



De eerste fondsen zijn over, wat staat er nu eigenlijk in hun communicatieplan?

Pensioenfondsen die de overstap naar het nieuwe pensioencontract maken, moeten een uitgebreid invaarplan schrijven en aan hun deelnemers communiceren over de gemaakte keuzes en gevolgen. Dat vereist dat moeilijke berekeningen en abstracte begrippen op een duidelijke wijze worden toegelicht. Ik bekijk de eerste plannen en vraag me af in hoeverre die documenten begrijpelijk zijn en de gemaakte keuzes verantwoorden. Als actuaris moeten we niet alleen rekenen, maar daar ook over communiceren.

DRIE FONDSEN PER 1 JANUARI OVER NAAR HET NIEUWE STELSEL

Per 1 januari zijn drie pensioenfondsen overgegaan naar het nieuwe stelsel¹. Dat zijn pensioenfondsen Werk en (re)integratie, het personeels-pensioenfonds van pensioenuitvoerder APG en het beroeps-pensioenfonds Loodsen.

Ik heb de communicatieplannen van deze drie fondsen onderzocht. Daarbij heb ik alleen gebruik gemaakt van openbare informatie van hun website. Daar staan wel de communicatieplannen, maar niet de brieven die naar de deelnemers gestuurd zijn. Ik beoordeel deze drie communicatieplannen op begrijpelijkheid aan de hand van de AFM-criteria.

TRANSITIEPLAN, IMPLEMENTATIEPLAN EN COMMUNICATIEPLAN

Met de overgang naar de Wet toekomst pensioenen moeten sociale partners een nieuwe pensioenovereenkomst sluiten. De afspraken leggen zij vast in een transitieplan. Het transitieplan bevat onder andere afspraken over invaren en compensatie. Het plan omvat ook de verantwoording waarom er gekozen is voor deze invulling van de nieuwe pensioenregeling en waarom er sprake is van een evenwichtige overstap hiernaartoe. Actuarissen spelen een grote rol bij de benodigde berekeningen. Het pensioenfonds stelt vervolgens een implementatieplan op. Onderdeel van het implementatieplan is het communicatieplan.

Drs. P. Carpay AAG CERA werkt als zelfstandig actuaris.



WAT EIST DE AFM?

In haar toezicht op het communicatieplan focust de AFM op vijf onderwerpen²:

1. Benoemen doelgroepen: het communicatieplan dient in te gaan op de specifieke doelgroepen waar de transitiecommunicatie zich op zal richten, waarbij duidelijk is wat er voor welke doelgroep verandert.
2. Doelstelling van de communicatie: het is van belang expliciet te maken welk effect de communicatie moet hebben.
3. Planning: een planning waaruit blijkt op welke wijze het plan wordt uitgevoerd, met daarin doelgroepen, communicatiemomenten, boodschappen en kanalen.
4. Onderbouwing: de onderbouwing van hoe de communicatie-momenten, boodschappen en kanalen aansluiten op de doelgroepen. Hieruit blijkt dat het plan aansluit bij de situatie van de pensioenuitvoerder en haar deelnemerspopulatie.
5. Evaluatie: de evaluatie van het communicatieplan en de daadwerkelijke communicatie. Bij haar toezicht betreft de AFM de wijze waarop pensioenuitvoerders meten of hun communicatie effectief is, zodat de communicatie kan worden aangepast als dat nodig is.

Met die vijf aandachtspunten in het achterhoofd heb ik de communicatieplannen van drie fondsen bekeken.

DOELGROEPEN

Alle fondsen maken in hun plan onderscheid tussen de verschillende fasen waarin de deelnemers zitten (zoals actief, slaper en gepensioneerd). Daarnaast maken ze voor de actieven onderscheid naar verschillende leeftijden.

DOELSTELLINGEN

De drie onderzochte fondsen gebruiken hierbij de termen kennis, houding en gedrag in hun doelstellingen. Met 'kennis, houding en gedrag' wordt bedoeld wat deelnemers weten, hoe ze tegenover de veranderingen staan en of ze hun gedrag daarop aanpassen. Eén fonds heeft als doel het kennisniveau naar 80% te laten stijgen. Dus dat 80% weet dat werkgevers en deelnemers samen geld opzijzetten voor het pensioen, dat 80% weet dat de deelnemer pensioen 'voor zichzelf' opbouwt (pensioenpot) en dat 80% weet dat het pensioen gaat meebewegen met de economie. Een ander fonds streeft ernaar dat in de fase na de overgang er op basis van kennis, houding en gedrag telkens een score van 70% moet zijn op vragen als hoe groot is mijn pensioenkapitaal, hoeveel compensatie heb ik gekregen, is er evenwichtig gehandeld bij het invaren en compenseren. Ze streeft er ook naar dat 70% heeft beoordeeld dat zijn pensioen toereikend is.

PLANNING

De planning van de communicatie-uitingen zit uitgebreid in alle plannen. Alle fondsen zetten verschillende middelen in, zoals nieuwsbrieven, webinars, fysieke brieven en hun eigen digitale omgeving.

ONDERBOUWING

De AFM vraagt om aan te geven waarom het plan aansluit bij de situatie van de pensioenuitvoerder en haar deelnemerspopulatie. Twee fondsen hebben een hoofdstuk gewijd aan die onderbouwing. Hierin staat (soms vrij algemeen) beschreven hoe ze tot hun keuzes zijn gekomen. Het derde fonds beschrijft haar onderbouwing in de reguliere hoofdstukken. In de communicatieplannen wordt dus aan deze eis voldaan.

EVALUATIE

Alle fondsen hebben een nulmeting gedaan of schrijven in hun plan dat ze die gaan doen. In alle plannen zit ook een evaluatie.

DUIDELIJKHEID IN COMMUNICATIE:

THEORIE VERSUS PRAKTIJK

Naar mijn mening is enkel het beschrijven van de bovengenoemde onderwerpen niet voldoende. De AFM stelt ook dat communicatie

correct, duidelijk en evenwichtig moet zijn. Ook geeft de AFM aan de communicatie te gaan controleren: 'Naast het beoordelen van het communicatieplan voor de transitie, houdt de AFM toezicht op de daadwerkelijke communicatie met deelnemers tijdens de transitie'.

VOORBEELD COMPENSATIE

Alle drie de fondsen bieden compensatie voor deelnemers die nadeel ondervinden bij de overgang naar het nieuwe stelsel. Compensatie is complexe materie, het kan voor een deelnemer ingewikkeld zijn om te voorzien waarvoor de compensatie is bedoeld, wie compensatie krijgt, en hoeveel. En ook waarom iemand het niet krijgt.

De fondsen lijken hierbij uit te gaan van een behoorlijk kennisniveau van de lezer. Zo moet bij één fonds de lezer snappen dat hij of zij door afschaffing van de doorsneesystematiek nadeel ondervindt. Bij een ander fonds staat dat je nadeel kan ervaren, omdat nu geldt dat iedereen, jong en oud, evenveel pensioen opbouwt bij een gelijke ingelegde premie. Ik vraag me af of deelnemers aan dergelijke zinnen voldoende hebben om te begrijpen wat ze krijgen.

Eén van de fondsen schrijft in haar plan: 'Vanaf een dekkingsgraad van 105% wordt de compensatie gegeven. Boven de 120% is geen compensatie meer nodig. Zonder deze compensatie is de verdeling van het fondsvermogen over alle deelnemers dan al in evenwicht'. Het waarom achter dit besluit is voor mij als actuaris niet direct duidelijk, het zal voor een deelnemer met minder kennis heel erg lastig zijn om te begrijpen.

HELDERE COMMUNICATIE IS GEEN BIJZAAK, HET IS EEN RANDVOORWAARDE VOOR VERTROUWEN

Een ander fonds schrijft: 'U ontvangt compensatie, omdat u door de afschaffing van de doorsneesystematiek nadeel ondervindt. In vergelijking met andere groepen gaat u er minder op vooruit. Voor de hoogte van de compensatie is er gekeken hoe de rest van de populatie erop vooruitgaat. Op deze manier hebben we dit bedrag berekend'. Waarna een verwijzing naar het transitieplan volgt. Dat transitieplan is een technisch document van 64 pagina's waar niet iedereen zich een weg in kan vinden.

CONCLUSIE

De fondsen die nu over zijn hebben goed gekeken naar de eisen van de AFM. Er wordt verondersteld dat de belanghebbenden bereid zijn om tijd en moeite te steken in dit complexe onderwerp. De ambitie om 70% of 80% te bereiken lijkt hoog: hoeveel deelnemers bekijken daadwerkelijk hun berichten over pensioen?

De teksten over de compensatie zijn voor een goede verstaander duidelijk. Maar of een deelnemer na het lezen van de tekst werkelijk begrijpt waarom hij wel of geen compensatie krijgt, is nog maar de vraag.

Het is te hopen dat de deelnemers bereikt kunnen worden met de communicatie en dat ze een juist beeld krijgen van hun pensioen. De actuaris kan meedenken om de tekst op een toegankelijke manier te verwoorden, zodat de deelnemers het begrijpen. Hoe de informatie daadwerkelijk geland is bij de deelnemers wordt de komende periode onderzocht.

De actuaris kan hierbij een brug slaan tussen complexe berekeningen en een begrijpelijke uitleg. Hoe effectief die brug is, zal de komende periode moeten blijken. Maar één ding is duidelijk: heldere communicatie is geen bijzaak, het is een randvoorwaarde voor vertrouwen in het nieuwe pensioenstelsel. ■

1 – Zie www.pensioenfederatie.nl

2 – AFM Leidraad communicatieplan (2023, website AFM)