
1.3 Misvattingen ten aanzien van pensioen	14
1.4 Houding ten aanzien van huidige pensioenstelsel	16
1.5 De reputatie van, en vertrouwen in de pensioensector	19
1.6 Pensioencommunicatie vanuit de gedragseconomie bekeken	21
2. Hoofdstuk 2: SWOT-analyse huidig pensioenstelsel	25
2.1 Het ideale pensioenstelsel bestaat niet!	25
2.2 Confrontatiematrix	26
2.3 Conclusies en aanbevelingen uit de confrontatiematrix	27
3. Hoofdstuk 3: Kansen en risico's in de communicatie variant I-B	31
3.1 Wat houdt Pensioencontract I-B in?	31
3.2 Wat is het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten?	32
3.3 Welke kansen biedt pensioencontract I-B?	32
3.4 Welke risico's kent I-B voor communicatie?	33
3.5 Biedt pensioencontract I-B mogelijkheden om acceptatie en het vertrouwen van pensioen te vergroten?	36
3.6 Overwegingen en aanbevelingen na analyse van I-B	38
4. Hoofdstuk 4: Kansen en risico's in de communicatie variant IV-CR	39
4.1 Wat houdt variant IV-CR in?	39
4.2 Wat is het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten?	40
4.3 Welke kansen biedt IV-CR?	40
4.4 Welke risico's kent IV-CR voor communicatie?	43
4.5 Biedt variant IV-CR mogelijkheden om acceptatie en het vertrouwen van pensioen te vergroten?	47
4.6 Conclusies analyse IV-CR	49
5. Hoofdstuk 5: Verwijzingen	50
Bijlagen	53
Bijlage 1: Initiatieven gericht op emotie en personal appeal	53
Bijlage 2: SWOT huidig stelsel	53
Bijlage 3: Confrontatiematrix	58
Bijlage 4: Checklist communicatie-uitdagingen	60

Samenvatting

Inleiding

De Nederlandse pensioenwereld staat op een cruciaal punt in de pensioendiscussie. De afgelopen jaren is gebleken dat we niet meer uitgelegd krijgen dat we in Nederland een van de beste pensioenstelsels ter wereld hebben. De vermogens van de fondsen zijn sinds de financiële crisis verdubbeld en dat geld is echt niet op over een paar jaar. Onderdeel van de huidige pensioenafpraak is dat deelnemers recht hebben op een aanspraak in plaats van een eigen pot met geld. En dat die aanspraak moet worden gewaardeerd over een heel lange tijd en dat de waarderingsmaatstaf al lange tijd heel laag is. Daardoor moesten en moeten pensioenfondsen toegekend pensioen verlagen, dat eigenlijk nog niet was gefinancierd. Dit levert niet alleen veel communicatieproblemen op, ook het vertrouwen in pensioenfondsen daalt.

Het pensioenstelsel is technisch te ingewikkeld geworden en de vraag is of we daarmee door moeten gaan. Willen we doorgaan met het toezeggen van aanspraken? Stoppen we daarmee, dan valt het waarderingsvraagstuk grotendeels weg en krijgen pensioenfondsen een grotere beleggingsvrijheid, waarbij het delen van risico's over de generaties heen behouden kan blijven. Als we stoppen met aanspraken en gaan communiceren over geld, sluit dat beter aan bij de belevingswereld van onze deelnemers. Zo zien mensen hoeveel geld er voor hen bij het pensioenfonds staat. Ook dat scenario kent communicatieve nadelen, omdat de fluctuaties in pensioenvermogen wellicht tot onzekerheid leiden.

De Perspectiefnota Toekomst Pensioenstelsel van staatssecretaris Klijnsma noemt twee pensioencontracten als meest kansrijk: de ambitieovereenkomst zonder zekerheidsmaat (SER-variant I-B) en het persoonlijk pensioenvermogen met collectieve risicodeling (SER-variant IV-C). De onderzoeksgroep Communicatie beoordeelt de varianten in eerste instantie op herkenbaarheid van productkenmerken voor een deelnemer. We moeten de nieuwe variant ook op een begrijpelijke manier kunnen uitleggen. Immers het uitleggen van techniek, hoe in het voordeel van deelnemers dan ook, is te ingewikkeld. Ook omdat de meeste Nederlanders niet tot nauwelijks openstaan voor pensioeninformatie.

Maar er is ook een lichtpuntje. Hoewel het vertrouwen in de financiële sector en de pensioensector is afgenomen, zien we ook dat deelnemers en gepensioneerden vaak wel vertrouwen hebben in het eigen pensioenfonds. Draagvlak voor het stelsel en vertrouwen in pensioenfondsen begint bij het duidelijk maken van en het eerlijk zijn over wat deelnemers mogen verwachten van een pensioenfonds en ons daarover te verantwoorden. De herkenbaarheid en het clubgevoel van een pensioenfonds (ik hoor bij deze groep en samen zorgen wij voor het beste product voor elkaar) is cruciaal.

Opdracht

Binnen de Pensioenfederatie heeft de commissie Nieuw Pensioencontract opdracht gekregen om een advies op te stellen over de toekomst van het Nederlandse pensioenstelsel. Het uitgangspunt voor de werkzaamheden van de commissie Nieuw Pensioencontract is de perspectiefnota van staatssecretaris Klijnsma. De verschillende aspecten van bovengenoemde twee contracten (I-B en IV-CR) zijn onderzocht door onderzoeksgroepen die zich bezighouden met fiscaal-juridische zaken, financiële resultaten, communicatie en uitvoeringstechnische aspecten.

De onderzoeksgroep Communicatie heeft de opdracht gekregen om een oordeel te geven over de volgende vragen 1) op welke wijze kan met de deelnemer over de contracten gecommuniceerd worden en 2) in hoeverre dragen de contracten bij aan het herstel van vertrouwen in de pensioensector.

In de perspectiefnota is aangekondigd dat de doorsneesystematiek gaat verdwijnen. Dit geldt voor alle typen contracten: de huidige uitkeringsovereenkomst en ook het nieuwe contract. De effecten van de afschaffing van de doorsneesystematiek zijn daarom niet meegenomen in de beoordeling van de contracten I-B en IV-CR.

De onderzoeksgroep bestaat uit communicatie-experts die werkzaam zijn in de pensioensector. Het oordeel in dit rapport is hun expert-opinie gebaseerd op jarenlange ervaring en wetenschappelijke- en deelnemersonderzoeken.

Resultaten deelnemersonderzoek, inzichten uit gedragswetenschap en ervaringen pensioencommunicatie (zie hoofdstuk 1)

Het wantrouwen van veel deelnemers over het pensioenstelsel hangt in hoge mate samen met een gebrek aan kennis over hoe in Nederland het pensioen geregeld is. Onder deelnemers leven veel misvattingen. Misvattingen zoals dat we een omslagstelsel hebben in plaats van een grote spaarpot. Of de misvatting dat de deelnemer met beleggen het risico loopt om alles te verliezen en dat er over enige jaren niets meer over is. Of de misvatting dat een gemiddelde deelnemer minder/evenveel aan pensioen terugkrijgt als dat er aan premie is ingelegd. Terwijl de werkelijkheid is dat een deelnemer veel meer terugkrijgt dan aan premie is betaald.

Het vertrouwen in de pensioensector en in pensioenfondsen hangt slechts voor een deel af van de prestaties van het individuele pensioenfonds. Een laag vertrouwen wordt ook veroorzaakt door een laag vertrouwen in instituties, politiek en maatschappij in het algemeen. De financiële crisis waar de media al vanaf 2008 over spreekt, politieke ontwikkelingen als de vluchtelingencrisis en veranderingen wereldwijd (globalisering) leiden tot een algemeen gevoel van onzekerheid bij veel deelnemers. Dit uit zich ook in onzekerheid over de toekomst van het eigen pensioen.

De vraag in hoeverre keuzevrijheid binnen pensioen een grotere rol moet spelen is niet eenduidig te beantwoorden. Een deel van de deelnemers geeft aan meer keuzes te willen kunnen maken, een grote groep wil dit juist niet. De groep die keuzes wil maken, geeft vervolgens aan veel moeite te hebben met de beslissing welke keuze vervolgens gemaakt zou moeten worden.

Vanuit de gedragswetenschap leren we:

- ouder worden wordt als negatief ervaren. Pensioen is iets wat bij ouder worden hoort en wordt daardoor onbewust negatief ervaren;
- mensen zijn financieel analfabeet en pensioenonbewust;
- geldillusie: mensen denken in nominale bedragen, niet in reële bedragen;
- mensen kiezen voor weinig risico's;
- het bieden van keuzemogelijkheden leidt tot meer betrokkenheid;
- mensen hebben een voorkeur voor eenvoud.

Ervaring leert ons:

- risico's liggen steeds meer bij deelnemers en gepensioneerden;
- mensen willen 'ontzorgd' worden;
- mensen hebben last van keuzestress;
- mensen maken individueel de verkeerde keuzes;
- mensen beginnen te laat met inleggen;
- mensen nemen te weinig beleggingsrisico in de jongere jaren;
- mensen nemen geen beleggingsrisico meer in de pensioneringsjaren.

In hoofdstuk 1 van het onderzoeksrapport wordt verklaard waar deze ervaringen vandaan komen. De communicatie over pensioen is positief verbeterd. Maar in de toekomstige pensioencommunicatie zal, nog meer dan nu het geval is, rekening gehouden moeten worden met bovenstaande ervaringen.

Resultaten SWOT-analyse huidig stelsel (zie hoofdstuk 2)

De SWOT-analyse geeft inzicht in de kansen die er zijn om de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel zodanig in te richten, dat herstel van vertrouwen in de pensioensector en het eigen pensioenfonds dichterbij komt. Denk hierbij aan reputatiemanagement, herpositionering van pensioen met behulp van branding technieken, inzet van reputatiemanagement, technologische mogelijkheden en customer focus binnen de sector. Maar ook zogeheten 'quick wins' als het inzetten van sterke vertegenwoordigers tijdens de transitie en het ontwikkelen van een corporate story.

Ambitieovereenkomst zonder zekerheidsmaat (zie hoofdstuk 3)

In pensioencontract I-B krijgt de deelnemer jaarlijks een opbouw toegezegd. Aan het eind van het jaar wordt gekeken of het pensioenfonds voldoende geld in kas heeft voor de reeds opgebouwde aanspraken. Bij een dekkingsgraad hoger dan 100% wordt het opgebouwde pensioen in het volgende jaar verhoogd, bij een dekkingsgraad lager dan 100% wordt het opgebouwde pensioen in het volgende jaar verlaagd. Maar de verhogingen of verlagingen worden jaarlijks slechts voor 1/10 deel verwerkt.

Pensioencontract I-B kent twee varianten:

1. Vaste premie en variabele opbouw:

Voor alle deelnemers is de premie procentueel gelijk. Het pensioen dat opgebouwd wordt, is variabel door verschillende factoren zoals leeftijd en de rente. De jaarlijkse opbouw staat dus niet vast.

2. Variabele premie en vaste opbouw:

Voor alle deelnemers is de opbouw afhankelijk van leeftijd. De premie is variabel. De pensioenaanspraak is volledig voorwaardelijk.

Kansen

- In het nieuwe verhaal kan de boodschap van collectiviteit benadrukt worden: we kunnen geen zekerheid bieden, maar het is het best om de onzekerheid samen te dragen.
- We kunnen overzicht geven van de ingelegde premies en het tot een bepaald moment opgebouwde pensioen. Het verschil tussen eigen inleg en het opgebouwde bedrag zal bijdragen aan het vergroten van het vertrouwen, aangezien de verwachting is dat het opgebouwde bedrag hoger is dan de eigen inleg. Dit kan in de huidige uitkeringsovereenkomst overigens ook al.
- De actuele situatie wordt direct verwerkt in het pensioenresultaat, omdat verhogingen en verlagingen meteen voor 1/10 deel doorgevoerd worden in het resultaat. Dat kan bijdragen aan het wegnemen van misvattingen, omdat men de verandering gemakkelijker kan relateren aan de actuele situatie.

Bedreigingen

- De kans bestaat dat de deelnemer I-B als een verslechtering ervaart omdat de onzekerheden van het systeem blootgelegd worden zonder dat eenvoudig duidelijk te maken is welke (positieve) veranderingen I-B met zich meebrengt.
- Het is moeilijk uit te leggen wat de stelselverandering inhoudt, omdat de regeling voor de deelnemer erg lijkt op de huidige uitkeringsregeling. Complexe details zijn nodig om het verschil en dus de verandering duidelijk te maken.
- I-B biedt niet meer keuzes dan het huidige stelsel nu al biedt. Dat betekent dat er in de opbouwfase geen keuzemogelijkheden zijn.

Persoonlijk pensioenvermogen met collectieve risicodeling (zie hoofdstuk 4)

Variant IV-C is een pensioenregeling met de volgende kenmerken:

- de premie staat vast en de uitkomst is variabel;
- elke deelnemer heeft een eigen vermogen dat belegd wordt;
- de risico's worden collectief gedeeld;
- uit het behaalde rendement wordt een collectieve buffer aangelegd, die kan worden aangesproken bij tegenvallende resultaten;
- de hoogte van de uitkering wordt jaarlijks bepaald op het moment van uitkeren, rekening houdend met levensverwachting, toekomstig verwacht rendement en verwachte inflatie, zodat de uitkering naar verwachting in koopkrachtniveau gelijk blijft.

Kansen

Meer transparantie over het persoonlijke vermogen en de bijdrage van het pensioenfonds:

- de deelnemer ziet de ontwikkeling van zijn/haar persoonlijk vermogen;
- de deelnemer ziet wat het pensioenfonds bijdraagt aan het persoonlijke vermogen;
- de deelnemer krijgt helderheid over de eigen geldstroom: premie-inleg, kosten en de beleggingsresultaten van het pensioenfonds;
- in geval van stijgende levensverwachting ziet de deelnemer het persoonlijke vermogen niet dalen.

Deelnemers redeneren vanuit een winstframe en misvattingen kunnen worden weggenomen:

- de deelnemer ziet dat hij meer opbouwt dan dat zijn eigen premie-inleg is;
- de deelnemer ziet dat het pensioenstelsel geen omslagstelsel is en dat slechts een gedeelte van zijn premie voor solidariteitsdoeleinden gebruikt wordt;
- de deelnemer ziet dat hij geen gegarandeerde pensioenuitkering krijgt;
- de deelnemer ziet zijn vermogen groeien en zal daardoor eerder vanuit een winstframe redeneren, in plaats vanuit een verliesframe wat gebeurt bij de huidige uitkeringsregeling: waarbij hij wat de deelnemer krijgt afzet tegen wat hem is 'beloofd'.

Potentieel voor meer interactie met de deelnemers:

- door het bijschrijven van premie en beleggingsopbrengsten per maand of kwartaal kunnen er meer positieve en relevante contactmomenten worden gecreëerd en kan er worden gebouwd aan een verbinding tussen deelnemer en pensioenfonds;
- het toevoegen van extra productkeuzes, zoals het zelf kiezen van een beleggingsprofiel, kan de contactfrequentie verhogen.

Meer kans op het vergroten van pensioenbewustzijn:

- pensioencontract wordt persoonlijker;
- pensioencontract is vergelijkbaar met andere financiële producten en biedt daardoor betere kansen op begrijpelijke communicatie.

Bedreigingen

- Deelnemers zullen grote vermogens zien, maar hebben geen goed beeld bij het vermogen dat nodig is voor een levenslange pensioenuitkering voor zichzelf en hun partner.
- Illusie van pensioenrecht: de verplichting om gedurende de opbouwfase te communiceren over het te verwachten te bereiken pensioen heeft als risico dat de illusie van een pensioentoezegging blijft bestaan.
- Toename behoefte aan keuze:
 - o een groot persoonlijk vermogen kan bij de deelnemer leiden tot een behoefte aan zelfbeschikking;
 - o transparantie over de ontwikkeling van het vermogen en de vergelijking van de performance van pensioenfondsen kan bij de deelnemers leiden tot ontevredenheid over het niet kunnen kiezen van het eigen pensioenfonds.

Advies

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de mate waarin contract IB en IV-C van invloed is op het wegnemen van de vier belangrijkste percepties van de deelnemer.

	I-B	IV-C
Onzekerheid	Toegekende pensioenaanspraken blijven onzeker. Geen verbetering.	Verwachte aanspraken in bandbreedtes. Geen verbetering.
Keuzevrijheid/(gevoelde) invloed deelnemer	Gelijk aan huidig contract. Geen verbetering.	Mogelijkheid tot introductie van keuzes op het gebied van premie-inleg en beleggingsprofiel.
Complexiteit	In beide varianten, met vaste premie of vaste opbouw, neemt de complexiteit toe.	Blijft complex, maar biedt mogelijkheid om een aantal misvattingen weg te nemen.
Imago/identificatie	Sluit even slecht aan bij de belevingswereld als huidig contract.	Is transparanter dan huidig contract en maakt het pensioen persoonlijker. Biedt kansen en meer prikkels dan huidige systeem om het eigen pensioen te volgen.

Pensioencontract IV-C biedt de beste aanknopingspunten om een communicatieve slag te maken die meer aansluit bij de behoeften van deelnemers. De 'pensioenrekening' maakt pensioen persoonlijk en vergroot daardoor de betrokkenheid.

Het neemt ook diverse misverstanden weg, bijvoorbeeld dat de premie-inleg naar ouderen (omslagstelsel) gaat of dat je minder terugkrijgt dan je inlegt ("zit er straks nog wel wat in de pensioenpot voor mij?").

Pensioenvariant IV-C maakt het meest inzichtelijk dat pensioenpremies nu aangroeien tot een eigen vermogen dat later nodig is voor de aankoop van een pensioenuitkering. Daarnaast geeft het meer inzicht in de risico's en hoe het pensioenfonds daarmee omgaat. Bij langer leven zien we dat het belegd premievermogen niet daalt: de verwachte pensioenuitkering wordt wel verlaagd, maar daar staat een langere uitkeringsduur tegenover. En bij een negatief rendement of een lager dan verwacht rendement in de toekomst, blijven de positieve fondsbijdragen uit het verleden zichtbaar.

Tot slot sluit IV-CR beter aan bij de taak die pensioenfonds doen: het beheren van pensioenpremie en gecalculeerd risico nemen in het belang van de deelnemer: er wordt geen pensioen toegekend dat het pensioenfonds nog moet verdienen.

Concreet voorbeeld bij variant IV-C

Het is niet de bedoeling dat dit voorbeeld wordt gelezen als het model voor de wijze van communiceren in IV-CR. Het voorbeeld dient puur ter illustratie van de gedachte dat er een kassabon is te maken van de jaarlijkse pensioenopbouw.

Persoonlijk pensioenvermogen begin opbouwperiode	€ 45.000
- Inleg eigen premies in jaar [X]	€ 325
- Inleg premie werkgevers in jaar [X]	€ 325
- Beleggingsrendement	€ 2.700
- Verzekering beleggingsresultaat	€ -150
- Verzekering arbeidsongeschiktheid	€ -100
- Resultaat levensverwachting	€ 300
- Uitvoeringskosten pensioenbeheer	€ -75
Persoonlijk pensioenvermogen einde jaar [X]	€ 48.325

We moeten meer doen dan contract aanpassen (zie hoofdstuk 2)

Alleen een nieuw contract met nieuwe terminologie en communicatie-elementen volstaat niet. Voor het verhogen van het vertrouwen van deelnemers in het pensioenstelsel dient meer te gebeuren.

Pensioenfondsen moeten ook nieuwe boodschappen gaan brengen, die beter aansluiten bij wat pensioenfondsen daadwerkelijk waarmaken voor deelnemers en gepensioneerden.

- I. Zet technologische mogelijkheden in om innovatie van producten en diensten in pensioensector op elkaar in te laten werken en de kwaliteitsbeleving bij deelnemers te verbeteren.*
- II. Zet sterke vertegenwoordigers (geloofwaardig/'likeable' /experts) in om pensioen tijdens transitie naar nieuwe stelsel te vertegenwoordigen.*
- III. Benadruk de relevantie voor de Nederlandse maatschappij en de individuele deelnemers.*
- IV. Ontwikkel een corporate story voor de sector. Help/stimuleer pensioenfondsen hun eigen corporate story te ontwikkelen.*
- V. Onderzoek mogelijkheden om de (beleving) van keuzes bij pensioen meer inhoud te geven, met inachtneming van bevindingen uit neuromarketing.*
- VI. Zet branding technieken in om pensioen te herpositioneren. Ondersteun/stimuleer pensioenfondsen om meer vanuit brandmanagement te gaan denken en handelen.*

Voorbeelden van sterke punten van pensioenfondsen om uit te dragen:

- uw premie wordt goed beheerd door uw pensioenfonds;
- uw pensioenfonds heeft geen winstoogmerk;
- uw pensioenfonds kent geen perverse prikkels;
- uw pensioenfonds realiseert rendement door te beleggen, zodat u een zo goed mogelijk pensioen krijgt;
- u krijgt zeker pensioen, uw pensioenfonds weet alleen nog niet hoeveel precies;
- u krijgt gemiddeld meer dan 3 keer uw inleg terug;
- de risico's worden door uw pensioenfonds evenwichtig gedeeld, zodat er geen pech- of geluksgeneraties zijn;
- uw pensioenfonds staat onder meer toezicht dan bijvoorbeeld banken of verzekeraars, zowel intern als extern;
- de (beleggings)kosten van uw pensioenfonds zijn lager dan bij individueel beleggen;
- pensioenfondsen zijn transparanter over kosten dan banken of verzekeraars.

Leeswijzer

In het eerste hoofdstuk wordt het huidige pensioenstelsel geanalyseerd vanuit het perspectief van de deelnemer: hoe beleven zij het pensioenstelsel en hoe kijken ze er tegenaan? In hoofdstuk 2 wordt het huidige pensioenstelsel bekeken vanuit het perspectief vanuit de sector zelf door een SWOT-analyse uit te voeren. In hoofdstukken 3 en 4 worden vervolgens respectievelijk contracten I-B en IV-CR geanalyseerd.

In de bijlagen zijn de uitgebreide SWOT-analyse en confrontatiematrix toegevoegd, evenals een overzichtelijke tabel waarin de nieuwe contracten afgezet worden tegen de pijnpunten zoals in hoofdstuk 1 benoemd.

1. Hoofdstuk 1: Analyse huidig pensioenstelsel

1.1 Aanleiding

De pensioensector staat voor een grote verandering. Er wordt gepraat over een nieuw pensioenstelsel dat er zeer waarschijnlijk ook gaat komen. Het is belangrijk om (de gevolgen van) deze verandering ook vanuit communicatief oogpunt te bekijken. Communicatie is belangrijk om het draagvlak voor het collectieve stelsel te behouden/te verbreden. Tegelijkertijd is communicatie een middel om de effecten van het nieuwe pensioenstelsel op het pensioen van de individuele deelnemers duidelijk te maken.

In dit hoofdstuk wordt pensioencommunicatie bekeken vanuit deelnemersperspectief. Daarbij worden verschillende invalshoeken gebruikt. Zo wordt er stilgestaan bij de kennis van deelnemers over en hun houding ten opzichte van het huidige pensioenstelsel. De reputatie van en het vertrouwen in het stelsel wordt onder de loep genomen. Tot slot wordt de huidige manier van communiceren over het huidige pensioenstelsel en hoe deelnemers hierop reageren vanuit de gedragswetenschappelijke theorie bekeken.

DNB concludeert in zijn rapport 'Staat van Toezicht' (2016) dat hervormingen nodig zijn om het pensioenstelsel houdbaar te maken voor de toekomst. 'Uitdagingen hierbij zijn de verwachtingskloof bij deelnemers, ondoorzichtige en moeilijk te rechtvaardigen herverdeling, de one-size-fits-all benadering van een heterogeen deelnemersveld, conjuncturele gevoeligheden binnen het stelsel en de dynamiek van de arbeidsmarkt' (p.29). Deze hervormingen vragen niet alleen op juridisch en actuariael gebied grote veranderingen, maar ook voor pensioencommunicatie heeft een nieuwe regeling grote implicaties die kansen bieden om misvattingen die nu rond het pensioenstelsel bestaan recht te zetten. In dit hoofdstuk worden de communicatie-uitdagingen van het huidige stelsel op een rijtje gezet. Vervolgens kunnen de nieuwecontracten (I-B en 4C, zoals voorgesteld door de SER) langs deze uitdagingen gelegd worden.

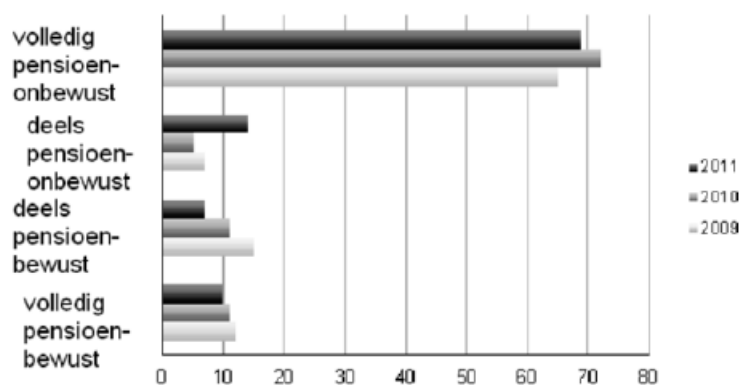
1.2 Pensioenbewustzijn in Nederland

De grootste communicatie-uitdaging met betrekking tot pensioen is om überhaupt de aandacht van de deelnemers op zijn pensioen te vestigen; oftewel om het pensioenbewustzijn in Nederland te verhogen. 'Pensioenbewustzijn' is een maatstaf die een aantal jaren geleden is ontwikkeld door wijzeringeldzaken en CentiQ. De bouwstenen van deze maatstaf zijn 1) kennis over de hoogte van het pensioeninkomen, 2) een realistische inschatting kunnen maken van de mate waarin het pensioen voldoende is om de levensstandaard te kunnen continueren na pensionering, 3) het kennen van de mogelijkheden om meer pensioen op te bouwen.

Pensioenbewustzijn zorgt ervoor dat deelnemers niet voor verrassingen rondom hun pensioen komen te staan en goed zijn voorbereid op hun financiële situatie na pensionering. Op basis van deze maatstaf kunnen consumenten worden ingedeeld in vier groepen:

1. volledig pensioenonbewust: degenen die geen realistische inschatting kunnen maken hoe hoog hun pensioeninkomen is;
2. deels pensioenonbewust: degenen die wel de hoogte van hun pensioen kunnen inschatten maar niet of dat toereikend is;
3. deels pensioenbewust: degenen die de hoogte en toereikendheid kunnen inschatten maar niet de mogelijkheden kennen het pensioeninkomen te verhogen;
4. volledig pensioenbewust: degenen die de hoogte en toereikendheid kunnen inschatten en de mogelijkheden kennen hun pensioeninkomen te verhogen.

Figuur 1. Ontwikkeling pensioenbewustzijn in Nederland 2009–2011



Bron: auteurs gebaseerd op Wijzer in geldzaken (2012)

Figuur 1: Ontwikkeling pensioenbewustzijn in Nederland 2009–2011 in 'Pensioenbewustzijn' door Prast en van Soest (2014)

Uit een onderzoek van TNS Nipo in 2012 blijkt dat het merendeel van de actieve deelnemers (71%) niet openstaat voor pensioeninformatie. Met openstaan voor pensioeninformatie wordt bedoeld of deelnemers pensioeninformatie lezen/bekijken, of ze zich in hun pensioensituatie verdiepen en of ze het interessant vinden om met pensioen bezig te zijn.

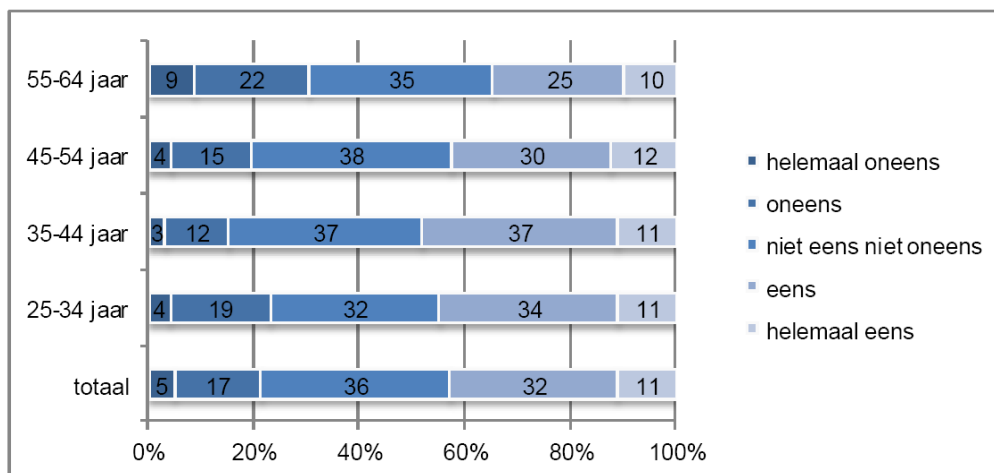
Nibud heeft in 2015 onderzoek gedaan naar Nederlanders en hun pensioen (Schors en Warnaar, 2015). Zij concluderen dat meer dan de helft van de Nederlanders niet weet of hij na pensionering genoeg inkomen heeft om alle uitgaven te kunnen betalen. Uit onderzoek van PFZW in 2014 bleek bijvoorbeeld dat de inschatting die mensen maken over het verwachte pensioeninkomen alsmaar lager wordt en dat de onzekerheid over deze inschatting toeneemt. De inschatting die men maakt is steeds meer gebaseerd op een speculatie dan op een berekening.

De groep die eigenlijk geen idee heeft over het te verwachten pensioeninkomen is in de loop der jaren gestegen. Vooral pensioenonbewustten verwachtten destijds substantieel minder pensioeninkomen te ontvangen.

Dat Nederlanders niet bezig zijn met hun pensioen komt o.a. door weinig kennis van pensioen en financiële producten in het algemeen. Veel Nederlanders weten niet hoe hun pensioen eruit ziet, ze hebben geen financiële buffer en denken niet vooruit bij het nemen van beslissingen (Wijzeringeldzaken.nl (2016)).

Geen inzicht in werking van het pensioenstelsel

In 2011 concludeert Motivaction in een onderzoek in opdracht van de Pensioenfederatie het volgende: 'Een aanzienlijke groep respondenten vindt het moeilijk om de opbouw van hun pensioen te doorgronden. Pensioen wordt als ingewikkeld en onoverzichtelijk gepercipieerd' (p.11). In een onderzoek van Nibud (2015) vindt 40% pensioen moeilijk te begrijpen.



Figuur 2: Reactie van deelnemers op de stelling 'Ik vind pensioen moeilijk te begrijpen' (n=1.115) in 'De Nederlanders en hun pensioen' door van der Schors en Warneer (2015)

'Bijna niemand is met pensioen bezig'

Dat er zo weinig mensen in Nederland met hun pensioen bezig zijn is op zichzelf een belemmerende factor voor pensioenbewustzijn stelt AFM in haar rapport (2015). AFM stelt: 'We nemen aan dat de wijze van handelen van anderen de juiste is en nemen dat over. In hun omgeving ontbreekt bewustzijn, hierdoor zien deze consumenten geen andere actieve consumenten. Onze hypothese is dat consumenten hierdoor geen noodzaak voelen om in actie te komen.' (AFM, 2015. P26). Dat er weinig deelnemers met hun pensioen bezig zijn, en dat de interesse voor pensioen laag is, wordt door de media, maar ook door de sector zelf vaak benadrukt.



Figuur 3. Voorbeelden van media- & sectorberichten waarin laag pensioenbewustzijn wordt benadrukt

1.3 Misvattingen ten aanzien van pensioen

Misvattingen over het stelsel

Bijna 80% van de respondenten (pensioenopbouwende deelnemers) van een recent onderzoek, uitgevoerd in opdracht van de Pensioenfederatie (Motivaction, 2016) gelooft dat van de eigen pensioenpremie het pensioen wordt betaald van de huidige gepensioneerden. Deelnemers die geloven dat het pensioenstelsel een omslagstelsel is, hebben minder vertrouwen in het stelsel. Deze gedachte zorgt ervoor dat deelnemers denken dat het pensioen van jongeren op het spel staat door de vergrijzing (71%). Dit leidt tot gevoelens van angst en minder vertrouwen in het pensioenstelsel en in het eigen pensioenfonds.

Het percentage dat gelooft dat het pensioenstelsel een omslagstelsel is, is zelfs hoger dan het percentage in een gelijksoortig onderzoek dat in 2011 in opdracht van de Pensioenfederatie is uitgevoerd (Motivaction 2011). Daar dacht 55% van de deelnemers dat zij premie betaalden voor het pensioen van de gepensioneerden. Dit zou deels te maken kunnen hebben met de verhoogde aandacht voor de doorsneepremie, die de indruk dat het pensioenstelsel een omslagstelsel is zou kunnen versterken.

Misvattingen over de rol van beleggen bij pensioenfondsen

Een grote groep (41%) van de deelnemers verwacht dat het pensioenfonds meer pensioengeld opbouwt wanneer zij het pensioengeld op een spaarrekening zet dan wanneer zij met het pensioengeld belegt. 64% is het eens met de stelling dat doordat het fonds belegt met de premie van deelnemers het risico bestaat dat zij helemaal geen pensioen krijgen. 42% gelooft dat er nu geen probleem met de pensioenen was geweest als fondsen nooit hadden belegd.

Veel deelnemers snappen de bijdrage van beleggingen niet aan het pensioen, en zien beleggingen als risicovol waardoor de kans op een laag, of geen pensioen volgens deze deelnemers groot is (Motivaction 2016).

De onduidelijke bijdrage van beleggingen aan pensioen, en het overschatten van de risico's die bij beleggingen horen was ook in 2011 al reden voor misvattingen met betrekking tot het pensioenstelsel. Zo was toen 51% het eens met de stelling dat pensioenfondsen beter het geld zouden kunnen sparen dan beleggen (Motivaction 2016).

Misvattingen over de hoogte van pensioen

Door continue communicatie van pensioenfondsen zelf, en van de media over mogelijke kortingen, lage dekkingsgraden en het feit dat er niet wordt geïndexeerd leeft er bij veel deelnemers het gevoel dat zij steeds minder krijgen, of dat er zelfs niets meer over blijft wanneer zij met pensioen gaan. 22% van de mensen die een matig tot laag vertrouwen in het pensioenstelsel hebben geven spontaan deze reden wanneer hen wordt gevraagd het matige/lage vertrouwen toe te lichten (Motivaction, 2016).

Daartegenover staat in 2016 nog een redelijke groep (26%) die juist gelooft dat je, als je pensioen opbouwt, sowieso 70% van je laatst verdiende salaris krijgt. In 2011 was dit 30%. AFM-onderzoek (2016) laat echter zien dat 45% denkt 70% of meer te krijgen als pensioen, 23% denkt minder dan 70% en 32% weet het niet.

47% van de deelnemers aan het onderzoek heeft geen idee hoeveel zij terugkrijgen aan pensioeninkomen ten opzichte van hoeveel zij inleggen. Van de mensen die wel een idee hebben heeft de overgrote meerderheid het idee dat zij minder dan 3 keer hun inleg terugkrijgen, waarvan de grootste groep zelfs denkt dat zij minder terugkrijgen dan ze zelf hebben ingelegd (Motivaction 2016).

In 2011 dacht 72% van de deelnemers dat zij minder euro's aan pensioen kregen dan dat zij aan premie hadden betaald. Zij dachten dat maximaal 70% van het ingelegde geld in hun pensioenspaarpot komt. (In deze vragenlijst was het niet mogelijk om de optie 'weet niet' te kiezen). Ook dacht 60% dat veel geld naar de salarissen en bonussen van de directie ging (Motivaction 2011).

De misvattingen met betrekking tot het pensioenstelsel zijn hardnekkig en deze misvattingen leven bij een groot gedeelte van de Nederlandse pensioenopbouwende deelnemers. Het is de sector nog niet gelukt om deze misvattingen weg te nemen.

1.4 Houding ten aanzien van huidige pensioenstelsel

Onzekerheid ten aanzien van pensioen

Bovengenoemde misvattingen zorgen er voor dat deelnemers onzekerheid ten aanzien van hun pensioen ervaren. Ze weten niet of er straks voldoende pensioen is en maken zich vaker zorgen over hun pensioen.

Laag vertrouwen in financiële sector en politiek/maatschappij in het algemeen

70% van de respondenten van het onderzoek in opdracht van de Pensioenfederatie (Motivaction 2016) vindt dat we in onzekere tijden leven. Het vluchtelingenprobleem is daar onderdeel van. 60% denkt dat dit er voor zorgt dat we een onzekere tijd tegemoet gaan. 59% van de respondenten heeft er geen vertrouwen in dat de politiek de problemen gaat oplossen. 69% vindt dat de financiële sector alleen op zijn eigen belang let, en verantwoordelijk is voor het ontstaan van de crisis.

14% van de deelnemers die een matig tot laag vertrouwen in het pensioenstelsel hebben geeft spontaan de onzekere toekomst als toelichting op hun matige of lage vertrouwen.

In 2011 concludeerde Motivaction in opdracht van de Pensioenfederatie al het volgende: 'Uit de resultaten blijkt dat bijna tweederde van werkend Nederland zich in meer of mindere mate zorgen maakt over zijn pensioen. De meeste zorgen gaan over de onzekerheid over de hoogte van het pensioen. Het is voor respondenten onduidelijk hoeveel zij na hun pensionering kunnen besteden en of dit genoeg is om hun huidige levensstijl voort te kunnen zetten. Hierbij maken jongeren zich aanzienlijk minder zorgen dan ouderen.' (Motivaction 2011, p. 11).

Laag vertrouwen in pensioenfondsen/het pensioenstelsel

Onderstaande figuur uit het rapport van DNB (Staat van Toezicht, 2016) laat zien dat vertrouwen in de financiële sector flink is gedaald vanaf de crisis. Deelnemers moesten aangeven in welke mate zij erop vertrouwen dat de financiële instellingen de aan hen toevertrouwde gelden te allen tijde zouden kunnen terugbetalen. Alhoewel er in de laatste jaren weer een kleine toename is, is het vertrouwen in de financiële sector nog steeds lager dan voor de crisis, en ook in het algemeen laag te noemen.

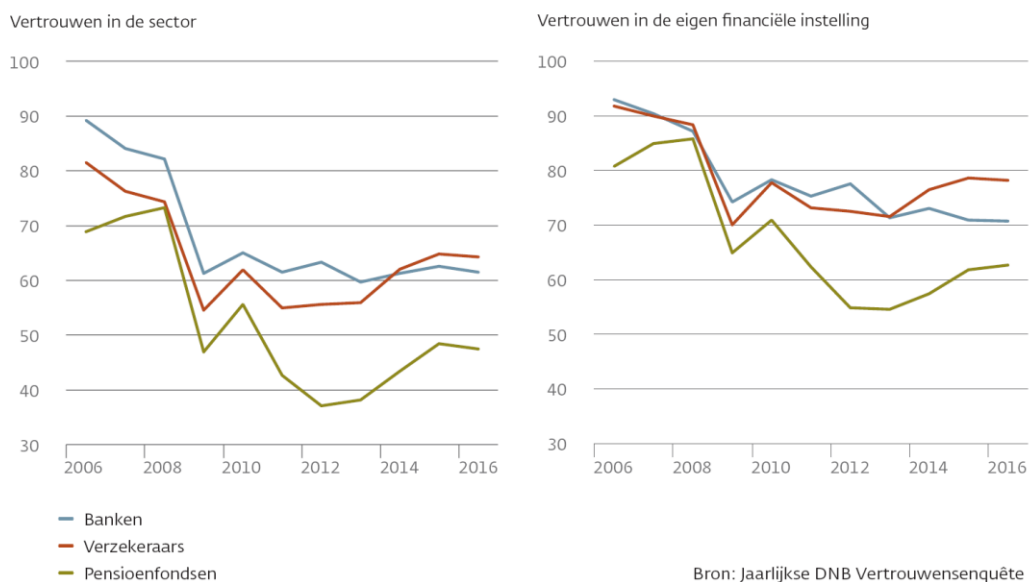
Minder dan 50% heeft vertrouwen in de pensioenfondsen. In banken en verzekeraars hebben meer mensen vertrouwen, maar minder dan 70% van de Nederlanders heeft vertrouwen, waar het voor 2008 tussen de 80 en 90% was. Deelnemers hebben wel meer vertrouwen in de eigen financiële instelling: voor pensioenfondsen ligt dit rond de 60% in 2015, voor banken en verzekeraars tussen de 70% en 80%.

Dit is voor een deel uit gedragseconomische theorieën te verklaren; wat ‘van men zelf is’ schat men van hogere waarde (endowment effect).

Het lage vertrouwen is natuurlijk voor een groot deel te wijten aan de lage dekkinggraden en de

mogelijkheid dat er gekort moet worden op de pensioenuitkeringen. Verwachting is dat als er geïndexeerd zou worden, er dan geen problemen waren met het vertrouwen. Het is overigens belangrijk om in de communicatie onderscheid te maken tussen de rol van de overheid in bepaalde beslissingen en de rol van het pensioenfonds. Deelnemers zijn vaker ten onrechte ontevreden met het pensioenfonds terwijl beslissingen door hoger hand (de overheid) zijn genomen.

Grafiek 1 In 2015 is nog te weinig vooruitgang geboekt met herstel van maatschappelijk vertrouwen



Figuur 4. Vertrouwen in banken, verzekeraars en pensioenfondsen in de ‘Staat van het Toezicht’ door DNB (2016)

In het volgende hoofdstuk wordt er dieper ingegaan op het vertrouwen en de reputatie van de pensioensector.

Gevoel van geen invloed/keuze: ‘gedwongen winkelnering’

Keuzevrijheid is een belangrijk topic in de pensioenwereld. Verschillende onderzoeken tonen aan dat deelnemers keuzevrijheid wensen t.a.v. verschillende pensioenaspecten; zoals het fonds waarbij men is aangesloten, de manier waarop het pensioengeld wordt belegd, de mate van garantie die men heeft m.b.t. het pensioen etc. Veel onderzoeken vragen direct aan de deelnemers of zij meer keuzevrijheid wensen; het resultaat is dan vaak dat de meerderheid dit inderdaad wenst.

Als men echter meer geavanceerde onderzoeksmethoden inzet (bijvoorbeeld conjunctmetingen of neuromarketingonderzoek) en de vraag of men keuze wil op een andere manier 'framed' (hoe belangrijk vindt u het dat uw pensioen automatisch geregeld wordt? (van Dalen en Henkens, 2016)) dan lijkt de wens voor keuzevrijheid mee te vallen. Echter het feit dat men weinig keuze heeft in pensioen is wel iets wat voor een redelijke groep deelnemers als een 'pijnpunt' kan worden benoemd.

Vanuit de gedragswetenschap blijkt ook dat deelnemers behoefte hebben aan autonomie en controle: men wil zelf de touwtjes in handen hebben. Het bieden van een keuze leidt tot een groter gevoel van controle, autonomie en intrinsieke motivatie (Taylor 1989, Deci 1981). We mogen echter niet meteen verwachten dat dit betekent dat deelnemers ook daadwerkelijk pensioenkeuzes (willen) maken. Maar, wanneer deelnemers zelf ergens een keuze voor hebben gemaakt, dan waarderen ze het product of de dienst waar ze zelf voor hebben gekozen ook beter (neuromarketingonderzoek APG). Tegelijkertijd is het belangrijk hierbij ook voor ogen te houden dat veel keuzemogelijkheden en keuzeopties niet altijd beter is; deelnemers kunnen 'anticipation of regret' ervaren; als het aantal alternatieven waaruit men kan kiezen toeneemt, wordt de anticipation of regret groter. Als deelnemers uit veel alternatieven moeten kiezen zijn ze bang dat ze niet de beste optie kiezen, maar het goed vergelijken van alle opties is moeilijk ofwel onmogelijk (Schwartz, 2004). Veel nieuwe regelingen door verzekeraars kennen vaak wel deels keuzevrijheid maar in de praktijk wordt er weinig gebruik van gemaakt. Ook van de pensioenkeuzes in het huidige stelsel (hoog-laag constructie of uitruil NP en OP) is het gebruik vaak nog laag.

Pensioen voor mij? One size doesn't fit all anymore

Gerelateerd aan de beperkte keuzevrijheid is het feit dat pensioen voor grote groepen deelnemers hetzelfde is geregeld, en ook op dezelfde manier wordt gecommuniceerd over pensioen naar deze groepen deelnemers. De steeds heterogenere populatie vraagt echter om meer maatwerk of keuzevrijheid.

In 2015 heeft APG in samenwerking met Motivaction pensioenpersona's ontwikkeld. PFZW heeft in 2013 fondsspecifieke persona's ontwikkeld. Persona's zijn typering van deelnemers die verschillende behoeften hebben ten aanzien van pensioen en pensioencommunicatie. Waar de ene persona formeel benaderd wil worden, gedetailleerde uitleg wil ontvangen, keuzes wil hebben en zelf goed zijn pensioen plant, wil de andere persona dat zoveel mogelijk voor hem/haar geregeld wordt, persoonlijk benaderd worden en alleen weten wat hij echt moet weten. De dienstverlening, maar ook pensioenproducten kunnen daarom niet meer voor iedereen hetzelfde zijn. Daarnaast zorgt de verplichte aansluiting bij een pensioenfonds ervoor dat:

1. deelnemers niet hun eigen pensioenfonds & pensioenproduct kunnen kiezen dat bij hun waarden en wensen past;

2. het voor pensioenfondsen lastig is om een sterke positionering/waardeoriëntatie te kiezen. Bijvoorbeeld; een fonds kan kiezen om vooral een kostenbewust en goedkoop fonds te zijn, maar wellicht zijn er in zijn deelnemerspopulatie wel veel mensen die minder om de kosten geven maar vooral een hele goede service wensen.

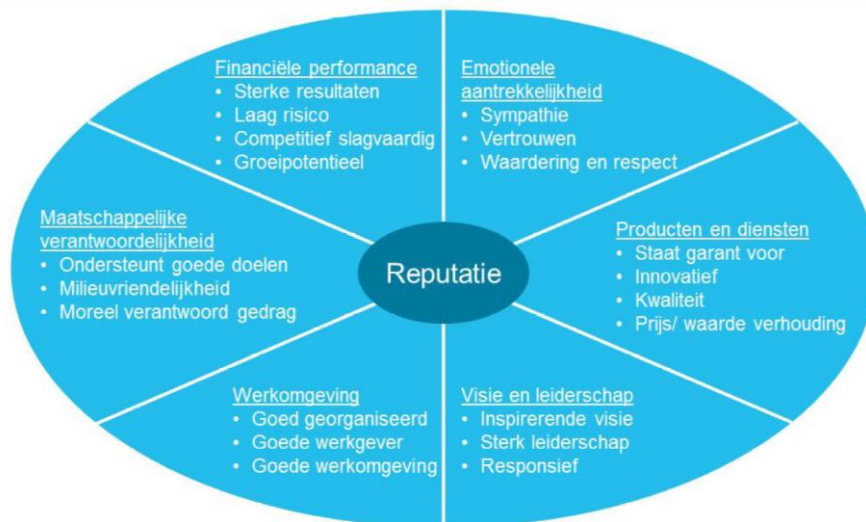
Het zou mogelijk zijn om gepersonaliseerde waardeproposities te ontwikkelen voor verschillende deelnemers, onder bijvoorbeeld verschillende merken, maar dit wordt nu (nog) niet gedaan. Het is in de pensioensector (nog) niet gebruikelijk om databasemarketing in te zetten om homogene doelgroepsegmenten binnen de totale populatie te bereiken (Eberhardt, Hoet, Bruggen, Post, 2016).

1.5 De reputatie van, en vertrouwen in de pensioensector

Reputatie is de mate waarin een bedrijf zijn belofte aan de stakeholders waarmaakt. Het is de optelsom van wat stakeholders denken en voelen over het bedrijf gebaseerd op ervaringen en andere informatie van het product of de dienst uit het verleden en toekomstige verwachtingen. Reputatie is van vele zaken afhankelijk. Zo ontwikkel je volgens Fombrun en Van Riel (2004) sterkere en betere reputaties als bedrijven een consistente lijn aanhouden in hun corporate branding. Een bekend meetinstrument om de reputatie te meten is de Reputatie Quotiënt (Fombrun, Gardberg & Sever, 2000). Dit meetinstrument bestaat uit zes reputatiedrivers:

1. emotionele aantrekkingskracht;
2. producten en diensten;
3. visie en leiderschap;
4. werkomgeving;
5. maatschappelijke verantwoordelijkheid;
6. financiële performance

De verschillende onderdelen binnen de RQ worden reputatiedrivers genoemd en maken deel uit van de reputatie van een organisatie (Fombrun & Van Riel, 2004). Het model is wereldwijd geanalyseerd (Chun, 2005; Schwaiger, 2004), empirisch getoetst (Groenland, 2002) en blijkt een valide meetinstrument te zijn om reputatie te meten (Gardberg & Fombrun, 2002).



Figuur 5: Reputatie Quotiënt van Fombrun, Gardberg & Sever (2000)

Op dit moment is er sectorbreed nog geen onderzoek gedaan naar reputatie. De volgende beschrijving is dan ook niet wetenschappelijk getoetst maar een expertinschatting van de oorzaken voor het geringe vertrouwen.

Financiële performance

Achterblijvende financiële performance – jarenlang niet indexeren en in sommige gevallen zelfs verlagen. Door de lage dekkingsgraden kunnen fondsen het verlies niet meer opvangen uit de buffers. Perceptie is dat het risico nu al ligt bij de markt (deelnemer/werkgever). De lange historie van ons Nederlandse pensioenstelsel gaf het gevoel van vertrouwen dat men 'recht' had op een goed pensioen. Nu de financiële performance achterblijft leidt dit tot verlies aan vertrouwen en algemene frustratie.

Emotionele aantrekkelijkheid

Emotionele aantrekkelijkheid is gering. Bestuurders zijn onzichtbaar of vaak heren op leeftijd. De gewone man of vrouw herkent zich hier bijna niet in. Emotionele aantrekkelijkheid is ook gerelateerd aan de corporate branding van pensioen, dat bestaat uit design, functionaliteiten van het product 'pensioen' en het gedrag van de 'leverancier' (pensioenfondsen).

Producten & diensten geven weinig blijk van marktsensitiviteit. Al eerder werd aangegeven 'one size fits all'. Producten/regelingen worden ontwikkeld door sociale partners. De klantbehoeften spelen hierbij ogenschijnlijk slechts een geringe rol. De geringe afname van het ZZP-product en het 100K product illustreren dit. Klantbediening is over het algemeen up to date maar de consument verwacht tegenwoordig meer. De sector is daarbij zeker geen voorloper. Digitalisering is nog niet breed uitgerold.

Door het ontbreken van een concurrentieprikkel is de pensioensector geen plek waar je innovaties ziet op het gebied van het optimaliseren van customer experience en ontwikkeling van maatwerkproducten voor homogene marktsegmenten. Segmenteren, targeten en positioneren op behoeften van klant met behulp van producten en diensten is niet breed ingeburgerd.

Visie en leiderschap

Visie en leiderschap ontbreken in de optiek van de burger. De sector is al meerdere jaren bezig het stelsel te hervormen. Behalve een paar gezichten is zowel de sector als haar ideeën voor de man op de straat onzichtbaar. Wetenschappers bediscussiëren elkaar via de media. Evenals pensioenwoordvoerders in de politiek. Ondanks verwoede pogingen, mede vanuit de Pensioenfederatie, is het tot op heden niet gelukt een sterk, krachtig en eenduidig geluid te laten horen.

De werkomgeving

De werkomgeving is goed en daarmee geen direct punt van aandacht. Het risico is wel dat de werkomgeving in de pensioensector te goed is ten opzichte van andere sectoren. Tevreden medewerkers die loyaal zijn ten opzichte van werkgever, treden als ambassadeur op voor huidige en toekomstige pensioenstelsel.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Op het gebied van maatschappelijke verantwoordelijkheid ontstaat een beweging. De perceptie op het moreel verantwoorde gedrag is een punt van aandacht. De recente uitzendingen van Zwarte Zwanen rond beleggen in rentederivaten laten dat weer zien.

De opdracht van de onderzoeksgroep Communicatie is te kijken naar de SER-varianten. Vanuit dat perspectief zijn vooral de pijnpunten op het gebied van financiële stabiliteit en product- en dienstontwikkeling relevant.

1.6 Pensioencommunicatie vanuit de gedragseconomie bekeken

Pensioen wordt onbewust als negatief ervaren

Neuromarketingonderzoek (Vonken en Iking, 2014) toont aan dat deelnemers negatieve emoties ervaren wanneer zij met pensioen worden geconfronteerd. Termen die vaak in de pensioencommunicatie worden gebruikt (nettopensioen, brutopensioen, dekkingsgraad, beleggingen, solidariteit en collectiviteit) worden allen intuïtief en onbewust negatief gewaardeerd. Ook kunnen mensen pensioen sneller relateren aan doodgaan, ziek zijn en armoede dan aan positieve dingen (Lamme, 2015). Dat deelnemers pensioen emotioneel en onbewust zo negatief ervaren betekent dat mensen liever niet aan hun pensioen denken en niet in actie komen m.b.t. hun pensioen. Pensioencommunicatie wordt daarom vaak niet gelezen.

De pensioensector & de media communiceren vaak zelf ook negatieve eigenschappen van pensioen; zo wordt er vaker genoemd dat ‘slechts 30% met zijn pensioen bezig is’, dat pensioen nog ver weg is, of dat pensioen complexe materie is.

Pensioen is niet voldoende zichtbaar

Pensioen is voor veel deelnemers abstract en ver weg. Dat men maandelijks pensioenpremie betaalt, en dat de werkgever zelf daar ook nog een groot deel aan bijdraagt is iets waar de deelnemers maar weinig mee worden ‘geconfronteerd’. Het geld dat men maandelijks inlegt is alleen zichtbaar op de loonstrook. Het geld dat aan pensioenpremie wordt betaald voelt niet alsof het van de deelnemer zelf is; hij of zij heeft het nooit ‘in eigen handen’ gehad; het is digitaal geld. In de gedragseconomie is een bekend fenomeen: het ‘endowment effect’. Een product of dienst stijgt in (gepercipieerde) waarde op basis van eigenaarschap van het product. Kahneman heeft in verschillende experimenten laten zien dat de waarde van een object stijgt wanneer men het object in eigendom krijgt (Ariely 2012). Dat het ingelegde pensioengeld waarschijnlijk niet als eigendom van de deelnemer voelt, kan er toe leiden dat deelnemers dit geld minder op waarde schatten. Dat men maandelijks geld inlegt maar vaak geen idee heeft hoeveel men er voor terugkrijgt kan erop wijzen dat men dit geld inderdaad niet als zijn of haar eigendom beschouwt.

De SER concludeert in zijn rapport over de toekomst van het pensioenstelsel: ‘Het verband tussen de mate van inleg, kosten, beleggingsopbrengsten en het uiteindelijke pensioenresultaat is niet helder gedefinieerd’ (SER-advies, 2015, p. 40).

Dat pensioen nu niet zichtbaar is zorgt er ook voor dat pensioen iets lijkt dat pas veel later een rol speelt. Mensen kunnen zich moeilijk een voorstelling van de toekomst maken. De ‘toekomstige ik’ lijkt voor de consument een vreemde. Consumenten hebben geen emotionele connectie met hun ‘toekomstige ik’, waardoor ze zich ook weinig zorgen maken om hun ‘toekomstige ik’, en zijn of haar wensen. Consumenten kunnen zich slechts een abstract beeld van hun ‘toekomstige ik’ en hun wensen in de toekomst vormen (Ersner – Hershfield et al., 2009). Dit betekent dat het dan ook lastig is om iets voor deze ‘toekomstige ik’ te doen, bijvoorbeeld sparen of stoppen met roken (Voncken en Iking, 2015).

Liever nu dan later

Gerelateerd aan bovenstaande is dat consumenten zogenaamde ‘hyperbolic discounting’ toepassen. Men heeft ‘een onevenredig grote tijdsvoorkeur voor vandaag ten opzichte van morgen, die leidt tot tijdsinconsistente beslissingen’. Een beloning of iets waardevols nu wordt als waardevoller ervaren dan een beloning of iets waardevols in de toekomst, ook al is absoluut gezien de waarde van de beloning in de toekomst groter. Dat men nu moeite moet doen om zich in zijn pensioen te verdiepen, of nu geld moet sparen (kosten moet maken) om straks profijt te hebben leidt tot uitstelgedrag.

De moeite nu weegt veel zwaarder dan de waarde in de toekomst. Uitstelgedrag wordt versterkt wanneer keuzes moeilijk zijn (Prast en van Soest, 2014).

Geldillusie

Een specifiek fenomeen in de gedragseconomie dat directe implicaties heeft voor pensioencommunicatie zoals het UPO, is geldillusie. Geldillusie is de neiging te denken in nominale in plaats van reële termen (Prast en van Soest, 2014). Bodie en Prast (2011) wijzen erop dat dit verklaart waarom er veel minder bezwaar is tegen niet-indexeren van pensioenen dan tegen nominale kortingen. Deelnemers nemen inflatie niet mee wanneer zij naar hun toekomstige pensioen kijken. Dat pensioen geld in de toekomst is maakt het moeilijk om deelnemers een realistische inschatting te geven van de daadwerkelijke waarde van hun pensioen.

Het referentiekader

Bij defined benefit-stelsels krijgen deelnemers een verwachte uitkering per maand. Dit is het referentiepunt van waaruit deelnemers redeneren. Deelnemers verwachten van oudsher dat zij geïndexeerde, welvaarts vaste pensioenen ontvangen; dit is het referentiekader zoals het jaren was. Ook de dekkingsgraad biedt een zeker referentiepunt; waarbij de dekkingsgraad 100% moet zijn, en eigenlijk nog veel meer.

Continue communicatie over:

1. geen indexatie;
2. dreigende kortingen;
3. lage dekkingsgraden onder het vereiste niveau

laten allen zien dat het pensioenstelsel op dit moment afwijkt van het referentiekader, in negatieve zin. Voor deelnemers voelt het alsof zij iets verliezen/alsof er iets van hun wordt afgenomen. Verliesaversie is een bekend fenomeen in de gedragseconomische literatuur. Verliesaversie houdt in dat mensen gevoeliger zijn voor verliezen dan voor winsten. Een verlies van een bepaalde waarde zorgt voor relatief gezien meer verdriet, dan dat een winst van dezelfde waarde voor blijdschap zorgt. Verliezen willen consumenten vermijden, en de continue boodschappen in de media en door pensioenfondsen over de afwijkingen van deze referentiekaders zorgen waarschijnlijk voor minder vertrouwen en lager pensioenbewustzijn (men wil geen negatieve boodschappen ontvangen). In goede tijden kan dit referentiekader juist een positief effect hebben omdat deelnemers meer krijgen dan zij verwachten, maar in mindere tijden benadrukt dit referentiekader dus het 'verlies' dat men lijdt. Terwijl deelnemers een positief rendement op hun pensioen krijgen (3 tot 4 keer de inleg) zorgt dit referentiekader ervoor dat ze het gevoel hebben dat ze verlies lijden. Bij een collective defined contribution regeling (CDC), hebben deelnemers te maken met een voorwaardelijke regeling.

Kenmerkend is dat de premie jaarlijks wordt vastgesteld op basis van een vaste rekenmethode. Vervolgens wordt met deze premie belegd maar het rendement is onzeker. Premies kunnen ontoereikend zijn en rendementen kunnen tegenvallen. Dit leidt dan tot minder pensioenopbouw, minder of geen toeslagverlening en een lager pensioenresultaat.

Deelnemers weten dat ze zelf deze risico's dragen. Er zijn geen garanties en toezeggingen, alleen indicaties en verwachtingen. De focus ligt hier daarom meer op de vastgestelde premie (defined contribution), dan dat de focus ligt op het te verwachten pensioen (defined benefit).

De bruto jaarbedragen die op het UPO vermeld staan zijn 'altijd' lager dan het bruto jaarbedrag dat men nu als salaris ontvangt. Dit betekent dat dit ook voelt als een verlies; men gaat er op achteruit (Lamme 2015).

2. Hoofdstuk 2: SWOT-analyse huidig pensioenstelsel

In hoofdstuk 1 hebben we de dilemma's, misvattingen en uitdagingen geanalyseerd vanuit het perspectief van de deelnemer. In dit hoofdstuk verdiepen we ons in het huidige stelsel vanuit het perspectief van de maatschappij, de sector en de pensioenfondsen. Hierbij is gebruik gemaakt van de SWOT-analyse (zie bijlage 1) omdat het ons inzicht geeft in de kansen, bedreigingen, sterkten en zwakten. Veelal zien we SWOT-analyses toegepast op product-marktcombinaties. Echter, door het model toe te passen op het huidige pensioenstelsel komen we tot nieuwe inzichten en uitgangspunten die waardevol zijn voor het ontwikkelen van een communicatie-advies met betrekking tot pensioenvariant I-B (hoofdstuk 3) en 4C (hoofdstuk 4), zoals nader uitgewerkt in hoofdstuk 5.

2.1 Het ideale pensioenstelsel bestaat niet!

Er is geen ideaal pensioenstelsel. Pensioen is en blijft een uitgestelde beloning gerelateerd aan een levensfase waarmee men op jongere leeftijd niet bezig is. De term 'pensioen' roept negatieve emoties op vanwege associaties met doodgaan, ziek zijn en armoede. Dit wordt versterkt door de sector zelf (zie hoofdstuk 1) en de media die de nadruk leggen op de negatieve eigenschappen van pensioen. Er zijn geen gegarandeerde geïndexeerde, welvaartsvaste pensioenen meer. De overgang naar een nieuw stelsel zal deze grondhouding en het kader van de sector niet veranderen.

Desondanks staan we voor de uitdaging om de transitie naar het nieuwe stelsel in 2020 zo goed als mogelijk te begeleiden door op korte termijn een aantal communicatieveranderingen door te voeren. Daarbij stuiten we op het volgende centrale probleem:

Het bestaande 50-jaar oude stelsel heeft goed gewerkt in de tijd dat het is ontworpen maar is niet meer houdbaar tegenwoordig. Structurele veranderingen in de samenleving (denk dan aan toegenomen invloed van Europa, meer arbeidsmobiliteit, maar ook de nu al 30 jaar dalende rente en een bevolkingsopbouw met relatief minder jongeren terwijl tegelijkertijd de levensverwachting stijgt) maken dat het stelsel bekeken moet worden vanuit een ander paradigma. De goed bedoelde zorg uit de jaren 50 van de vorige eeuw ('grandfathering') moet ruimte geven aan meer zelfredzaamheid en meer eigen verantwoordelijkheid van de werkende bevolking.

Pensioenbeloftes (DB) zijn zo goed als verdwenen en inmiddels zijn bijna alle eindloonregelingen overgezet naar een middelloonregeling. Pensioenopbouw voor bestaande en nieuwe medewerkers vindt steeds vaker plaats in een DC- of CDC-product. Sluipenderwijs zijn daarbij de risico's van de werkgever overgeheveld naar de deelnemers: niet langer is de werkgever verantwoordelijk voor een mindere performance van de pensioenbeleggingen (laagconjunctuur, lage rente etc.) maar dat risico is overgeheveld naar de deelnemers. Garanties op een vast pensioenbedrag maken plaats voor inschattingen van een verwacht pensioenbedrag. Tegelijkertijd bieden DC/CDCproducten ook meer flexibiliseringsopties om de pensioenregeling beter te laten aansluiten bij individuele voorkeuren. Dat betekent dat men meer keuzes kan maken.

Het dragen van verantwoordelijkheid voor keuzes kan niet zonder begrip: de pensioendeelnemers moeten in staat gesteld worden ('empowerment') om zelf de voor hen juiste beslissingen te nemen over hun eigen financiële toekomst, bij voorkeur in een breder verband dan hun eigen pensioenregeling. Naast opgebouwd pensioen bij eerdere werkgevers (Pensioenregister, incl. AOW) komt daarbij ook een inschatting van een toekomstig uitgavenpatroon, dus inclusief zaken als zorg en wonen. Er wordt dus meer van de deelnemer verwacht dan vroeger, terwijl pensioen an sich een low-interest product blijft.

Pensioenfondsen zijn onvoldoende in staat gebleken om deelnemers deze eigen verantwoordelijkheid te laten dragen: deelnemers hebben ongemak bij zelf aan het stuur staan, begrijpen pensioen onvoldoende, weten niet de juiste acties te ondernemen voor de toekomst en zijn onvoldoende alert (handelingsonbekwaam).

Bovenstaande leidt tot een stijgend gevoel van onzekerheid: men ervaart te weinig controle, en is ook onvoldoende in staat die controle te pakken. Daarnaast blijkt uit de confrontatiematrix (paragraaf 2.2) een structureel verlies aan vertrouwen in de pensioensector en onvoldoende motivatie om bezig te gaan met het eigen pensioen. Dit wordt mede veroorzaakt door een gebrek aan transparantie (jongeren denken bijvoorbeeld dat ze betalen voor het pensioen van de ouderen) en het ontbreken van een uitgedacht beleid voor reputatiemanagement, branding en customer focus binnen de sector. Ook de berichtgeving in de media over het steeds verder stijgen van belegd vermogen pensioenfondsen (2014 = 1.000 mrd, 2016 = 1.300 mrd) gecombineerd met oplopende dekkingstekorten (2014 = 112%, 2016 = 99%) helpt niet bij begrip van en vertrouwen in het huidige systeem.

2.2 Confrontatiematrix

Op basis van de SWOT (bijlage 2) is in bijlage 3 de confrontatiematrix uitgewerkt. Deze matrix maakt zichtbaar welke confrontaties op dit moment het meest en het minst kansrijk zijn om het vertrouwen in het Nederlandse pensioenstelsel te herstellen. Het is een diagnose van hoe het stelsel er voor staat en waar de zwakke plekken zitten.

Doel van de exercitie is een 0-meting te doen op het huidige stelsel en vervolgens te bepalen welke van de nieuwe contracten het meest kansrijk zijn om een communicatiestrategie voor te ontwikkelen voor de korte (transitiecommunicatie) en de langere termijn (stelselcommunicatie).

1: Focus op nieuw beleid	2: Focus op kansen
3: Focus op sterkten	4: Kernprobleem

Kwadrant 1: confrontatie sterkten en kansen (vergelijken sterkten van pensioenfondsen met kansen. Kernwoord in marketingtermen is 'aanvallen' of in het kader van dit hoofdstuk: ontwikkelen nieuw communicatiebeleid).

Kwadrant 2: confrontatie zwakten en kansen (vergelijken zwakten pensioenfondsen met kansen. Als het lukt zwakte op te heffen dan kan sector alsnog van kans profiteren. Kernwoord in marketingtermen is ‘versterken’ of in het kader van dit hoofdstuk: focus op kansen die zwakten mitigeren).

Kwadrant 3: confrontatie sterkten en bedreigingen (relateren sterkten pensioenfondsen aan bedreigingen. Wellicht kan sterkte de dreiging compenseren. Kernwoord is ‘verdedigen’ of in het kader van dit hoofdstuk: focus op sterkten die bedreigingen mitigeren).

Kwadrant 4: confrontatie zwakten en bedreigingen (relateren zwakten pensioenfondsen aan bedreigingen. In dit kwadrant bevindt zich het kernprobleem van het huidige stelsel dat ongewild kan ‘meeliften’ naar het nieuwe stelsel).

2.3 Conclusies en aanbevelingen uit de confrontatiematrix

De uitkomsten van de confrontaties in kwadrant 1, 2 en 3 bieden aanknopingspunten om nieuwe communicatiestrategieën te ontwikkelen. De uitkomsten van de confrontaties in kwadrant 4 geven inzicht in de gaps die er bestaan en het kernprobleem waarmee de sector worstelt. In deze paragraaf vatten we ze samen.

Bestaansrecht benadrukken

Digitalisering en andere technologische ontwikkelingen bieden kansen om pensioenproducten en de dienstverlening van pensioenfondsen te innoveren en het kwaliteitsniveau te verbeteren. De beleving van de deelnemer staat centraal. Mensen beoordelen bedrijven met name op producten en diensten. Er zijn studies die aantonen dat reputaties voor 72% worden beïnvloed door vaardigheden (rationeel) en voor 28% door verantwoordelijkheid. Als voorbeeld: KPN heeft circa 10 jaar geleden zijn bestaansrecht (‘license to operate’) teruggewonnen door de producten en de dienstverlening te verbeteren, erover te communiceren (corporate story en inzet sociale media) en te plaatsen in sociale context. Hierdoor werd de emotionele aantrekkingskracht naar in- en externe stakeholders hersteld. Gelijktijdig werd een medewerkerscampagne gevoerd om customer-focus terug te brengen in het bedrijf.

Volgens Fombrun, Gardberg & Sever (2000) zijn overige reputatiedrivers – naast producten & diensten en maatschappelijke verantwoordelijkheid – emotionele aantrekkingskracht, visie & leiderschap, werkomgeving en financiële performance. In het kader van deze notitie volgen we deze indeling.

Actie: technologische mogelijkheden inzetten om innovatie van producten en diensten in pensioensector op elkaar in te laten werken en kwaliteitsbeleving bij deelnemers te verbeteren.

Reputatie versterken

Een sterke reputatie werkt als een magneet: het versterkt de aantrekkelijkheid van de sector. Het maakt het eenvoudiger om de juiste medewerkers te krijgen, de klanttevredenheid te verbeteren, het creëert betere vertrekpunten voor onderhandelingen met overheid en toezichthouders en het maakt de sector minder kwetsbaar voor risico's. Bovendien zijn sterke reputaties stabiel in tijden van crisis.

Bij inzet van sterke vertegenwoordigers (leiders en medewerkers) worden emotionele aspecten versterkt. Immers, persoonlijke reputaties lijken op reputaties van de sector. Het beïnvloedt in hoge mate hoe stakeholders oordelen hoe de sector presteert op het gebied van sociale, financiële, maatschappelijke vraagstukken en op het gebied van werkgelegenheid.

Actie: sterke vertegenwoordigers (geloofwaardig/'likeable' /experts) inzetten om pensioen tijdens transitie naar nieuwe stelsel te vertegenwoordigen.

Corporate story

De sector kent een lange historie, een verhaal dat verteld mag worden. De veranderingsgezindheid onder pensioenfondsbestuurders (dominante coalitie) neemt toe. De corporate story kan aan de basis staan voor een verandering van binnenuit om het 'pensioenproduct' te (her)positioneren. Naast het feit dat de corporate story verleden, heden en toekomst aan elkaar verbindt, biedt het ook kansen om generaties (jong en oud), oude zekerheden en nieuwe ambities aan elkaar te verbinden. Fondsen kunnen ook hun eigen corporate story en identiteit ontwikkelen om betrokkenheid te vergroten en het pensioenconcept positiever te maken. De corporate story kan zelfs fungeren als 'moreel compas', zoals het Amerikaanse Johnson & Johnson al decennia inzet. In het 'credo' van dit bedrijf ligt de focus op de waarden waar men voor staat in relatie tot de stakeholders die men bedient.

Actie: ontwikkelen van een corporate story voor de sector. Pensioenfondsen helpen/stimuleren hun eigen corporate story te ontwikkelen.

Herpositionering

We zijn onvoldoende trots op het Nederlandse pensioenstelsel; een van de beste ter wereld. We zijn onvoldoende in staat gebleken het herstel van vertrouwen bij banken en verzekeringen te volgen. Uit onderzoek blijkt dat pensioen mede een low interest product is omdat men geen keuzes heeft zoals bij banken: men kan bijvoorbeeld niet kiezen voor een pensioenfonds, de wijze waarop wordt belegd of de mate van garantie.

Actie: mogelijkheden onderzoeken om de (beleving van) keuzes bij pensioen meer inhoud te geven, met inachtneming van bevindingen uit neuromarketing (zie hoofdstuk 1, pagina 12).

Brandmanagement

Digitalisering biedt kansen voor het onderscheidend vermogen, relevantie, zichtbaarheid, waardering en bekendheid van product- en brandmanagement. Het Customer-Based Brand Equity model (CBBE-model) kan worden ingezet om een succesvol brand te ontwikkelen:

- brand identiteit ('Who are you'): pensioenfondsen zijn low involvement brands. Low involvement wordt veroorzaakt door gebrek aan motivatie ('ik ben niet geïnteresseerd') of gebrek aan kennis ('ik snap niet wat ik lees of hoor');
- brand meaning ('What are you'): hoe waardevol, uniek en sterk is pensioen?;
- brand response ('What about you'): hoe reageren stakeholders op brand - zowel rationeel (kwaliteit, geloofwaardigheid) als emotioneel (warmte, sociale instemming, respect);
- brand relationships ('How about you and me'): ultieme relatie en vorm van identificatie dat de klant heeft met het brand.

De transitie naar het nieuwe stelsel biedt kansen voor herpositionering met behulp van branding-technieken. Doel is een sterk pensioen 'brand' te bouwen dat breed vertrouwen geniet in de samenleving.

Actie: tijdens transitie naar nieuwe stelsel brandingtechnieken inzetten om pensioen te herpositioneren. Daarnaast pensioenfondsen ondersteunen/stimuleren om meer vanuit brandmanagement te gaan denken en handelen.



Pensioen is relevant

Pensioen heeft een maatschappelijke context en is relevant voor het Nederlandse publiek: pensioen voorkomt ouderdomsarmoede. De leveranciers van pensioen hebben daarmee hun 'license to operate' binnen ... maar dat is niet voldoende gebleken bij het leveren van de dienstverlening en het transparant communiceren over de inhoud.

Actie: als onderdeel van transitiecommunicatie de relevantie voor de Nederlandse maatschappij en de individuele deelnemers benadrukken.

Nieuwe dynamiek op komst

Elke verandering brengt onzekerheid. Wat de toekomst brengt weten we niet. Voor welk stelsel wordt gekozen? Zet de vervaging tussen pijler 2 en 3 door? Brengen nieuwe toetreders extra onzekerheid? Hoe reageren stakeholders op toekomstige veranderingen? Met name deze aspecten worden in hoofdstuk 3 en 4 nader in kaart gebracht.

3. Hoofdstuk 3: Kansen en risico's in de communicatie variant I-B

In dit hoofdstuk kijken we naar pensioencontract I-B. Allereerst beschrijven wij wat pensioencontract I-B inhoudt. Vervolgens kijken wij naar het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten. Met die kennis op zak nemen wij de lezer mee in de risico's en de kansen die I-B biedt. Vervolgens staan we stil bij de vraag van de commissie Nieuw Pensioencontract of pensioencontract I-B uiteindelijk mogelijkheden biedt om acceptatie van en het vertrouwen in pensioen te vergroten. Ook staan wij stil bij de boodschap die centraal moet staan in de transitie naar een nieuw contract.

3.1 Wat houdt Pensioencontract I-B in?

Pensioencontract I-B kent twee mogelijkheden voor de premie en de opbouw:

1. *Vaste premie en variabele opbouw*

Bij deze mogelijkheid is de premie (procentueel) voor alle deelnemers gelijk. De opbouw is variabel: jaarlijks bouw je een stukje pensioen op. De opbouw staat niet vast. De opbouw is ten eerste afhankelijk van de leeftijd van de deelnemer. Als je ouder bent bouw je minder op dan als je jong bent. Daarnaast is de opbouw afhankelijk van de rente. Bij een hoge rente is de opbouw hoger dan bij een lage rente.

2. *Variabele premie en vaste opbouw*

Alternatief is de variant waarin I-B gekenmerkt wordt door een variabele premie en vaste opbouw.

De opbouw staat dan vast en is afhankelijk van de leeftijd van deelnemers. De premie is variabel. Deze variant lijkt sterk op de huidige uitkeringsovereenkomst.

Daarnaast wordt er bij beide varianten aan het einde van het jaar gekeken of er voldoende geld aanwezig is bij het pensioenfonds. Is de dekkingsgraad hoger dan 100% dan wordt het opgebouwde pensioen verhoogd. Is de dekkingsgraad lager dan 100% dan wordt het opgebouwde pensioen verlaagd. Aanpassingen in de pensioenaanspraken worden verdeeld over 10 jaar. Dat betekent dat de aanpassing 1/10 deel betreft van de afwijking van de dekkingsgraad ten opzichte van 100%. In de tabel is een voorbeeld gegeven van hoe dat in zijn werk kan gaan:

Jaar	Dekkingsgraad	Afwijking ten opzichte van 100% dekkingsgraad	Aanpassing van aanspraken
1	103%	3%	0,3%
2	101%	1%	0,1%
3	96%	-4%	-0,4%
4	99%	-1%	-0,1%
5	100%	0%	0 %

De hoogte van de toeslag of de verlaging heeft geen relatie met de inflatie en is niet gemaximeerd.

Als het financieel minder goed gaat of als de levensverwachting toeneemt dan worden risico's gelijk gedeeld over alle deelnemers.

Het verwachte pensioeninkomen moet in scenario's getoond worden. Dit is wettelijk verplicht conform de IORP-richtlijn.

3.2 Wat is het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten?

Een belangrijk verschil in beide varianten van pensioencontract I-B is dat de uitkering voorwaardelijk is geworden. Daarnaast kent de eerste variant binnen pensioencontract I-B een ander belangrijk verschil: de jaarlijkse premie staat vast. De pensioenopbouw, de pensioenuitkeringen en eventuele verhogingen (toeslag) of verlagingen staan niet vast. Deelnemers weten pas achteraf hoeveel pensioenopbouw ze jaarlijks krijgen; er is geen vast opbouwpercentage, zoals nu.

Een ander belangrijk verschil met de huidige uitkeringsovereenkomsten in beide varianten van I-B is dat er in I-B geen sprake is van verplichte bufferopbouw. Dat betekent dat bij een dekkingsgraad van meer dan 100% de pensioenen direct verhoogd kunnen worden (toeslag). Maar ook dat bij een dekkingsgraad lager dan 100% de pensioenen direct worden verlaagd. In tegenstelling tot de huidige uitkeringsovereenkomsten is er in I-B geen mechanisme dat afdwingt dat de dekkingsgraad maximaal slechts vijf jaar lager is dan 100% (of 105%). Dat is in het huidige FTK wel het geval. Afwijkingen worden voor slechts 1/10 verwerkt. Bij een hoge dekkingsgraad betekent dit dat jaren achtereen de aanspraken verhoogd kunnen worden. Anderzijds zullen bij een lage dekkingsgraad de aanspraken jaar op jaar verlaagd moeten worden.

3.3 Welke kansen biedt pensioencontract I-B?

1. De boodschap van collectiviteit: samen ben je beter af

Net als in het huidige pensioencontract kunnen we ook in I-B zekerheid niet bieden.

Daartegenover staat het verhaal dat juist onzekerheid het beste samen gedragen wordt. Het voordeel van I-B is dat de boodschap van collectiviteit en solidariteit een centrale plek kan krijgen. Uit onderzoek van de federatie blijkt namelijk dat werknemers (72%) dit ook erg belangrijk vinden. Dit beeld werd ook eerder gevonden door bijv. Visser en de Pril (2013), en in een rapport van het sociaal en cultureel planbureau (2015). Wel is te zien in het onderzoek van Berden en Kok (2013) in opdracht van de Pensioenfederatie dat de solidariteit van jong naar oud minder is dan solidariteit van bijvoorbeeld mannen naar vrouwen en van gezonden naar arbeidsongeschikten.

In de overgang naar I-B moeten pensioenfondsen een nieuwe verhaal vertellen. We kunnen geen zekerheid geven over het te verwachten pensioen, maar we kunnen wel verzekeren dat

pensioenfondsen deelnemers helpen inzicht en overzicht te geven in hun pensioensituatie. Dat doen pensioenfondsen op een open, evenwichtige en integere manier én zonder winstoogmerk.

2. Inzicht geven in de waarde van pensioen

We kunnen deelnemers een overzicht geven van het vermogen dat beschikbaar is. Net als in de huidige uitkeringsovereenkomst kan gecommuniceerd worden welke premie betaald is en hoe hoog het vermogen is. Dan worden de volgende bedragen genoemd:

- u heeft X ingelegd;
- uw opgebouwde pensioen is Y waard (contante waarde).

Omdat met zeer grote waarschijnlijkheid het opgebouwde pensioen (Y) hoger is dan de ingelegde premie (X) kan dit comfort geven aan de deelnemer:

- hij ziet dat hij waar krijgt voor zijn geld;
- dat er straks nog wat voor hem over is;
- dat pensioen een waardevolle arbeidsvoorwaarde is.

We realiseren ons dat het inzichtelijk maken van de waarde van het pensioen ook risico's met zich mee kan brengen. Bijvoorbeeld omdat jaarlijks de waarde sterk kan fluctueren, afhankelijk van bijvoorbeeld de rente of andere factoren zoals de levensverwachting. Toch denken wij dat inzicht in de ingelegde premies en de waarde van het pensioen cruciaal is voor het vertrouwen in pensioenfondsen. Alleen dan kunnen fondsen aantonen dat deelnemers hun inleg dubbel en dwars terug krijgen.

3. Direct inzicht in verhogingen en verlagingen daardoor kunnen misvattingen weggenomen worden

Bij het huidige stelsel werd er tijdens crisisjaren geïndexeerd. Nu is de crisis langzaam voorbij en er moet gekort worden, terwijl het met de reële economie juist beter gaat. De actuele situatie wordt direct verwerkt in het pensioenresultaat, omdat verhogingen en verlagingen meteen voor 1/10 deel doorgevoerd worden.

3.4 Welke risico's kent I-B voor communicatie?

1. In de ogen van de deelnemer verandert weinig

Een vraag is of er in de ogen van deelnemers veel verandert in de overgang van huidige DB-regelingen naar pensioencontract I-B. Er blijft sprake van een collectieve regeling, het samen delen van risico's en het verhogen of verlagen van pensioen. Bovendien blijft sprake van het communiceren van aanspraken, eventueel aangevuld met andere informatie.

Dat maakt het in communicatie lastig om uit te leggen wat de verandering inhoudt. Het opgebouwde pensioen zal jaarlijks verschillen als gevolg van meerdere factoren. Het tonen van het te bereiken pensioen biedt deelnemers ook weinig houvast als gevolg van de onzekerheden. Nieuwe IORP- richtlijnen vereisen echter wel dat er tijdens de opbouwfase gecommuniceerd moet worden over het mogelijk te bereiken pensioen. Dat zorgt ervoor dat er in de ogen van deelnemers weinig gaat veranderen.

De kans bestaat dat de deelnemer I-B als een verslechtering ervaart omdat de onzekerheden van het systeem bloot gelegd worden, zonder dat eenvoudig duidelijk te maken is welke (positieve) veranderingen pensioencontract I-B met zich meebrengt. Het lijkt daarom onmogelijk duidelijk te maken wat er gaat veranderen, zonder daarvoor in complexe details te moeten treden. In risico 3 gaan we verder in op de complexiteit van I-B en op welke wijze daarover in onze ogen gecommuniceerd kan worden.

Pensioencontract I-B geeft in de variant met een vaste premie en variabele opbouw geen zekerheid over het op te bouwen en te bereiken pensioen. Hoewel huidige DB-regelingen en de I-B variant met vaste opbouw door een groot aantal factoren (mogelijke pensioenverlagingen, geen toeslag, wijzigingen in wet- en regelgeving of wijzigingen in toezeggingen door sociale partners etc.) ook geen zekerheid bieden, willen veel deelnemers (50%) wel de garantie dat het toegezegde pensioen zeker is.¹

2. De boodschap over onzekerheid

In de communicatie zal dan ook bij de transitie naar I-B veel aandacht moeten worden besteed aan de onzekerheid die deze variant met zich meebrengt. De toenemende onzekerheid zal door de deelnemer niet als positief worden beschouwd.

Tegelijkertijd is de boodschap over onzekerheid een boodschap die niet alleen bij de transitie moet plaatsvinden, maar die ook nu al gecommuniceerd moet worden. Inkomen voor later kent per definitie een onzekere factor. Een werkgever zal ook niemand exact kunnen of willen vertellen wat hij/zij over 10 jaar zal verdienen, in welke functie hij/zij werkzaam is en of deze persoon überhaupt nog werkzaam is bij het desbetreffende bedrijf. Dat geldt ook voor pensioen.

De mythe dat niets in ons leven zeker is behalve ons pensioen, heeft veel te lang bestaan. De belofte van zekerheid is niet alleen onbetaalbaar geworden, hij past ook niet meer bij de wens (van pensioenfondsen) het volledige verhaal te vertellen en een open discussie aan te gaan met de deelnemers.

¹ Onderzoek Pensioenfederatie, mei 2016

3. Het uitleggen van de pensioenopbouw

Pensioencontract I-B lost de complexiteit die veel mensen ervaren bij pensioen niet op. Hoewel het in de variant met vaste premie en variabele opbouw duidelijk is dat alleen de premie vaststaat en dat de opbouw variabel is, lijkt vooral de uitleg over rente- en leeftijdsafhankelijke opbouw zeer lastig uit te leggen aan deelnemers. Het risico bestaat dat mensen onzeker worden als zij de hoogte van hun opgebouwde pensioen jaarlijks zien schommelen. Vanuit communicatie-oogpunt lijkt het dan ook eenvoudiger om geen enkele uitspraak of verwachting meer te doen over het op te bouwen pensioen in een jaar. De vraag is dan echter wel in hoeverre I-B in de beleving van deelnemers nog afwijkt van een DC-regeling.

Dit probleem is niet aan de orde bij de variant waarin de opbouw vaststaat en de premie variabel is. Echter deze variant lijkt dusdanig sterk op de huidige uitkeringsovereenkomst, dat in de beleving van deelnemers weinig verandert ten opzichte van het huidige stelsel (zie ook het eerste risico). Hierdoor kunnen huidige misvattingen en (negatieve) beeldvorming blijven bestaan.

4. Deelnemers willen meer keuze ook al kiezen ze niet

Pensioencontract I-B biedt geen mogelijkheid tot meer keuzes dan nu het geval is. Keuzes zoals op het gebied van garanties, tijdelijk meer of minder opbouwen, waar men het pensioen kan opbouwen of hoe het pensioen belegd wordt. Terwijl uit verschillende onderzoeken blijkt dat daar juist behoefte aan is (zie hoofdstuk 1). Het blijkt dat wanneer deelnemers zelf ergens een keuze voor hebben gemaakt ze het product of de dienst waar ze zelf voor hebben gekozen ook beter waarderen. Vanuit communicatie is het daarom wenselijk om deelnemers wel keuzes te bieden. Het is daarbij belangrijk om deelnemers het gevoel van autonomie te geven: je hebt voor een deel zelf de touwtjes in handen.

Het communiceren in scenario's wordt voorgeschreven door de wet (Pensioenwet). Het doorrekenen van de scenario's resulteert in uitkomsten in bandbreedtes. Hoe groter de bandbreedtes zijn die gecommuniceerd moeten worden, hoe minder het de deelnemer helpt. Een thermometer die aangeeft dat uw temperatuur ergens tussen de 36 en 40 graden ligt, geeft u toch ook geen comfort?

Communiceren in bandbreedtes kan leiden tot een groter gevoel van onzekerheid. Daarmee kan het vertrouwen van de consument ten opzichte van het pensioen worden ondermijnd. Uit diverse onderzoeken komt steeds weer naar voren dat de behoefte aan zekerheid rond de hoogte van het pensioen groot is. Grotere onzekerheid kan een negatief effect hebben op de reputatie van het pensioen(product en/of fonds).

Mitigerende maatregel:

Communicatie over bandbreedtes online en in laag 2 onderbrengen. Met duidelijk zichtbaar de risico's die mee worden genomen. Daarbij zouden als default-weergave bijvoorbeeld alle risico's zijn aangevinkt maar kan de bezoeker van de website ook vinkjes uitzetten. En andere uitkomsten zien. Zo'n onlinesimulatie geeft de geïnteresseerde inzicht in de invloed van langleven, beleggen en rente op het pensioenvermogen.

Het pensioen groeit jaarlijks door de inleg van premie en beleggingsresultaten. Door inflatie stijgen de kosten voor levensonderhoud. In absolute termen (euro's) kan het pensioenvermogen daardoor meer toenemen dan in relatieve termen (waarde/ koopkracht). Mensen realiseren zich dit veelal niet.

Dat is niet erg zolang het pensioen(vermogen) zoveel stijgt dat het de inflatie bij kan houden. Op het moment dat dat niet meer kan (zoals veel fondsen nu niet kunnen indexeren) stijgt het pensioen eigenlijk niet voldoende om de stijgende kosten van het levensonderhoud bij te houden. In de sector en de media wordt hierover gesproken alsof het pensioen minder wordt. Dat is vanuit het referentiekader van de consument niet waar. De consument redeneert namelijk vanuit absolute bedragen. Het is wel waar dat het geld minder waard is.

5. Afschaffen van de doorsneepremie

Het afschaffen van de doorsneepremie lijkt in eerste instantie een kans voor communicatie. De boodschap dat jongeren niet langer voor ouderen betalen is een boodschap waarin de waarde gelijkheid (en eerlijkheid) centraal kan staan. Echter, de vraag is wel wat de kosten zijn voor het afschaffen van de doorsneepremie en wie deze kosten zal moeten betalen. Als de rekening hiervoor toch (via een hogere premie) voor lange tijd bij deelnemers komt te liggen, dan is communicatief gezien het afschaffen van de doorsneepremie een risico dat draagvlak (verder) afneemt in plaats van toeneemt.

3.5 Biedt pensioencontract I-B mogelijkheden om acceptatie en het vertrouwen van pensioen te vergroten?

De introductie van pensioencontract I-B is volgens de onderzoeksgroep geen antwoord op de zorgen en problemen die deelnemers nu ervaren met betrekking tot hun pensioen. In hoofdstuk 1 zijn de huidige pijnpunten en misvattingen beschreven. Vanuit een deelnemersperspectief komen wij daarbij op de 4 hoofdpunten. In onderstaande tabel is weergegeven welke pijnpunten dat zijn, welke ervaring/emotie dat oproept bij deelnemers en of I-B mogelijkheden biedt om dat op te lossen. In bijlage 4 zijn alle misvattingen/pijnpunten opgenomen.

Pijnpunt	Ervaring/emotie deelnemers	Biedt I-B mogelijkheden om dit op te lossen?
1. Onzekerheid	“Ik weet niet wat ik straks krijg”, “ik weet niet of er nog iets over is als ik met pensioen ga”, “ik weet zelfs niet of ik mijn inleg wel terug zal krijgen”.	De uitkomst is in beide varianten van I-B per definitie onzeker. Het pijnpunt van onzekerheid is volgens ons alleen op te lossen als de sector er in slaagt om een nieuw verhaal te vertellen. Een verhaal dat we zekerheid niet kunnen geven, maar wel inzicht geven, deelnemers helpen en goede services kunnen bieden. Daarnaast kan in I-B wel deelnemers inzicht worden gegeven in de inleg en de waarde van het opgebouwde pensioen. Omdat met zeer grote waarschijnlijkheid het opgebouwde pensioen hoger is dan de inleg kan dit veel comfort geven aan de deelnemer. Hij ziet dat hij waar krijgt voor zijn geld en dat er straks nog wat voor hem over is. Overigens kan dit ook in het huidige contract gedaan worden.
2. Geen keuzevrijheid	“Ik ben verplicht om deel te nemen”, “ik kan niet zelf mijn fonds kiezen”, “ik heb geen enkele inspraak in de wijze waarop belegd wordt”, “de regeling is niet op mijn persoonlijke situatie afgestemd.”	Pensioencontract I-B biedt in de huidige opzet geen keuzevrijheid op fondsniveau of op beleggingsniveau. Wel blijven keuzemogelijkheden die ook al mogelijk zijn binnen het huidige pensioencontract (hoog, laag, uitruil etc.) bestaan. Hoewel in de praktijk mensen vaak geen gebruik maken van keuzemogelijkheden is het aanbieden daarvan wel een goede mogelijkheid om acceptatie en draagvlak te vergroten. Te onderzoeken valt of er in I-B keuzemogelijkheden op fonds of beleggingsniveau zijn in te bouwen.
3. Het stelsel is te complex	“Ik begrijp niets van pensioen.” Het gevolg is een veelheid aan misvattingen.	Pensioencontract I-B kent nog steeds veel complexe factoren voor deelnemers als een variabele opbouw (variant I-B met vaste premie/variabele opbouw), buffer en dekkingsgraad, jaarlijkse verhogingen en verlagingen. Met I-B is daarom de verwachting dat de beleving van complexiteit niet opgelost wordt, maar zelfs toeneemt. Vooral de rekenrente is daarin een lastige factor. Deelnemers begrijpen wel dat rendementen tegen kunnen vallen, maar we zien in het huidige stelsel ook al dat deelnemers het moeilijk accepteren dat er tegenvallers zijn door een (kunstmatig) lage rente.
4. Slecht imago pensioenfondsen/ Identificatie met pensioenfonds	“Ik herken me niet in de mensen die mij vertegenwoordigen of de bestuurders.”, “het zijn zakkenvullers”.	Identificatie met het fonds blijft lastig omdat I-B complex blijft en niet volledig aansluit bij de wensen/behoefte van deelnemers. Het nieuwe pensioencontract I-B sluit nog onvoldoende aan op de beleving en voorkeuren van deelnemers. Denk daarbij aan eenvoud en keuzevrijheid.

3.6 Overwegingen en aanbevelingen na analyse van I-B

De analyse van I-B zorgt naast de beschreven risico's en kansen ook voor een tweetal overwegingen die de werkgroep Communicatie wil meegeven aan de commissie Nieuw Pensioencontract.

1. Communicatie draagt bij aan de ontwikkeling van een begrijpelijk en gedragen pensioencontract

De analyse laat zien dat I-B onvoldoende in staat is om de huidige problemen en misvattingen van het huidige stelsel op te lossen. De werkgroep Communicatie denkt dan ook dat het goed is om in het ontwerp rekening te houden met de beleving van deelnemers. Dat betekent dat communicatie niet alleen gericht moet zijn om het pensioencontract begrijpelijk te maken, maar dat communicatie moet bijdragen aan het opstellen van een begrijpelijk en gedragen pensioencontract.

De werkgroep realiseert dat dit een complexe opgave is, maar gelooft dat het mogelijk moet zijn om een eenvoudig pensioencontract op te stellen die aansluit bij de wensen van deelnemers. Dat betekent dat we bij de ontwikkeling van het pensioencontract rekening houden met het referentiekader en de irrationele kant van deelnemers. Bieden we deelnemers het gevoel dat ze keuzes en (gedeeltelijk) autonomie hebben? Kunnen we laten zien wat de inleg oplevert? Het is goed om bij inhoudelijke afwegingen voortdurend dit referentiekader als startpunt te hanteren.

2. Een andere manier van communiceren

Daarnaast is een aanbeveling om op een andere manier over pensioen te communiceren. Dat is onvoldoende mogelijk met de huidige opzet van pensioencontract I-B door de eerder beschreven risico's.

In de overgang naar een nieuw contract is het verleidelijk om ons te richten op de inhoudelijke uitleg van het nieuwe contract. Maar de afgelopen jaren hebben juist bewezen dat uitleggen en informeren niet automatisch leiden tot meer acceptatie en vertrouwen. Deelnemers moeten openstaan voor pensioeninformatie.

Het is daarom goed om in de transitie allereerst helder te maken waarom een verandering ons stelsel beter maakt (positief framen) en vervolgens vooral te communiceren op waardenniveau.

4. Hoofdstuk 4: Kansen en risico's in de communicatie variant IV-CR

In dit hoofdstuk kijken we naar variant IV-CR. De opbouw van het hoofdstuk is vergelijkbaar met het vorige hoofdstuk waarin variant I-B is besproken. Het begint met een globale beschrijving van de variant. Vervolgens kijken wij naar het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten. Daarna kijken we naar de kansen die IV-CR biedt. En ook de risico's. En tot slot staan we stil bij de vraag van de commissie Nieuw Pensioencontract of variant IV-CR uiteindelijk mogelijkheden biedt om acceptatie en het vertrouwen van pensioen te vergroten.

4.1 Wat houdt variant IV-CR in?

Variant IV-CR is een pensioenregeling met de volgende kenmerken:

Opbouwen

- De premie staat vast, de uitkomst is variabel.
- De risico's worden collectief gedeeld (langleven- en kortlevenrisico, en het arbeidsongeschiktheidsrisico).
- Uit het behaalde rendement wordt een collectieve buffer aangelegd, die kan worden aangesproken bij tegenvallende resultaten. De buffer wordt aangelegd door het rendement op zakelijke waarden te middelen. De buffer mag niet negatief zijn. Tekorten kunnen dan ook niet worden doorgeschoven naar volgende generaties.
- Het delen van risico's kan iets kosten maar ook iets opleveren.
- De premie is leeftijdsonafhankelijk.
- Het beleggingsbeleid is leeftijdsafhankelijk (lifecycle beleggen); afbouw van het beleggingsrisico naar mate men dichterbij de pensioenleeftijd komt.

Uitkeren

- De hoogte van de uitkering wordt pas bepaald op het moment van uitkeren.
- Elk jaar wordt de hoogte van de uitkering opnieuw berekend.
- Bij het bepalen van de hoogte van de uitkering worden de levensverwachting, het toekomstig verwachte reële rendement en de verwachte inflatie meegenomen.
- De uitkering wordt betaald uit het eigen pensioenvermogen; de deelnemer ziet zijn eigen pensioenvermogen dus afnemen.
- Met het resterende vermogen wordt doorbelegd.
- Blijkt het volgend jaar de levensverwachting, de inflatie of het beleggingsresultaat te leiden tot een lagere uitkering, dan kan deze vermindering in stapjes (maximaal 5 jaren) worden doorgevoerd.
- Het persoonlijke pensioenvermogen is geen vermogen in de zin dat als men overlijdt het vermogen naar de nabestaanden vloeit; het resterende pensioenvermogen vloeit dan naar de rest van het collectief.

Implicaties voor communicatie

- Deelnemer krijgt inzicht in hoeveel pensioenvermogen al is opgebouwd
- Verwachte pensioeninkomen wordt binnen bandbreedtes getoond (wettelijk verplicht conform de IORP-richtlijn).
- Deelnemer ziet de kosten van de administratieve uitvoering van pensioen.
- Deelnemer ziet de kosten en opbrengst in zijn/haar solidariteit met anderen (eigen en andere generaties).
- Bijdrage van beleggingen aan 'eigen' pensioenvermogen wordt veel duidelijker.

4.2 Wat is het belangrijkste verschil met huidige uitkeringsovereenkomsten?

Het belangrijkste verschil tussen de huidige uitkeringsovereenkomst en het persoonlijk pensioenvermogen met collectieve risicodeling is en 'het pensioenvermogen' en 'het persoonlijke'.

In de huidige uitkeringsovereenkomst is sprake van een zogeheten salarisdiensttijdregeling en een opbouwpercentage. Er wordt geen vermogen maar een aanspraak opgebouwd. Het opbouwpercentage bepaalt de jaarlijkse stijging van die aanspraak. Het doel is om met de veranderende lastendruk na pensionering genoeg inkomen te hebben om een vergelijkbare levensstandaard te hebben als daarvoor. Variant IV-CR gaat niet uit van een aanspraak, maar uit van de opbouw van vermogen waar vanaf pensioendatum pensioen voor wordt aangekocht tegen de dan geldende situatie. De toezegging heeft dan ook geen betrekking op de hoogte van het pensioen maar op de hoogte van het kapitaal.

Waar in de huidige overeenkomsten vooral de nadruk ligt op het collectief en er daarom veelal ook niet op individueel niveau geadministreerd is, wordt bij variant IV-CR ook duidelijk geadministreerd wat er bij de deelnemer hoort en wat bij het collectief. Voor de communicatie betekent dit dat er meer transparantie mogelijk is over de ontwikkeling van het pensioenvermogen. Daarnaast wordt er met deze variant veel meer inzicht geboden in de werking van het pensioenstelsel en de opbouw van het pensioen.

4.3 Welke kansen biedt IV-CR?

1. De kassabon en de kosten: misvattingen kunnen worden weggenomen

Het meer persoonlijke pensioenvermogen biedt in de communicatie het voordeel dat de berekening zelf op persoonsniveau veel inzichtelijker kan worden gemaakt. Daarmee lijkt de communicatie gedurende de opbouwperiode veel meer op de communicatie zoals wordt gehanteerd voor beleggingsverzekeringen (model De Ruiters). Iets dat (een deel van) de consument wellicht ook al kent vanuit bijvoorbeeld een beleggingshypotheek. Het is helder hoe de waardeontwikkeling is en waar de kosten zitten. Ook wordt de prijs van risicodeling en administratie veel inzichtelijker.

Onderstaand twee voorbeeldberekeningen rond het persoonlijk pensioenvermogen in opbouwphase en de uitkeringsfase. Beide berekeningen zijn gebaseerd op de opzet die is vormgegeven door de werkgroep Fiscaal – juridisch. Het is niet de bedoeling dat dit voorbeeld wordt gelezen als het model voor de wijze van communiceren in IV-CR. Het voorbeeld dient puur ter illustratie van de gedachte dat er een kassabon is te maken van de jaarlijkse pensioenopbouw.

Let op: bij het ontwikkelen van een uiteindelijk model moet bij de consument vooraf de begrijpelijkheid en het effect op het vertrouwen getoetst worden.

Persoonlijk pensioenvermogen begin periode	€ 45.000
Inleg eigen premies in jaar X	€ 325
Inleg premie werkgevers in jaar X	€ 325
Beleggingsrendement	€ 2.700
Risicodeling beleggingen	€ -150
Risicodeling AO en sterfteresultaat	€ 200
Uitvoeringskosten pensioenbeheer	€ -75
Persoonlijk pensioenvermogen einde periode	€ 48.325

Persoonlijk pensioenvermogen begin periode	€ 120.000
Opgenomen pensioenuitkering	€ - 10.000
Beleggingsrendement (inclusief kosten)	€ 3.600
Risicodeling beleggingen	€ 100
Risicodeling AO en sterfteresultaat	€ 400
Uitvoeringskosten pensioenbeheer	€ -75
Persoonlijk pensioenvermogen einde periode	€ 114.025

Het inzicht geven in de pensioenopbouw op persoonsniveau kan een aantal belangrijke misvattingen wegnemen:

- dat het pensioenstelsel geen omslagstelsel is wordt duidelijk doordat deelnemers zien dat een kapitaal voor hun zelf beschikbaar is (persoonlijk pensioen);
- daarnaast zien deelnemers dat slechts een gedeelte van hun pensioen voor solidariteitscontracten wordt gebruikt;
- de positieve rol van beleggingen aan het pensioenvermogen worden duidelijk;
- deelnemers zien dat zij meer pensioenvermogen opbouwen buiten hun eigen inleg. De misvatting dat zij niet eens hun eigen inleg terugkrijgen wordt weggenomen (zie ook kans 3);

- ook zien deelnemers dat zij niet gegarandeerd een bepaalde pensioenuitkering krijgen; er wordt in bandbreedtes gecommuniceerd en de verwachte pensioenuitkering kan ieder jaar wijzigen.

Deze voordelen kunnen ook voor een deel behaald worden in variant I-B, wanneer men daar de eigen inleg, werkgeversinleg en bijdrage van het fonds aan de contant gemaakte pensioenopbouw toevoegt (zie hoofdstuk 3).

Risico 4 (verderop in dit rapport) geeft aan dat het inzichtelijk maken van de opbouw in slechte jaren ook de aversie tegen verlies en daarmee de behoefte aan andere alternatieven dan de huidige kan vergroten. Daar tegenover staat de kans dat de deelnemer slecht nieuws beter kan relateren aan de actualiteit. Bij het huidige stelsel werd er geïndexeerd tijdens crisisjaren, en nu is de crisis langzaam voorbij en moet er gekort worden. Terwijl het met de reële economie juist beter gaat. Bij de communicatie in de variant IV-CR laten we meteen zien wat er aan de hand is; lees je vandaag dat de beurzen het slecht doen, dan zie je dat bij wijze van spreken morgen terug op je rekening.

In bovenstaand voorbeeld krijgt de gepensioneerde een overzicht te zien waarbij het vermogen van jaar op jaar afneemt. Hier is dan geen sprake meer van een winstperceptie, maar van verlies. Daarnaast is het vermogen nul op het moment dat de gepensioneerde de leeftijd bereikt waarop de deelnemer in dat fonds gemiddeld komt te overlijden. Dit vormt een communicatierisico. Wellicht is het beter om in de uitkeringsfase primair in uitkering te communiceren, en als toelichting in de tweede laag ook de ontwikkeling van het vermogen te laten zien.

2. Het wordt meer: deelnemers redeneren vanuit een winstframe

Communiceren in het daadwerkelijk opgebouwde vermogen maakt dat de waarde van het pensioen jaarlijks zichtbaar toeneemt. Alleen al omdat er premie bijkomt. En er vanuitgaande dat er jaarlijks enig rendement wordt gemaakt (hetgeen voor de meeste jaren zal gelden) meestal nog wat meer. Het vermogen neemt dus langzaam toe. Net zoals dat het geval is bij bijvoorbeeld een spaarrekening. Daarnaast gaat het bij pensioenvermogen niet om geringe bedragen. Dit geeft de consument een goed/rijk gevoel. Doordat de deelnemer zijn vermogen ziet groeien zal hij eerder vanuit een winstframe redeneren, in plaats van een verliesframe wat gebeurt bij de huidige uitkeringsregeling; waarbij de deelnemer wat hij krijgt afzet tegen wat hem is 'beloofd'.

Tegelijkertijd zien de gepensioneerden jaarlijks hun pensioenvermogen afnemen. Wel ontvangen zij hiervoor een maandelijkse uitkering. Ook is waarschijnlijk te zien dat de afname van de pensioenpot (wanneer er een positief beleggingsresultaat wordt geboekt) minder groot is dan de uitkering die de deelnemer ontvangt. De positieve invloed van beleggingen op het pensioenvermogen van de deelnemer blijft zichtbaar.

Al zal de uitkeringsgerechtigde misschien meer vanuit een verliesframe redeneren als hij naar zijn pensioenvermogen kijkt.

3. Potentieel voor interactie

Het inzichtelijk maken van de opbouw van het vermogen is iets dat jaarlijks gecommuniceerd moet worden maar leent zich ook voor een hogere (online) communicatiefrequentie. Beleggingsopbrengsten zouden bijvoorbeeld ook elk kwartaal of elke maand kunnen worden bijgeschreven. Waardoor het pensioen steeds wat toeneemt. Daarmee kunnen er meer relevante en positieve contactmomenten met de deelnemer worden gecreëerd en gebouwd worden aan een verbinding tussen fonds en deelnemer. Ook het toevoegen van extra productkeuzes, zoals het zelf bepalen van de hoogte van de inleg, beleggingsportefeuilles etc. kunnen de contactfrequentie vergroten.

4. Kans voor vergroten pensioenbewustzijn

Pensioenbewust worden begint bij het openstaan voor pensioeninformatie. Is de consument bereid zich te verdiepen in het pensioen? Het uiteindelijke pensioenvermogen van een individuele deelnemer zal een omvang hebben die maakt dat het gevoelsmatige belang van pensioen bij consumenten toeneemt. Ook het oormerken als 'persoonlijk' kan er voor zorgen dat de motivatie om zich te verdiepen in het pensioen toeneemt. Het vervolgens op begrijpelijke wijze bieden van inzicht in de ontwikkeling van het pensioenvermogen kan daarna het pensioenbewustzijn vergroten.

4.4 Welke risico's kent IV-CR voor communicatie?

1. Geldillusie blijft

Het communiceren in opgebouwd pensioenvermogen geeft snel een gevoel van rijkdom. Burgers hebben op dit moment geen goed beeld bij het vermogen dat nodig is voor een levenslange pensioenuitkering. Met het persoonlijke pensioenvermogen zullen deelnemers zien dat het pensioenvermogen toeneemt en ook vermogens zien, die hun het gevoel van meer rijkdom geven dan daadwerkelijk het geval is. Zeker als er niet alleen het opgebouwde vermogen wordt gecommuniceerd maar ook het te verwachten pensioenvermogen.

Ook bij gepensioneerden kan het uitgekeerde maandelijkse bedrag tegenvallen ten opzichte van de grootte van het persoonlijke pensioenvermogen.

Mogelijk mitigerende maatregel:

In laag 2 (men moet doorbladeren, of doorklikken, zoals bijv. pensioen 123) van de communicatie ook laten zien hoeveel vermogen er nodig is om het huidige inkomensniveau voor te zetten (een soort van doelvermogen als referentiekader).

2. Illusie van een pensioenrecht blijft bestaan

Om de overschatting van het pensioen tegen te gaan schrijven de IORP-richtlijnen voor dat ook voor premieregelingen geldt dat er gedurende de opbouwfase gecommuniceerd wordt over het mogelijk te bereiken pensioen. Het communiceren van pensioenrechten bij een premieovereenkomst heeft als risico dat onder de deelnemers de illusie van een pensioentoezegging blijft bestaan.

Mitigerende maatregel:

Communicatie over te bereiken pensioen in laag 2 onderbrengen.

3. Gepercipieerde onzekerheid groeit

Het derde risico is een gevolg van het werken met scenario's tijdens de opbouw. Ook dit wordt voorgeschreven door de wet (Pensioenwet). Het doorrekenen van de scenario's resulteert in uitkomsten in bandbreedtes. Hoe groter de bandbreedtes zijn die gecommuniceerd moeten worden, hoe minder het de deelnemer helpt. Een thermometer die aangeeft dat uw temperatuur tussen de 36 en 40 graden ligt, geeft u toch ook geen comfort?

Communiceren in bandbreedtes kan wel leiden tot een groter gevoel van onzekerheid. Daarmee kan het vertrouwen van de consument ten opzichte van het pensioen worden ondermijnd. Uit diverse onderzoeken komt steeds weer naar voren dat de behoefte aan zekerheid rond de hoogte van het pensioen groot is. Grotere onzekerheid kan een negatief effect hebben op de reputatie van het pensioen(product en/of fonds).

Het feit dat de uitkering voor gepensioneerden ieder jaar opnieuw wordt berekend zal voor de gepensioneerden een groot gevoel van onzekerheid betekenen. Een grote groep deelnemers heeft, zoals in hoofdstuk X (pijnpunten) beschreven, een voorkeur voor een zeker pensioen, ook al is dat iets minder, dan een onzeker pensioen. Dat de gepensioneerde niet weet hoeveel zijn inkomen het volgende jaar zal bedragen zal een belangrijk gepercipieerd nadeel van dit stelsel zijn.

Mitigerende maatregel voor de opbouwfase:

Communicatie over bandbreedtes online en in laag 2 onderbrengen. Met duidelijk zichtbaar de risico's die mee worden genomen. Daarbij zouden als defaultweergave bijvoorbeeld alle risico's zijn aangevinkt maar kan de bezoeker van de website ook vinkjes uitzetten. En andere uitkomsten zien. Zo'n onlinesimulatie geeft de geïnteresseerde inzicht in de invloed van langlevens, beleggen en rente op het pensioenvermogen.

4. Verwachte toename keuzebehoefte

Veel deelnemers zijn voorstander van verplicht pensioensparen, en de mogelijkheid om tussentijds pensioen op te nemen heeft minder voorkeur dan andere pensioenkeuzes.

Niettemin kan door het zien van het eigen (grote) pensioenvermogen de behoefte aan zelfbeschikking toenemen. En dus ook het gevoel en de onvrede over 'geen vrije keuze' versterken; de consument ziet een grote pot geld die voor hem of haar bestemd is maar waar hij of zij niet aan mag komen.

Ook voor gepensioneerden kan dit een groot risico betekenen. De deelnemer ziet ieder jaar hoe groot zijn maandelijkse uitkering zal zijn, en deze wordt door het fonds bepaald. De deelnemer mag zelf niet bepalen hoeveel pensioen hij uit zijn eigen vermogen opneemt. Als een deelnemer bijv. ziek is, en verwacht eerder te overlijden, kan hij niet geld opnemen (uit persoonlijk pensioenvermogen) om er gebruik van te kunnen maken voor zorgkosten. Wanneer de deelnemer overlijdt gaat het eigen vermogen terug naar de collectieve pot en niet naar de nabestaanden van de deelnemer. Tegelijkertijd staat daar tegenover dat als een deelnemer ouder dan zijn levensverwachting wordt, en het pensioenvermogen op nul staat, dat de kracht van het pensioenfonds duidelijk wordt; het pensioenfonds blijft namelijk een pensioeninkomen uitkeren.

Met meer transparantie over de opbouw van het vermogen wordt ook het vergelijken van (de performance van) pensioenfonds en gemakkelijker; deelnemers kunnen de premie, de behaalde rendementen en kosten gemakkelijker vergelijken. Hierdoor kan de ontevredenheid over het niet kunnen kiezen van de eigen pensioenuitvoerder groter worden, zeker wanneer de pensioenuitvoerder relatief slecht presteert.

5. Verlies kan vertrouwen aantasten

Zorgen dat consumenten inzicht hebben en zich bewust zijn van hun financiële situatie is een van de zaken die wij als sector nastreven. Aan dit inzicht kleven echter ook nadelen. Eerder stipten we al aan dat mensen een verliesaversie hebben. Dat verklaart de behoefte aan zekerheid. Liever 'zeker minder' dan 'minder zeker'. Als er meerdere slechte jaren zijn, zal de consument met de communicatie van IV-CR dat veel concreter ook zelf zien op zijn persoonlijk overzicht en het als verlies ervaren. Het gevoel geld te verliezen kan de verliesaversie nog veel groter maken. Dit stimuleert maatschappelijke druk om meer keuzevrijheid te introduceren waarbij naar verwachting jongeren te weinig risico durven te lopen om een goed pensioenresultaat te bereiken. En daarmee de behoefte op zoek te gaan naar alternatieven (bijv. kiezen voor een andere manier van pensioensparen) vergroten.

6. Arm of rijk rekenen: nominaal en reëel

Het laatste maar daarmee niet het minst belangrijke risico gaat over het reëel communiceren naar een doelgroep die denkt en redeneert vanuit een nominaal kader. En iets niet krijgen (indexatie) als minder erg ervaart dan iets ergens afhalen (verlagen) terwijl het rationeel gezien hetzelfde kan zijn.

Het persoonlijk pensioenvermogen is een absoluut bedrag. Dat elk jaar toeneemt door premieafdracht en beleggingsresultaten. Tegelijkertijd nemen jaarlijks de kosten van levensonderhoud toe. Dat wordt in de volksmond inflatie genoemd. In absolute termen (euro's) kan het vermogen daardoor meer toenemen dan in relatieve termen (waarde/koopkracht). Mensen realiseren zich dit veelal niet.

Dat is niet erg zolang het pensioen(vermogen) zoveel stijgt dat het de inflatie bij kan houden. Op het moment dat dat niet meer kan (zoals veel fondsen nu niet kunnen indexeren) stijgt het pensioen eigenlijk niet voldoende om de stijgende kosten van het levensonderhoud bij te houden. In de sector en de media wordt hierover gesproken alsof het pensioen minder wordt. Dat is vanuit het referentiekader van de consument niet waar. De consument redeneert namelijk vanuit absolute bedragen.

Het is wel waar dat het geld minder waard is.

Om consumenten te beschermen tegen wat we noemen 'de geldillusie' heeft de wetgever daarom bedacht dat de pensioenaanspraken in scenario's moeten worden gecommuniceerd. Scenario's waarin de effecten van deze inflatie zijn verwerkt. Het risico van communicatie in bandbreedtes op zich werd onder punt 2 al besproken.

De (overigens rationeel begrijpelijke) correctie die in deze berekening wordt gemaakt voor toekomstig verwachte inflatie maakt nog niet dat de consument hierdoor een realistische verwachting krijgt. Het zou juist wel eens kunnen botsen met de denkwijze/redenatiewijze van de 'gewone man'. Juist de argumentatie dat mensen denken in het NU maakt dat zij ook het opgebouwde pensioen projecteren op het nu. Als het opgebouwde pensioen vervolgens wordt doorgerekend met allerlei toekomstige scenario's wordt er een vergelijk gemaakt tussen twee verschillende werkelijkheden.

Met de Wet Verbeterde premieregeling lijkt het erop dat nu ook pensioenuitvoerders met een premieregeling verplicht zijn een inflatiegecorrigeerd pensioen te moeten communiceren (euro's van nu). Het actuariskantoor Milliman rekende uit: een veertigjarige met een nominaal verzekerd pensioen van € 10.000,- krijgt in het mediane scenario over 27 jaar, omgerekend naar euro's van nu, maar circa € 6.700,-, als gevolg van 1,4% inflatie. In het optimistische scenario is dat € 8.900,-, in het pessimistische € 5.000,-. Bij deze scenario's horen gemiddelde inflatiepercentages van respectievelijk 1,5%, 0,4% en 2,6%.

Als het referentiekader van de consument € 10.000,- is en dergelijke berekeningen met bovenstaande bedragen worden straks gecommuniceerd, dan gaan consumenten dit ervaren als 'verlagen' of wel 'afpakken wat van hun is'. Vooral in de transitieperiode is dit een groot reputatierisico.

Daarnaast is de kans groot dat men denkt straks in absolute zin € 8.900,-, € 6.700,- of € 5.000,- te krijgen. Terwijl er in de boeken dus € 10.000,- staat. Vanuit de gedachte 'underpromise, overdeliver' hoeft dit overigens niet verkeerd te zijn. Maar het is van de consument niet te volgen dat je drie scenario's communiceert en in de eigen administratie eigenlijk nog een vierde bedrag als nominaal verzekerd pensioen hebt staan. Het communiceren van pensioenvermogen vanuit een reëel referentiekader met mensen die een nominaal referentiekader hebben, lijkt rationeel logisch en verstandig maar of de consument dit ook zo ervaart, is dus maar de vraag. Het zou wel eens een mogelijke bron van nieuwe misvattingen kunnen zijn.

Daarentegen is het de vraag wat het risico is van het blijven communiceren van hetzelfde absolute bedrag van € 10.000,-. De consument zal dit bedrag immers steeds relateren aan zijn eigen referentiekader. Bijvoorbeeld de wekelijkse boodschappen. En als de prijs van dat referentiekader stijgt, realiseert hij zich geleidelijk aan dat de € 10.000,- straks minder waard is dan nu. Alleen zal dat niet worden ervaren als verlagen, afpakken of de schuld van de pensioenuitvoerder.

7. Afschaffen doorsneepremie

Het afschaffen van de doorsneepremie lijkt in eerste instantie een kans voor communicatie. De boodschap dat jongeren niet langer voor ouderen betalen is een boodschap waarin de waarde gelijkheid (en eerlijkheid) centraal kan staan. Echter, de vraag is wel wat de kosten zijn voor het afschaffen van de doorsneepremie en wie deze kosten zal moeten betalen. Als de rekening hiervoor toch (via een hogere premie) voor lange tijd bij deelnemers komt te liggen, dan is communicatief gezien het afschaffen van de doorsneepremie een risico dat draagvlak (verder) afneemt in plaats van toeneemt.

4.5 Biedt variant IV-CR mogelijkheden om acceptatie en het vertrouwen van pensioen te vergroten?

De introductie van variant IV-CR biedt volgens ons de mogelijke aanknopingspunten om een aantal misvattingen rondom pensioen weg te nemen en tegemoet te komen aan de geïdentificeerde pijnpunten. Het is echter niet de heilige graal voor het herstel van het vertrouwen.

De IORP-richtlijnen rond het communiceren over de verwachte pensioenuitkering en het daaraan gerelateerde voorschrift dit te doen met bandbreedtes zijn voor het herstel van het vertrouwen een serieuze bedreiging.

In hoofdstuk 1 zijn de huidige pijnpunten en misvattingen beschreven. Vanuit een deelnemersperspectief komen wij daarbij op de 4 hoofdpunten.

In onderstaande tabel is weergegeven welke pijnpunten dat zijn, welke ervaring/emotie dat oproept bij deelnemers en of variant IV-CR mogelijkheden biedt om dat op te lossen. In bijlage 4 zijn alle misvattingen/pijnpunten opgenomen.

Pijnpunt	Ervaring/emotie deelnemers	Biedt variant IV-CR mogelijkheden om dit op te lossen?
1. Onzekerheid	“Ik weet niet wat ik straks krijg”, “ik weet niet of er nog iets over is als ik met pensioen ga”, “ik weet zelfs niet of ik mijn inleg wel terug zal krijgen”.	Inschatting is dat variant IV-CR hetzelfde zekerheidsgevoel geeft als het gevoel dat men heeft bij een spaarrekening. Het gevoel dat er straks niks meer over is of de inleg terug zal waarschijnlijk afnemen als er gecommuniceerd wordt met het opgebouwde vermogen. Dat laat onverlet dat het gevoel van stabiliteit en daarmee vertrouwen in de financiële sector als geheel weer moet groeien. Dat vraagt om een goed verhaal (tell me), transparantie (show me) maar vooral om goed gedrag en geen incidenten (proof me). Voor gepensioneerden wordt het inkomen dat zij krijgen minder stabiel en zeker; ieder jaar wordt opnieuw berekend hoeveel zij aan maandelijks pensioen krijgen.
2. Geen keuzevrijheid	“Ik ben verplicht om deel te nemen”, “ik kan niet zelf mijn fonds kiezen”, “ik heb geen enkele inspraak in de wijze waarop belegd wordt”, “de regeling is niet op mijn persoonlijke situatie afgestemd.”	Variant IV-CR biedt in de huidige opzet geen keuzevrijheid op fondsniveau of op beleggingsniveau. Hoewel in de praktijk mensen vaak geen gebruik maken van keuzemogelijkheden is het aanbieden daarvan wel een goede mogelijkheid om acceptatie en draagvlak te vergroten. Het feit dat de prestaties van verschillende fondsen gemakkelijker vergeleken kunnen worden zou dit pijnpunt kunnen versterken.
3. Het stelsel is te complex	“Ik begrijp niets van pensioen.” Het gevolg is een veelheid aan misvattingen (zie bijlage)	Variant IV-CR biedt mogelijkheid tot meer transparantie en het wegnemen van misvattingen Geen omslagstelsel: Het pensioen wordt op een persoonlijke rekening gestort, en men ziet wat er bijkomt of afgaat. De waarde van beleggen: Men ziet de bijdrage van de beleggingen in concrete euro's op de persoonlijke pensioenrekening. Waardoor het vermogen tijdens pensionering zelfs groeit, of minder afneemt dan met de maandelijks uitkering. Meer dan de inleg:

		Men ziet het persoonlijke pensioenpotje groeien tijdens de opbouwfase, en men ziet hoeveel men zelf heeft ingelegd. Geen 70% zeker: Men ziet dat het pensioen variabel is en afhankelijk van een aantal factoren. Men ziet te allen tijde hoeveel pensioengeld men op het moment heeft. Het verplicht moeten communiceren over de verwachte uitkering en het moeten toepassen van een correctie op verwachte inflatie maakt dat we met de communicatie een rationeel verhaal proberen uit te leggen aan niet rationele breinen.
4. Slecht imago pensioenfondsen/ Identificatie met pensioenfonds	“Ik herken me niet in de mensen die mij vertegenwoordigen of de bestuurders.”, “het zijn zakkenvullers”.	Variant IV-CR maakt de kosten van de pensioenuitvoering transparanter. Dit kan het beeld van ‘zakkenvullers’ positief beïnvloeden.

4.6 Conclusies analyse IV-CR

De onderzoeksgroep is van mening dat variant IV-CR een aantal belangrijke kansen op communicatievlak biedt voor de pensioensector. Door het inzicht in de opbouw van het pensioen kunnen belangrijke misvattingen worden weggenomen. Daarnaast wordt het pensioen meer naar het heden gehaald, en zullen deelnemers het pensioen vanuit een ander referentiekader bekijken, de actieve deelnemers tenminste. Daardoor zullen zij eerder pensioen vanuit een winstframe beleven. Wij denken dat de communicatie van variant IV-CR het vergelijken tussen pensioenaanbieders voor consumenten gemakkelijker maakt. Dit helpt in de transparantie maar kan tegelijkertijd eventueel bestaande onvrede vergroten over het feit dat men niet zelf het pensioenfonds kan kiezen. Daarnaast kan het feit dat deelnemers zien dat zij een groot pensioenbedrag hebben er toe leiden dat zij zich ten onrechte ‘rijk rekenen’ en het gemis aan zelfbeschikking benadrukken. Voor gepensioneerden brengt deze variant meer onzekerheid met zich mee omdat ze geen vaste uitkering zullen hebben; ieder jaar wordt opnieuw bepaald hoeveel inkomen gepensioneerden dat jaar krijgen.

Net zoals de wetgever streeft de pensioensector na dat consumenten een goed en realistisch beeld hebben van hun pensioensituatie. Het ook voor variant IV-CR geldende wettelijk kader, waarbij wordt voorgeschreven dat er zowel de te verwachte pensioenuitkering en als de inflatie-gecorrigeerde uitkering of pensioenvermogen wordt gecommuniceerd, achten wij vanuit verwachtingsmanagement en begrijpelijke communicatie niet wenselijk. Beide zaken vragen in de communicatie om nuances en toelichting en zijn daarom in onze optiek in ieder geval niet geschikt voor laag 1 communicatie.

5. Hoofdstuk 5: Verwijzingen

Bronnen hoofdstuk 1

Autoriteit Financiële Markten (2015). Neem drempels weg opdat Nederlanders in actie komen voor hun pensioen. www.afm.nl

Albers, Ilona (xxxx). Masterscriptie Communicatiewetenschappen. Universiteit van Amsterdam.

Ariely, Dan (2012). Predictably irrational. The hidden forces that shape our decisions. Harper Collins USA.

Bodie, Zvi en Henriëtte Prast (2011), Rational pensions for irrational people. Netspar discussion paper 09.

Chun, 2005

Dalen, van & Henkens. Vertrouwen in de pensioensector. Trends en determinanten. TPE Digitaal, 9(1), 1–20.

De Nederlandsche Bank N.V.. Staat van het Toezicht 2015 (2016). www.dnb.nl

Ersner–Hershfield, Wimmer & Knutson (2009), Saving for the future self: Neural measures of future self–continuity predict temporal discounting. Social Cognitive and Affective Neuroscience. p. 85–92.

Fombrun en Van Riel (2004)

Fombrun, Gardberg & Sever 2000), eerste publicatie Reputation Quotient model in the journal of brands.

Groenland (2002)

Gardberg & Fombrun, (2002)

Geest van, Rikke (2014). Weinig vertrouwen in pensioenfondsen. Nugeld.nl: <http://www.nu.nl/pensioen/3852040/weinig-vertrouwen-in-pensioenfondsen.html>

Lamme, 2015: <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/10/07/oud-dat-is-eng-en-dus-negeren-we-ons-pensioen-1542188-a1272298>

Motivaction in opdracht van APG (2014). Handboek Pensioen Persona's.

Motivaction in opdracht van de Pensioenfederatie (2011). Zin en onzin van pensioen. Pensioenfederatie.

Pensioenfederatie (2016). Pensioenkennis en vertrouwen gaan hand in hand. Pensioenfederatie, Erasmus Universiteit Rotterdam, Motivaction, Zegwaart Consultancy.

Prast en van Soest (2014). Pensioenbewustzijn. Netspar Panel Paper 37.

Schors, Anna van der & Warnaar, Marcel (2015). De Nederlanders en hun pensioen. Hoe mensen financieel zijn voorbereid op hun pensioen. Nibud.

Schwaiger, 2004

Schwartz, 2004

SER-advies (2015). Toekomst pensioenstelsel. SER.

Service Science Factory in opdracht van APG (2013). Belemmerende factoren in pensioencommunicatie)

Vonken en Iking, (2016). Neuromarketing: hoe ons onderbewuste over pensioen denkt. MOA jaarboek: ontwikkelingen in het marktonderzoek.

Wiebke Eberhardt, Chantal Hoet, Elisabeth Brüggem en Thomas Post. Ontwikkelingen in het marktonderzoek Jaarboek 2016 . – MarktOnderzoekAssociatie onder red. van A.E. Bronner [et al.] . Haarlem: Spaar en Hout, 2016 . – p. 195–210

Wijzeringeldzaken.nl (2016). 6 op de 10 Nederlanders kijken vooruit bij financiële beslissingen.

Bronnen hoofdstuk 2

Alignment factor, Cees van Riel, maart 2012

Bestuursnotitie Pensioenfederatie, 18 maart 2016

Institutioneel Benchmarking Instituut – uitkomsten enquête imago pensioensector, 24 augustus 2016

Perspectiefnota Toekomst Pensioenstelsel, 8 juli 2016

SER–advies Toekomst Pensioenstelsel, februari 2015

Bronnen hoofdstuk 3

Berden en Kok (2013). in opdracht van de Pensioenfederatie. Solidair of Solitair. SEO economisch onderzoek.

Visser, Julie en de Pril, Maarten (juni 2013). Onderzoeksresultaten in het kader van consumentenbehoeften pensioenen. TNS Nipo, Verbond van Verzekeraars.

Pensioenfederatie (2016). Pensioenkennis en vertrouwen gaan hand in hand.

Pensioenfederatie, Erasmus Universiteit Rotterdam, Motivaction, Zegwaart Consultancy.

Bijlagen

Bijlage 1: Initiatieven gericht op emotie en personal appeal

Uit het onderzoek van de Pensioenfederatie (2016) blijkt dat kennis een middel is om vertrouwen in het stelsel te krijgen/herwinnen (pagina 9). Echter, in de communicatie inzetten op kennisoverdracht is niet de oplossing omdat daarmee voorbij wordt gegaan aan de emotionele component. De laatste jaren zijn er nieuwe initiatieven gestart, meer gericht op emotie en personal appeal. Hieronder noemen we een aantal initiatieven met hun doelstellingen om te illustreren dat de huidige trend in pensioencommunicatie meer gericht is op emotie en gevoel dan op kennis.

De tijd van je leven start nu

Sinds 2014 voert de Pensioenfederatie een jongerencampagne om *vertrouwen in het stelsel te herwinnen* op basis van de kernboodschap: 'er is altijd pensioen voor je'. De campagne richt zich op het activeren van de doelgroep 25–35 jaar aan de hand van trends die aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep(www.tijdvanjeleven.nl).

Pensioen Aan

Pensioen Aan is een initiatief van jonge werknemers uit de pensioenwereld. Zij willen *starters in andere sectoren helpen om meer te begrijpen van pensioen, pensioen minder complex presenteren en dichterbij brengen* (www.pensioenaan.nl).

PensioenLab

Voor wie zijn steentje wil bijdragen aan de toekomst van pensioen is er het PensioenLab, een initiatief van drie jongerenbonden. Het PensioenLab is een *denktank en behartigt de belangen van jongeren in pensioenthema's*. Door ze te informeren, te betrekken, op te leiden en uit te nodigen hun stem te laten horen. Onderdeel van het PensioenLab is een Kweekvijver waarin jongeren worden klaargestoomd voor een actieve rol in een pensioenfondsbestuur of verantwoordingsorgaan (www.pensioenlab.nl).

Thematische campagnes

Om bij te dragen aan een *positiever gevoel over pensioen* starten pensioenfondsen thematische campagnes 'ABP fossielvrij' (<http://gofossilfree.org/nl/abp/>) en de recente campagne van PFZW 'Een betere wereld door verantwoord beleggen'(<https://www.pfzw.nl/actueel/nieuws-van-pfzw/Paginas/Een-betere-wereld-door-verantwoord-beleggen.aspx>).

OnsPensioen.nl

De vijf grote pensioenfondsen en hun uitvoerders – verenigd in de ‘Schipholgroep’ – zijn recentelijk een nieuw initiatief gestart om samen te werken aan *vertrouwensherstel onder deelnemers door zich te richten op de emotie (hart) in plaats van de ratio (hoofd)*.

OnsPensioen is een programma dat zorgt voor verbinding tussen mensen met een tweesporen aanpak. Lopende initiatieven zoals ‘De tijd van je leven start nu’ en ‘Pensioen Aan’ kunnen mogelijk bij dit initiatief aanhaken.

- Gedragstroom: via zelfanalyse kijken naar verbeterpunten in ons gedrag door ogen van deelnemers. Het resultaat is een set aan voor de deelnemers relevante, aansprekende en controleerbare beloftes die de sector aan de stakeholders doet. Het zijn geen garanties. Parallel aan de zelfanalyse loopt het tweede spoor:
- Communicatiestroom: nieuwe aanpak die sterke kanten van het stelsel belicht en de meerwaarde van de collectieve aanpak. De mens staat centraal. Pensioen wordt simpel, inleefbaar en herkenbaar gemaakt. Primaire doel is vertrouwensherstel bij alle Nederlanders. Daarnaast zijn er sub-thema’s gericht op overige externe stakeholders (sociale partners, werkgevers, instituten, Den Haag, toezichthouders, NGO’s, media, verzekeringen & banken en consumenten- & belangenorganisaties) en een programma gericht op gedragsverandering van de 20.000 medewerkers binnen de sector zelf (interne stakeholders).

Bijlage 2: SWOT huidig stelsel

Om te bepalen welke veranderingen in communicatie op korte termijn haalbaar, passend en impactvol zijn, is gebruikt gemaakt van de zogeheten confrontatiematrix (SWOT). Dit model brengt alle in- en externe dimensies in kaart en onderlinge combinaties daarvan, waarvan daarna keuzes kunnen worden gemaakt. Op macro-/mesoniveau (demografisch, economisch, politiek, ecologisch, sociografisch en technologisch) leidt dit tot inzicht in de kansen en bedreigingen op pensioencommunicatievlak.

Op microniveau (binnen pensioenfondsen) leidt dit tot inzicht in sterkten en zwakten, wederom op pensioencommunicatievlak.

Kansen	Bedreigingen
K1: Nederland heeft een van de beste pensioenstelsels ter wereld. Ouderdomsarmoede komt door het vangnet van het collectieve stelsel (nagenoeg) niet voor. Het is een kans om dit meer te benadrukken naar de deelnemer; relatief staat de deelnemer er goed voor. Deze kans kan ook als sterkte worden benut door pensioenfondsen. K2: het pensioenstelsel heeft de afgelopen jaren diverse veranderingen ondergaan (bijvoorbeeld van eind- naar middelloon) waarbij de flexibiliteit van de pensioenfondsen ook als sterkte kan worden beschouwd. Er is nu echter sprake van een situatie die zich nog niet eerder heeft voorgedaan. De aanstaande transitie naar een nieuw stelsel is dermate omvangrijk en impactvol op de maatschappij, dat het kansen voor communicatie biedt om het stelsel opnieuw te positioneren. Hiermee kan de trend van dalend vertrouwen worden omgeboogen. K3: digitalisering biedt mogelijkheden tot meer transparantie: de deelnemer kan steeds makkelijker aan de knoppen draaien en inzicht verwerven over zijn pensioen. Dit is een kans omdat het de deelnemer een gevoel van keuzevrijheid kan geven (in plaats van huidige gevoel van gedwongen winkelnering). K4: digitalisering leidt tot betere service (persoonlijk/relevant), wat weer bijdraagt om de reputatie van de sector te versterken (producten en diensten zijn key-drivers van reputaties). Bovendien maakt digitalisering het eenvoudiger	B1: publieke opinie is sterk, vaak negatief en bestaat uit misvattingen (zie ook hoofdstuk 1, pagina 5–6): Ouderen: ‘De sector komt de afspraken niet na (onvoorwaardelijk pensioen)’ Jongeren: ‘Straks is er voor mij niets meer’ ‘Ik kan het zelf beter doen’ ‘Pensioenfondsen (bestuurders en medewerkers) zijn zakkenvullers’ ‘Ik begrijp niet waarom er gekort moet worden met zoveel geld in kas’ ‘Pensioenfondsen kunnen niet beleggen. Geld is verdampt.’ B2: economische schommelingen worden zichtbaar in prestaties van pensioenstelsel (dekkingsgraden, beleggingsrendementen). Burgers begrijpen niet wat ‘volatiele markten’ zijn en de impact van de lage rente op pensioen. Deze volatiliteit draagt bij aan de misvattingen en de onzekerheid (zie ook hoofdstuk 1, pagina’s 5–6). B3: het pensioenstelsel is ontworpen halverwege de vorige eeuw; verschillende opiniemakers en beleidsmakers achten het stelsel niet meer passend in deze tijd. We zien de volgende bedreigingen. Het stelsel kampt met een stijgende levensverwachting. De financiële markten zijn turbulent en de rente is al een tijd heel laag. Gevolg is dat de verwachtingen van deelnemers over een in hoge mate zeker en waardevast pensioen de laatste jaren niet worden waargemaakt. Toeslagverlening blijft steeds vaker

om pensioen persoonlijker te maken en segmentatie toe te passen ('one size doesn't fit all'). K5: de demografische samenstelling van de bevolking is dermate ingrijpend veranderd, dat solidariteit tussen jong en oud niet langer impliciet is. Afschaffing van de doorsneepremie kan hierdoor makkelijker geaccepteerd worden. Het is een kans om de afschaffing van de doorsneepremie als verbetering van het stelsel voor de deelnemer te positioneren.	bij een ambitie en kortingen zijn in aantocht. Een modern en toekomstbestendig pensioenstelsel moet enerzijds collectief en solidair zijn en anderzijds beter inspelen op het individu en persoonlijke keuzes. B4: pijlers 2 en 3 lopen steeds meer in elkaar over (denk aan pensioenadvies, pensioenplanning, pensioensprekuren) hetgeen leidt tot minder duidelijkheid en wat ook kan leiden tot spill-over effecten. B5: het stelsel heeft te maken met/te lijden onder tempo politieke besluitvorming. Daarbij mogen we ons de kritische vraag stellen of de sector zich verschuilt achter wet- en regelgeving en toezicht. Het is een bedreiging omdat er ongewenste spill-over effecten ontstaan: sector neemt ambtelijk imago over van overheid en dit gaat ten koste van de emotionele aantrekkelijkheid van de fondsbesturen. B6: de laatste jaren zijn maatregelen genomen (AOW beweegt mee met levensverwachting, aanpassing financiële spelregels om schokken over langere tijd te spreiden, invoering Wet pensioencommunicatie, Wet versterking bestuur etc.) om de schokbestendigheid van het stelsel te verbeteren en vertrouwen te herstellen. Desondanks is het draagvlak voor het stelsel afgenomen en dat is een bedreiging. B7: de opkomst van zzp'ers en flexkrachten zijn het gevolg van veranderingen op de arbeidsmarkt. Deze groepen bouwen veelal te weinig pensioen op.
Sterkten	Zwakten
S1: het grootste deel van de werknemers bouwt in het huidige stelsel een pensioen op, inclusief een goede bijdrage van de werkgever en de beleggingsresultaten. Hierdoor ontvangen werknemers drie tot vier keer hun inleg. Misvattingen over de hoogte van de inleg zijn opgenomen in hoofdstuk 1, pagina's 5-6.	Z1: het gebrek aan transparantie van de werking van het stelsel en de inhoud van pensioen heeft geleid tot meer regelgeving (Wet Pensioencommunicatie). Maar regelgeving kan het gevoel bij de deelnemer dat pensioencommunicatie effectief is (= ontvanger begrijpt, waardeert de boodschap en neemt actie conform handelingsperspectief) niet afdwingen.

S2: 63% van de fondsbestuurders vindt dat transparantie over de verhouding kosten, risico's en rendementen het imago van de sector positief kan veranderen (bron: Institutioneel Benchmarking Instituut – uitkomsten enquête imago pensioensector, juli 2016). Het is een sterkte omdat draagvlak bij fondsbestuurders voor meer openheid kan bijdragen aan verbetering van het imago.

S3: pensioen is een verplichting via de werkgever en zorgt daardoor voor een gegarandeerde instroom van nieuwe deelnemers/premie inkomsten (gedwongen winkelnering).

S4: er blijft altijd behoefte aan inkomen voor later. Het product is en blijft dus relevant.

S5: Nederland heeft traditioneel een goed overleg tussen de overheid en de sociale partners (poldermodel).

Pensioenfondsen zoeken naar methoden om de deelnemer beter te bereiken waarbij duidelijk is dat meer informatie niet de oplossing is.

Z2: pensioen is (en blijft) een low interest product.

Z3: stakeholder alignment, het bouwen van duurzame relaties met alle in- en externe belangengroepen (van deelnemers en werkgevers tot toezichthouders en consumentenorganisaties) om succesvol te kunnen zijn, staat bij veel pensioenfondsen nog in de kinderschoenen.

Z4: we maken de beloften van 70% pensioen niet waar. We indexeren niet en we verlagen zo nodig. Pensioenfondsen vragen zich af of dat te repareren is met reputatiemanagement. Dat kan een reden zijn waarom reputatiemanagement, de mate waarin een bedrijf zijn belofte aan de stakeholders structureel waarmaakt, bij veel pensioenfondsen nog in de kinderschoenen staat. (Zie ook hoofdstuk 1, reputatie-onderdelen bij dilemma's, pagina's 10-11).

Z5: product- en brandmanagement van verschillende fondsen toont te weinig onderscheidend vermogen, relevantie, waardering en bekendheid ('onze size doesn't fit all'). Vanwege verplichtstelling en regelgeving is deze wijze van denken vaak nog zeer beperkt aanwezig binnen de fondsen.

Z6: pensioenfondsen voelen zich kwetsbaar door kritische houding van media, politiek en toezichthouders.

Z7: werkgevers dragen substantieel bij aan de opbouw van pensioenen maar zijn te bescheiden in het opeisen van de 'credits'. Deelnemers hebben daardoor onvoldoende beeld bij de rol die de werkgever speelt bij de pensioenopbouw. Het is een zwakte omdat door de beperkte invulling van positieve pensioencommunicatie door de werkgever, de interne positionering suboptimaal is.

Bijlage 3: Confrontatiematrix

Sterkten versus kansen: focus nieuw beleid	Sterkten versus bedreigingen: focus op sterkten
S1/K1: het huidige Nederlandse pensioenstelsel borgt dat werknemers drie tot vier keer hun inleg ontvangen. De collectiviteit voorkomt (nagenoeg) ouderdomsarmoede. S2/K2: de meerderheid van de fondsbestuurders gelooft dat transparantie het imago van de sector positief kan veranderen. Veranderingsgezindheid van de dominante coalitie binnen de fondsen is het begin van de verandering van binnenuit. Dit creëert kansen om het stelsel nu en in de toekomst krachtig te positioneren (pensioenstelsel 2.0) en reputatiemanagement. S3/K3: de technologie (digitalisering) biedt kansen om de beleving van deelnemers dat ze toch geen invloed hebben op pensioen (verplichtstelling) bij te sturen door middel van bijvoorbeeld online keuzes aanbieden. De deelnemer heeft behoefte aan autonomie maar let wel op effect van 'anticipation of regret' (spijt bij aanbod van teveel keuzes). S4/K4: de technologie (digitalisering) biedt kansen om de behoefte van deelnemers – nu en in de toekomst – te vertalen naar relevante pensioenproducten en diensten. Presteren deze producten en diensten excellent dan zal het draagvlak voor 'license to operate' toenemen. S5/K5: De groeiende maatschappelijke acceptatie van afschaffing van de doorsneepremie biedt nieuwe kaders c.q. kansen voor het overleg tussen overheid > sociale partners > werkgevers om afspraken te maken die beter tegemoet komen aan de behoeften in de maatschappij (diversificatie, maatwerk, emancipatie).	S1/B1: de publieke opinie is dermate negatief dat het de positieve boodschap van drie tot vier keer de inleg terug overstemt. S2/K2: de meerderheid van de fondsbestuurders is bereid transparanter te communiceren om zo het imago van de sector te verbeteren. Maar hoe geloofwaardig is dit als de deelnemer nog leest over tegenvallende prestaties, en dit alles verpakt in voor hem/haar onbegrijpelijk pensioenjargon? S3/B3: de gegarandeerde instroom van nieuwe deelnemers en premie-inkomsten is een model uit het stelsel van de afgelopen 50 jaar (pensioen 1.0). De vraag is of en hoe dit gaat veranderen in het nieuwe stelsel (pensioen 2.0). S4/B4: er blijft behoefte bestaan aan pensioen in welk stelsel dan ook maar welke invloed heeft vervaging tussen pijler 2 en 3? Komen er nieuwe toetreders op de markt en neemt transparantie dan verder af? S4/B5: het product blijft relevant maar heeft een ambtelijk imago. S4/B6: of er behoefte is aan pensioen is niet de vraag maar wel of de genomen maatregelen van de afgelopen jaren afdoende zijn geweest voor het creëren van een toekomstig pensioenstelsel. Het vertrouwen in het pensioenstelsel lijkt te blijven dalen van 60% in 2015 naar 50% in 2016 (bron 'Staat van Toezicht' door DNB uit 2016). S4/B7: de veranderingen in de arbeidsmarkt zetten mogelijk de besluitvorming aan de cao-tafels in het overleg met de overheid onder de druk.
Zwakten versus kansen: focus op kansen	Zwakten versus bedreigingen: kernprobleem
Z1/K1: ook al is het Nederlandse pensioenstelsel een van de beste ter wereld, het gebrek aan transparantie van de werking en de inhoud van pensioen heeft geleid tot vertrouwensverlies, laag pensioenbewustzijn en misvattingen (over bijvoorbeeld het stelsel, de rol van beleggen en hoogte van pensioen). Z2/K2: herpositionering van een low interest	Z1/B1: transparantie is een belangrijke voorwaarde voor de geloofwaardigheid en betrouwbaarheid van pensioenfondsen. De publieke opinie is genadeloos: men begrijpt, waardeert de boodschap niet en neemt onvoldoende actie. Z2/B3: het meegroeien in het huidige stelsel in de moderne tijd heeft geleid tot het ontwerp van

product is een communicatievraagstuk van formaat. Initiatieven zoals OnsPensioen proberen hier een antwoord op te vinden. Z3/K3: real time zichtbaarheid van pensioenaanspraken en het maken van online keuzes komt ten goede aan deelnemers. Overige in- en externe stakeholders worden nog niet via stakeholder alignment ontsloten. Z4/K3: transparantie via digitalisering creëert kansen voor reputatiemanagement gericht op alle in- en externe stakeholders. Z5/K4: onderscheidend vermogen, relevantie, zichtbaarheid, waardering en bekendheid van product- en brandmanagement kan toenemen door digitalisering. Denk hierbij aan investeringen in excellente service waardoor de (dagelijkse) ervaringen van deelnemers met pensioen verbeteren. Z6/K4: het waarmaken van de belofte wordt zichtbaar in producten en diensten. Als deze door verruiming van technologische mogelijkheden in kwaliteit toenemen, hebben pensioenfondsen een krachtiger antwoord op kritische vragen van media, politiek en toezichthouders. Z7/K5: werkgevers zijn te bescheiden in het opeisen van de 'credits'. Deze gap kan bij verandering van het stelsel op het vlak van doorsneepremie alsnog positief worden ingevuld.	nieuwe blauwdrukken (I-B en IV-C). Maar pensioen is en blijft een low interest product. Nieuwe initiatieven zoals OnsPensioen richten zich op gedragsveranderingen om vertrouwen in pensioen te herstellen. Z3/B1: het bouwen van duurzame relaties met in- en externe belangengroepen staat in de kinderschoenen. De negatieve publieke opinie is een krachtige tegenstroom om daarbij rekening te houden. Z4/B2: 'license to operate' staat ter discussie: er is wantrouwen over vermogen (en integriteit) van pensioenfondsen om pensioengeld adequaat te beheren/te beleggen, mede ook door aanhoudende negatieve berichtgeving door fondsen zelf en in media (kortten, dalende dekkingsgraden, geen indexatie, lagere rendementen etc.). Z5/B3/B5: het pensioenstelsel is gedateerd, product- en brandmanagement komt niet van de grond omdat dit niet past in ambtelijke en traditionele cultuur van sector. Z6/B6: ondanks alle maatregelen om huidig stelsel toekomstbestendig te maken, is kritische houding van media, politiek en toezichthouders niet veranderd. Er zal een nieuwe koers moeten worden ingeslagen. Z7/B4: werkgevers doen nog te weinig om het pensioenproduct positief te 'laden' vanuit de eigen rol.
---	---

Bijlage 4: Checklist communicatie-uitdagingen

Aandachtspunt	Huidige stelsel	I-B	IV-CR
Misvatting: pensioen is een omslagstelsel	Men denkt dat men premie betaalt voor het pensioen van de gepensioneerden van nu.	De kans is groot dat deze misvatting blijft bestaan als gevolg van het collectieve karakter van deze overeenkomst. Wel biedt het afschaffen van de doorsneepremie kansen om te laten zien dat iedereen een gelijke premie (percentage) gaat betalen.	Het pensioen wordt op een persoonlijke rekening gestort, en men ziet wat er bijkomt of afgaat vanwege solidariteitsredenen: biometrische rendementen worden bij- of afgeschreven en men ziet dat er verder nog een groot gedeelte van het pensioen 'eigen vermogen' blijft. Daarnaast kunnen de regels voor het vloeien van pensioenvermogen naar- en van de collectieve buffer duidelijk worden gemaakt.
Misvatting: beleggen met de pensioengelden leidt tot een laag, of geen pensioen/sparen is beter	De bijdrage van beleggingen, en de risico's van beleggingen zijn voor veel deelnemers niet duidelijk.	We kunnen (ook nu al) deelnemers een overzicht geven met daarin de volgende bedragen: u heeft X ingelegd uw opgebouwde pensioen is Y waard Omdat met zeer grote waarschijnlijkheid het opgebouwde pensioen (Y) hoger is dan de ingelegde premie (X) kan dit veel comfort geven aan de deelnemer: hij ziet dat hij waar krijgt voor zijn geld; dat er straks nog wat voor hem over is; dat pensioen een waardevolle arbeidsvoorwaarde is. We realiseren ons dat het inzichtelijk maken van de	Men ziet de bijdrage van de beleggingen in concrete euro's op de persoonlijke pensioenrekening. Verwachting is daarom dat bijdrage van beleggingen duidelijker wordt en dat duidelijk wordt dat beleggingen een belangrijke positieve rol spelen in het uiteindelijke pensioenbedrag.

		waarde van het pensioen ook risico's met zich mee kan brengen. Bijvoorbeeld omdat jaarlijks de waarde sterk kan fluctueren, afhankelijk van bijvoorbeeld de rente of andere factoren zoals de levensverwachting. Toch denken wij dat inzicht in de ingelegde premies en de waarde van het pensioen cruciaal zijn voor het vertrouwen in pensioenfondsen. Alleen dan kunnen fondsen aantonen dat deelnemers hun inleg dubbel en dwars terug krijgen.	
Misvatting: Ik krijg minder terug voor mijn pensioen dan ik inleg	Het is voor veel deelnemers niet duidelijk hoe hun pensioen is opgebouwd.	De opbouw in I-B is complex en daardoor moeilijk uit te leggen. Wel is het mogelijk om te laten zien wat de inleg is in combinatie met het opgebouwde pensioen. Zie de misvatting hierboven voor verdere toelichting.	Men ziet het persoonlijke pensioenpotje groeien, en men ziet hoeveel men zelf heeft ingelegd, en hoeveel het pensioen iedere maand/jaar stijgt of daalt dankzij beleggingen, uitvoeringskosten, premies (of uitkeringen) en solidariteitscontracten.
Misvatting: ik krijg sowieso 70% van mijn laatstverdiende salaris (25%)	Een kleine groep denkt nog dat zij onvoorwaardelijk recht hebben op een bepaald % pensioen t.o.v. laatstverdiende salaris.	Een van de kernboodschappen in I-B moet de onzekerheid zijn over het op te bouwen pensioen. Door alleen de inleg en de waarde van het pensioen te tonen en geen vast opbouwpercentage te hanteren, is de verwachting dat deze misvatting zal verdwijnen.	Men kan te allen tijde zien dat het pensioen variabel is en afhankelijk van een aantal factoren. Men ziet te allen tijde hoeveel pensioengeld men op het moment heeft, en kan dit dan zelf afzetten tegen het salaris. Daarnaast wordt het te verwachten pensioen in bandbreedtes weergegeven.
Laag vertrouwen	Het vertrouwen is de afgelopen 8 jaar gedaald naar minder dan 50% in 2015.	I-B lijkt gezien de complexiteit en de beperkte keuze-mogelijkheden niet bij te kunnen dragen aan het herstel van vertrouwen.	De verwachting is dat de transparantie bepaalde misvattingen kan wegnemen, waardoor het vertrouwen in de pensioenfondsen en het

			pensioenstelsel kan verbeteren. Zoals in het onderzoek van de Pensioenfederatie aangetoond (2016) leidt meer kennis van het stelsel tot een hoger vertrouwen (de deelnemer moet dan wel aandacht aan zijn persoonlijk pensioenvermogen besteden).
Achterblijvende financiële performance	Koopkracht van pensioenen is gedaald.	Pensioenverhogingen en – verlagingen worden losgekoppeld van inflatie. Er is geen sprake meer van een verplichte buffer. Uitgangspunt is een dg van 100%. Is het meer dan wordt er verhoogd. Is het lager dan wordt er verlaagd. In de beleving van deelnemers zal vooral de rekenrente een lastige factor blijven. Deelnemers begrijpen wel dat rendementen tegen kunnen vallen, maar we zien in het huidige stelsel ook al dat deelnemers het moeilijk accepteren dat er tegenvallers zijn door een (kunstmatig) lage rente.	Het wordt duidelijk welke rendementen een fonds heeft behaald met beleggingen. Het is ook duidelijker welk effect andere factoren, die niet controleerbaar zijn door het fonds, hebben op het pensioenvermogen van de deelnemer. Bijvoorbeeld: als de levensverwachting stijgt dan wordt met de persoonlijke pensioenrekening duidelijk dat het pensioenvermogen wel is gestegen, ook als de maandelijkse/jaarlijkse uitkering gelijk blijft, of misschien wel daalt.
Identificatie met pensioenfonds van deelnemers	De gewone man of vrouw herkent zich bijna niet in het bestuur van het pensioenfonds, en er is geen emotionele connectie met het pensioenfonds (overeenkomstige waarden bijvoorbeeld).	Identificatie met het fonds blijft lastig omdat I-B complex blijft en niet volledig aansluit bij de wensen/behoefte van deelnemers. Het nieuwe pensioencontract I-B sluit nog onvoldoende aan op de beleving en voorkeuren van deelnemers. Denk daarbij aan eenvoud en keuzevrijheid.	Dat men een eigen pensioenrekening bij het pensioenfonds heeft kan er voor zorgen dat men een sterkere band krijgt met het pensioenfonds omdat deelnemers meer eigendomsrecht (endowment effect) voelen met betrekking tot hun pensioen.

Gepercipieerde slagkracht van de pensioensector	Sector is al jaren in beweging om stelsel te hervormen.		Een verandering van het stelsel zal waarschijnlijk leiden tot een hogere gepercipieerde slagkracht, al heeft deze hervorming lang geduurd. Daarnaast is het de vraag in hoeverre deelnemers dit als een verbetering zien, alhoewel het systeem transparanter wordt is het wel zo dat het pensioen meer onzeker wordt; er wordt in bandbreedtes gecommuniceerd.
Geen keuze voor pensioenfonds	Dat men zelf niet mag kiezen wie het 'eigen' pensioengeld beheert, zorgt voor een gevoel van 'gedwongen winkelnering'.	Zolang deze keuze niet wordt aangeboden in het nieuwe contract, blijft dit gevoel bestaan.	De IV-CR variant voorziet niet in meer keuze voor de deelnemer, de deelnemer kan nog steeds niet kiezen bij welk fonds hij of zij wordt aangesloten. Dat het pensioen op deze manier transparanter wordt en een deelnemer als hij zijn pensioen bekijkt meteen inzicht krijgt in de rendementen + de gedachte dat een deelnemer wellicht meer eigendomsrecht voelt ten aanzien van zijn pensioen, kan er toe leiden dat het gevoel van geen keuze/autonomie versterkt wordt binnen dit stelsel, in plaats van dat dit effect verzwakt wordt. De deelnemer ziet duidelijk dat er van alles met zijn pensioenvermogen gebeurt, maar hij heeft hier geen invloed op.

Weinig keuzes m.b.t. pensioenregeling	Vooraf keuzes m.b.t. uitkering: pensioenleeftijd hoog/laag-constructie deeltijdpensioen uitruil NP & OP nettopensioen (>100k)	Keuzes om tijdelijk minder of meer op te bouwen, te kiezen voor meer of minder zekerheid zitten (nog) niet in I-B. Het gevoel van weinig keuzes kan hierdoor blijven bestaan.	Zie vorige punt.
Standaardoplossing voor iedereen/geen maatwerk (one size doesn't fit all)	Iedereen (binnen een bedrijfstak) krijgt hetzelfde pensioen.	Zie hierboven voor keuzes (pensioenfonds, pensioenregeling)	Zie vorige punt.
Pensioen wordt onbewust als negatief ervaren	Reactie: avoidance	Pensioen is een low-interest product. In de huidige opzet van I-B is de kans groot dat pensioen als negatief zal worden blijven ervaren. Oorzaak hiervan zijn complexiteit en beperkte keuzemogelijkheden.	Wellicht dat als de misvattingen zijn verholpen, en men pensioen meer als eigendom gaat zien dat pensioen positiever wordt ontvangen. Echter pensioen kan nog steeds geassocieerd worden met ouder worden, doodgaan, ziekte en armoede. Om deze uitdaging te verhelpen is sterke communicatie nodig en is het nieuwe stelsel waarschijnlijk geen oplossing.
Pensioen is niet zichtbaar in het 'nu'	Eigen (en werkgever-)inleg is nauwelijks zichtbaar.	Alleen als we in staat zijn om ook inleg in combinatie met waarde(stijging) te tonen.	Pensioen is meer zichtbaar; eigendomsrecht wordt waarschijnlijk als groter ervaren. Het pensioenvermogen is iets wat de deelnemer 'nu heeft'.
Hyperbolic discounting	Een onevenredig grote tijdsvoorkeur voor vandaag ten opzichte van morgen, die leidt tot	Inzicht geven in inleg en waarde pensioen kan helpen dat deelnemers zien dat zij waar krijgen voor hun geld en dat er wel degelijk straks nog geld voor hen beschikbaar is.	Omdat het vermogen dat men NU heeft ook duidelijk is, kan pensioen meer naar het heden worden gehaald. Deelnemers kunnen

	tijdsinconsistente beslissingen.		echter niet bij het pensioengeld, waardoor er nog steeds enige vorm van 'present bias' zal worden ervaren.
Geldillusie	Neiging te denken in nominale in plaats van reële termen.	De kans is groot dat deze misvatting blijft bestaan als gevolg van het collectieve karakter van deze overeenkomst. Wel biedt het afschaffen van de doorsneepremie kansen om te laten zien dat iedereen een gelijke premie (percentage) gaat betalen.	Deze illusie blijft bestaan.
Referentiekaders	Welvaartsvast pensioen Dekkingsgraad % inkomen t.o.v. laatste salaris	We kunnen (ook nu al) deelnemers een overzicht geven met daarin de volgende bedragen: u heeft X ingelegd uw opgebouwde pensioen is Y waard Omdat met zeer grote waarschijnlijkheid het opgebouwde pensioen (Y) hoger is dan de ingelegde premie (X) kan dit veel comfort geven aan de deelnemer: hij ziet dat hij waar krijgt voor zijn geld; dat er straks nog wat voor hem over is; dat pensioen een waardevolle arbeidsvoorwaarde is. We realiseren ons dat het inzichtelijk maken van de waarde van het pensioen ook risico's met zich mee kan brengen. Bijvoorbeeld omdat jaarlijks de waarde sterk kan fluctueren, afhankelijk van bijvoorbeeld de rente of andere factoren zoals de	Referentiekader is eigen inleg; winsten en verliezen worden duidelijker doordat men het eigen potje ziet groeien of afnemen per jaar.

		levensverwachting. Toch denken wij dat inzicht in de ingelegde premies en de waarde van het pensioen cruciaal is voor het vertrouwen in pensioenfondsen. Alleen dan kunnen fondsen aantonen dat deelnemers hun inleg dubbel en dwars terug krijgen.	
--	--	--	--

Pensioenfederatie

De Pensioenfederatie is de overkoepelende belangenbehartiger van bijna alle Nederlandse pensioenfondsen.

Zij vertegenwoordigt namens ongeveer 220 pensioenfondsen de belangen van:

- 5,3 miljoen deelnemers
- 3 miljoen gepensioneerden
- 9,1 miljoen gewezen deelnemers.

Het overgrote deel van alle werkenden is aangesloten bij een collectief pensioenfonds.

De pensioenfondsen van de Pensioenfederatie beheren samen circa 1200 miljard euro.

Contactinformatie

Prinses Margrietplantsoen 90
2595 BR Den Haag

Postbus 93158
2509 AD Den Haag

T + 31 (0)70 76 20 220
info@pensioenfederatie.nl
www.pensioenfederatie.nl

© Overname van tekst(delen) uit deze uitgave is mogelijk na toestemming van de Pensioenfederatie. Aan de inhoud van deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend.

Pensioenfederatie,
Den Haag, 30 november 2016