



# Communicatiebeleidsplan 2020 – 2022, editie 2020

Ontwikkeld door:	Werkgroep communicatie SNP
Datum:	juni 2020
Versie:	1.1

## Inhoud

<b>Hoofdstuk 1</b>	<b>[Inleiding en uitgangspunten]</b>	<b>4</b>
1.1	Inleiding	4
1.2	Organisatie van de communicatie	4
1.3	Het pensioenfonds	5
1.4	Ontwikkelingen	6
1.5	Wat kwam er uit het onderzoek?	7
<b>Hoofdstuk 2</b>	<b>[Communicatiebeleid]</b>	<b>9</b>
2.1	Missie, visie en kernwaarden	9
2.2	Doelstellingen	11
2.4	Communicatiestrategie	13
<b>Hoofdstuk 3</b>	<b>[Van beleid naar uitvoering]</b>	<b>16</b>
3.1	Kernboodschappen	16
3.2	Communicatieonderwerpen	16
3.3	Communicatiestijl	17
3.4	Middelen	17
3.5	Meten en rapporteren	20
<b>Bijlage 1</b>	<b>[Financieel crisisplan: hoofdstuk communicatie]</b>	<b>21</b>
<b>Bijlage 2</b>	<b>[Meetbare doelstellingen]</b>	<b>23</b>
<b>Bijlage 3</b>	<b>[Doelgroepen-middelenmatrix]</b>	<b>24</b>
<b>Bijlage 4</b>	<b>[Checklist verplichte informatie]</b>	<b>25</b>

# Hoofdstuk 1 [Inleiding en uitgangspunten]

## 1.1 Inleiding

### **Aanleiding**

Stichting Will Niemeijer Pensioenfonds (hierna te noemen: SNP) vindt effectieve communicatie met de doelgroepen belangrijk. Om daaraan vorm te geven is dit communicatiebeleidsplan opgesteld. Dit plan is het vervolg op het communicatiebeleidsplan 2017 – 2019. De werkgroep communicatie van SNP is ingesteld voor de uitvoering van dit plan.

### **Afbakening van dit plan**

Dit communicatiebeleidsplan beschrijft de strategie en de visie van ons fonds op de communicatie met zijn primaire doelgroepen. Dit zijn de deelnemers, pensioengerechtigden en gewezen deelnemers. Dit plan biedt een kader voor de uitvoering. Voor incidentele communicatie maakt SNP indien nodig een aanvulling op dit plan. Als het financieel crisisplan in werking treedt, volgt het fonds de communicatie-afspraken uit het financieel crisisplan, zie bijlage 1.

### **Duur van het plan**

Dit plan geldt voor de periode 2020 - 2022. Jaarlijks stelt SNP speerpunten voor dat jaar, een jaarkalender en een begroting vast, waarmee de communicatie voor dat kalenderjaar wordt ingekaderd.

## 1.2 Organisatie van de communicatie

### **Beleid**

Het bestuur van SNP stelt het communicatiebeleid vast en toetst de uitvoering. Het bestuur is daarmee eindverantwoordelijk voor de communicatie vanuit het pensioenfonds. Het verantwoordingsorgaan heeft adviesrecht bij vaststelling van het communicatiebeleid en de visitatiecommissie controleert.

### **Advies en uitvoering**

SNP kent een aantal commissies en werkgroepen, waaronder de werkgroep communicatie. De werkgroep communicatie bestaat uit twee bestuursleden en laat zich bijstaan door een extern adviseur (AZL).

De werkgroep communicatie brengt advies uit aan het bestuur over het vast te stellen communicatiebeleid, volgt de uitvoering en stuurt bij onder eindverantwoordelijkheid van het bestuur. AZL heeft een adviserende en uitvoerende rol. De werkgroep communicatie vergadert twee keer per jaar.

## Verslaglegging

Jaarlijks besteedt het bestuur in het bestuursverslag (onderdeel van het jaarverslag) aandacht aan de communicatieactiviteiten van het betreffende boekjaar.

## Privacy

Sinds 25 mei 2018 geldt de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Deze verordening zorgt ervoor dat in de hele EU dezelfde privacywetgeving geldt. SNP houdt zich in de communicatie met belanghebbenden aan de regels die de AVG stelt.

## 1.3 Het pensioenfonds

### Stichting Will Niemeijer Pensioenfonds

SNP is een ondernemingspensioenfonds. Het fonds heeft als doel te zorgen voor een pensioenvoorziening voor de deelnemers, gewezen deelnemers, en pensioengerechtigden van Theodorus Niemeijer B.V. die vóór 1 januari 2010 in dienst zijn getreden. Het fonds is per 1 januari 2010 gesloten, er worden geen nieuwe deelnemers meer aangemeld.

SNP is een stichting en heeft dus geen commercieel oogmerk. Het fonds wordt bestuurd door een bestuur van zes leden, samengesteld uit drie vertegenwoordigers namens de werkgever, twee namens de werknemers en een namens de gepensioneerden. Elke geleding heeft een plaatsvervanger als lid c.q. aspirant-lid.

### De pensioenregeling

Het fonds kent vier pensioenreglementen: 1985, 1986, 2004 en 2006. Aangezien deze reglementen allemaal verschillende kenmerken hebben, zoals de pensioenleeftijd en de keuzemogelijkheden, is het voor veel deelnemers lastig te begrijpen hoeveel pensioen ze hebben opgebouwd in welk reglement en welke mogelijkheden er zijn. De werkgever heeft een bijstortverplichting. Het verlagen van pensioenen en pensioenaanspraken is dus niet aan de orde.

### Kenmerken deelnemers

Omdat SNP een gesloten fonds is, komen er geen nieuwe actieve deelnemers meer bij. Het aantal actieve deelnemers daalt doordat deelnemers uit dienst treden, mede als gevolg van reorganisaties bij de werkgever. Het aantal gewezen deelnemers neemt langzaam af, terwijl het aantal gepensioneerden licht stijgt.

	2018	2017	2016	2015
Actieve deelnemers (incl. arbeidsongeschikten)	195	199	245	261
Gewezen deelnemers	376	401	391	409
Pensioengerechtigden	719	715	714	702
<b>Totaal*</b>	<b>1.290</b>	<b>1.315</b>	<b>1.350</b>	<b>1.372</b>

De actieve deelnemers zijn voornamelijk man (bijna 90%). De meeste actieve deelnemers zijn tussen de 45 en 54 jaar (39%) of 55 jaar en ouder (50%). De werkgever is een productiebedrijf met ploegendiensten. De deelnemers zijn over het algemeen niet hoog opgeleid.

*\* De aantallen in deze tabel zijn de stand ultimo genoemd jaar.*

## 1.4 Ontwikkelingen

### Wet- en regelgeving

De afgelopen jaren zijn Nederlandse pensioenfondsden geconfronteerd met een toename in wet- en regelgeving, die ook de communicatie met pensioengerechtigden en gewezen deelnemers tot in detail raakt. De Pensioenwet bracht al een uitgebreide set informatie-verplichtingen, en sinds 2015 is er de wet Pensioencommunicatie die uitgebreide eisen stelt aan de pensioencommunicatie. Ook de introductie van de privacywet Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en de nieuwe regels voor de waardeoverdracht van kleine pensioenen hebben in 2018 en 2019 de nodige impact gehad. In 2019 was er een belangrijke wijziging van de inlogsystematiek (eIDAS) voor het deelnemersportaal. Medio 2019 is een principeakkoord bereikt over het nieuwe pensioenstelsel en is de wet 'Temporisering AOW-leeftijd' aangenomen. In oktober 2019 werd in het NPR de 'navigatiemetafoor' geïntroduceerd, waarmee de deelnemer aan de hand van drie scenario's een inschatting ziet van de koopkracht van het pensioen 'als het mee- of tegenzit'.

In de komende planperiode zien we de volgende thema's:

- Aanpassing van de AOW-leeftijd (2020). De AOW-leeftijd wordt tot 2022 'bevroren' op 66 jaar en 4 maanden en wordt daarna stapsgewijs verhoogd naar 67 jaar in 2024.
- Uitwerking van het principeakkoord voor het nieuwe pensioenstelsel. De verwachting is dat dit vanaf 2021 wordt uitgewerkt in concrete wet- en regelgeving en daarna zal worden geïmplementeerd. Het is nog onduidelijk wat de gevolgen hiervan zijn voor de deelnemers van SNP.
- Aanpassing van de regels (rekenrente) voor het verlagen en verhogen van de pensioenen. In verband met de bijstortverplichting door de werkgever is dat minder relevant voor SNP.
- IORP II, in het bijzonder de aanpassing van de UPO's met de navigatiemetafoor (2020).
- Nieuwe wetgeving voor de verdeling van het pensioen bij scheiding (2021).

## Overige ontwikkelingen

Naast de - vaak complexe en veranderende - wet- en regelgeving spelen diverse andere ontwikkelingen een rol. Denk aan de vergrijzing en de gestegen levensverwachting, de ontwikkelingen op de financiële markten en de lage rente.

### *Rol van de media*

Vrijwel dagelijks worden deze onderwerpen in de media belicht. Door de complexiteit van de materie én doordat de berichtgeving in de media niet altijd is gebaseerd op de juiste feiten en interpretaties is het voor de doelgroepen soms onduidelijk wat de ontwikkelingen betekenen voor hun pensioen op de korte en lange termijn. Het kan bovendien zorgen voor onrust en wantrouwen in de politiek en in financiële instanties in zijn algemeenheid, waaronder fondsen en uitvoerders, toe. SNP heeft niet als doel om te 'vechten' tegen de media. Daar heeft het fonds niet het bereik en de middelen voor. SNP wil wel de vertaalslag maken naar de deelnemers van SNP door deze materie te 'duiden' en waar mogelijk handelingsperspectief te bieden.

## 1.5 Wat kwam er uit het onderzoek?

SNP had de wens om de effectiviteit van de ingezette communicatie(middelen) te toetsen. Dit sluit aan bij de Code Pensioenfondsen, die van fondsen vraagt om periodiek (minimaal 1x per 3 jaar) te monitoren hoe effectief de communicatie-inspanningen zijn. Het veldwerk vond plaats tussen 14 december 2018 en 13 januari 2019. Er is een memo beschikbaar met de resultaten van het onderzoek. We gaan hieronder in op de belangrijkste uitkomsten.

De belangrijkste conclusies en aandachtspunten m.b.t. de communicatie zijn als volgt:

- De helft van de actieve deelnemers maakt tijd vrij om zich te verdiepen in het pensioen. SNP streeft ernaar deze groep verder te laten groeien (zie 2.2. Doelstellingen).
- Ruim 80% denkt na over het inkomen op de pensioenleeftijd en over de hoogte bestaat een realistisch beeld. SNP vindt dat een mooi resultaat.
- Binnen de set kernwaarden uit het CPB 2017 – 2019 vinden respondenten de kernwaardes 'betrokkenheid', 'deskundig' en 'zorgvuldig' het beste passen bij SNP. 'Servicegericht' en 'transparant' passen volgens de respondenten net iets minder goed bij het fonds. Voor deze beleidsperiode zet SNP in op het behouden van de perceptie van SNP, niet zozeer op het verbeteren daarvan (zie 2.1 Imago).
- Respondenten hebben over het algemeen een positief beeld over het SNP. 65% is (zeer) positief, 30% is neutraal. Ongeveer 5% heeft een negatief beeld over het fonds. Voor deze beleidsperiode zet SNP in op het behouden van het beeld over SNP, niet zozeer op het verbeteren daarvan (zie 2.1 Imago).

- Communicatie in het algemeen wordt op alle deelaspecten overwegend positief beoordeeld. Voor deze beleidsperiode zet SNP zich in om het deelaspect 'persoonlijke relevantie' te verbeteren en scores op de overige deelaspecten te behouden.
- Het websitebezoek valt nog wat tegen. Gezien de ambities van SNP om de website zoveel mogelijk centraal te stellen in de communicatie, is hier winst te behalen. SNP wil daarom in de communicatie meer inzetten op het genereren van bezoekers naar de website.
- Ook het bezoek aan Mijn Pensioencijfers valt wat tegen. In relatie tot het websitebezoek is het in lijn der verwachting. SNP verwacht dat het bezoek toeneemt door het genereren van meer bezoekers naar de website en het digitaal verzenden van wettelijk verplichte communicatie.
- Actieve deelnemers beoordelen de e-mailservice overwegend positief. SNP wil hiermee doorgaan.
- Maar liefst 62% van de pensioengerechtigden zou graag een digitale nieuwsbrief willen ontvangen. Bovendien geeft een aantal pensioengerechtigden aan dat ze het niet prettig vindt dat zij weinig (bijna geen) informatie ontvangen van het fonds. SNP wil in deze beleidsperiode meer communicatie inzetten voor pensioengerechtigden in de vorm van een digitale nieuwsbrief (in eerste instantie twee keer per jaar).
- Onder actieve deelnemers bestaat de behoefte aan een persoonlijk communicatiemiddel, bijvoorbeeld in de vorm van een persoonlijk pensioengesprek, een informatiebijeenkomst of een inloopsprek. Het inloopsprek bestaat al via HR. SNP wil dit meer onder de aandacht brengen. Verder wil SNP informatiebijeenkomsten organiseren als de situatie daarom vraagt, bijvoorbeeld naar aanleiding van het nieuw pensioenstelsel.
- Zowel actieven als pensioengerechtigden hebben onderwerpen genoemd waarover zij graag meer informatie willen ontvangen. Het advies is om o.a. deze onderwerpen terug te laten komen in de niet-verplichte communicatie van SNP. Het is een overweging om ook een digitale nieuwsbrief voor deelnemers aan te bieden, zodat er meer relevante informatie op maat kan worden geboden.
- De voorkeur voor papier of digitaal is verdeeld. Voor de actieven geldt: 47% liefst digitaal, 14% liefst op papier, 30% afhankelijk van het soort informatie en 9% geen voorkeur. Voor de pensioengerechtigden geldt: 44% liefst digitaal, 27% liefst op papier, 16% afhankelijk van het soort informatie en 13% geen voorkeur). Het Digitaal Pensioenfonds van AZL biedt de mogelijkheid om de deelnemer zelf de keuze te geven voor wettelijk verplichte communicatie op papier of digitaal. SNP wil hier in 2020 bij aansluiten.



## Hoofdstuk 2 [Communicatiebeleid]

### 2.1 Missie, visie en kernwaarden

#### **Missie**

SNP wil een betrouwbare uitvoerder zijn van de pensioenovereenkomsten die BAT Niemeijer met de (gewezen) werknemers heeft afgesloten. Het pensioen- en vermogensbeheer van het fonds moet daarbij (kosten)efficiënt, risicobewust en transparant worden uitgevoerd. Hierbij dienen de belangen van alle belanghebbenden op evenwichtige wijze worden te behartigd. De ambitie van SNP is om de koopkracht van de deelnemers zo goed mogelijk te handhaven.

#### **Visie**

Binnen de pensioensector neemt de regelgeving en kostendruk verder toe. SNP streeft naar een goede pensioenvoorziening om de koopkracht van de deelnemers zowel nu als in de toekomst zo goed mogelijk te handhaven. Voor SNP als gesloten fonds is het voor een (kosten)efficiënte uitvoering op lange termijn noodzakelijk om te blijven kijken naar de mogelijkheden om een toekomstbestendige uitvoering van de pensioenovereenkomsten te waarborgen.

#### **Kernwaarden**

Het gewenst imago van SNP is: betrouwbaar, deskundig, servicegericht, zorgvuldig en transparant. Deze kernwaarden zijn het uitgangspunt voor de communicatie. Hieronder volgt een korte toelichting per kernwaarde.

##### ***Betrouwbaar***

SNP wil gezien worden als een betrouwbaar en integer pensioenfondsfonds. Dit doet het fonds door de zaken eerlijk en realistisch voor te stellen. Belangrijk hierbij is dat de uitvoering van de regeling van het gesloten fonds een goede, rechtvaardige aanpak vergt.

##### ***Deskundig***

SNP wil gezien worden als een deskundig pensioenfonds waar het pensioen in goede handen is. Dit doet het fonds door 'in control' te zijn en door een goede en zorgvuldige uitvoering van de pensioenregeling en de communicatie.

##### ***Servicegericht***

SNP wil gezien worden als een servicegericht pensioenfonds. Het fonds zorgt ervoor dat (oud)-deelnemers, pensioengerechtigden en de werkgever weten waar ze terecht kunnen voor meer informatie. De communicatie wordt zoveel mogelijk afgestemd op de kennis en behoefte van de doelgroepen.

### **Zorgvuldig**

SNP wil gezien worden als een pensioenfonds dat zorgvuldig te werk gaat. De belangen van alle doelgroepen worden evenwichtig afgewogen in de besluitvorming. Het fonds handelt eerlijk en realistisch.

### **Transparant**

SNP wil gezien worden als een pensioenfonds dat open en duidelijk is. SNP wil transparant zijn door de doelroepen tijdig en begrijpelijk te informeren en ze op de hoogte te houden van de stand van zaken.

### **Huidig imago**

SNP heeft begin 2019 onder actieven en pensioengerechtigden een onderzoek uitgevoerd naar de effectiviteit van de communicatie. 127 actieve deelnemers en 126 pensioengerechtigden hebben deelgenomen aan het onderzoek. In totaal zijn dat 253 respondenten, wat neer komt op een respons van ca. 28% (195 actieven, 719 pensioengerechtigden ultimo 2018). De actieven zijn digitaal uitgenodigd, de pensioengerechtigden per post.

In het onderzoek is ook gevraagd in hoeverre de respondenten vinden dat deze kernwaardes bij SNP passen. De resultaten staan in onderstaand overzicht.

#### **Actieven**

	Past heel goed	Past goed	Neutraal	Past niet	Past totaal niet	Geen mening
Betrokkenheid	15,9%	59,4%	21,7%	1,5%	0%	1,5%
Deskundig	13%	80,9%	21,7%	0%	1,5%	2,9%
Servicegericht	14,5%	49,3%	31,9%	1,5%	1,5%	1,5%
Zorgvuldig	15,9%	63,8%	15,9%	2,9%	0%	1,5%
Transparant	11,6%	56,5%	27,5%	1,5%	0%	2,9%

#### **Pensioengerechtigden**

	Past heel goed	Past goed	Neutraal	Past niet	Past totaal niet	Geen mening
Betrokkenheid	19%	55,8%	23,2%	0%	2,1%	0%
Deskundig	16,8%	46,3%	31,6%	0%	1,0%	4,2%
Servicegericht	9,5%	46,3%	37,9%	2,1%	1,0%	3,2%
Zorgvuldig	12,6%	55,8%	30,5%	0%	1,0%	0%
Transparant	9,5%	41,1%	41,1%	3,2%	1,0%	4,2%

### **Gewenst imago**

Gezien de ontwikkelingen in pensioenland, zoals de komst van het nieuw pensioenstelsel en de onzekerheid die daarbij hoort, streeft SNP ernaar om deze scores deze beleidsperiode vast te houden. Een verder verbetering is natuurlijk mooi mee genomen, maar geen doel op zich.

## **2.2 Doelstellingen**

SNP wil met communicatie een bijdrage leveren aan het pensioenbewustzijn en het pensioeninzicht van de actieve deelnemers en pensioengerechtigden. Dat betekent dat de deelnemer weet hoeveel pensioen heeft opgebouwd, hoeveel pensioen hij krijg als hij met pensioen gaat en wat hij daarmee kan doen in relatie tot zijn (huidige) inkomen. Die kennis moet hem, als dat nodig is, aanzetten tot actie om zijn inkomen na pensioeningang te vergroten. De balans tussen nu en later is belangrijk.

Daarnaast streeft het fonds ernaar dat de deelnemer zich bewust wordt van het feit dat de pensioenregeling van SNP een goede en stabiele regeling is, mede door de bijstortverplichting van de werkgever. Dat levert een positieve bijdrage aan het imago van het fonds.

Als we dit uitsplitsen naar kennis, houding en gedrag, resulteert dit in de volgende uitgangspunten:

### **Kennis**

De deelnemers hebben kennis over/van:

- de hoogte van hun (opgebouwd) pensioen (nu en straks);
- wat de pensioenregeling op hoofdlijnen inhoudt;
- waar ze terecht kunnen voor meer informatie;
- wie het pensioenfonds besturen en wat het bestuur doet;
- hoe de toekomst van het fonds eruit ziet.

### **Houding**

De deelnemers hebben:

- een positieve houding ten opzichte van het pensioen en het pensioenfonds;
- vertrouwen in het pensioenfonds, het bestuur en de regeling.

## **Gedrag**

De deelnemers zijn in staat zelf inzicht te krijgen in hun pensioensituatie en worden aangezet tot het:

- op een relevant moment halen van de relevante informatie via het gewenste kanaal;
- nemen van de juiste actie op het juiste moment.

## **Meetbare doelstellingen**

Om doelstellingen tastbaar te maken, is het belangrijk om ze te meten. In december 2018 en januari 2019 heeft SNP een meting naar de effectiviteit van de communicatie uitgevoerd onder actieve deelnemers en pensioengerechtigden. Deze resultaten dienen als nulmeting en zijn kort samengevat opgenomen in bijlage 2.

SNP wil aan richting het eind van deze beleidsperiode (eind 2021/begin 2022) opnieuw een meting uitvoeren. Die timing is in lijn met de voorschriften van de Code Pensioenfondsen; minimaal een keer per drie jaar. De streefcijfers voor 2022 zijn ook opgenomen in bijlage 2.

## **Speerpunten 2020**

Om de focus binnen de communicatie te behouden, stelt SNP jaarlijks een aantal speerpunten vast. Die zijn onder te verdelen in (communicatie)beleidsspeerpunten en speerpunten op het gebied van communicatiemiddelen. Voor 2020 zijn de speerpunten als volgt vastgesteld:

### ***Beleid:***

- Wijzigingen pensioenregeling, voor zover dit aan de orde is
- Anticiperen op wijzigingen als gevolg van wet- en regelgeving (zie 1.4)
- Aandacht voor deelnemers die door een reorganisatie in een sociaal plan terechtkomen
- Aankondiging digitaal met mogelijkheid tot bezwaar
- Start met digitaal versturen wettelijk verplichte communicatie
- Beschikbare e-mailadressen pensioengerechtigden verder uitbouwen

### ***Middelen en inhoud:***

- Meer bezoekers naar de website genereren
- Introductie digitale nieuwsbrief pensioengerechtigden

- Uitleg verschillende pensioenregelingen en keuzemogelijkheden daarbij
- Afhankelijk van de actualiteit: organisatie deelnemersbijeenkomst

### 2.3 Doelgroepen

SNP richt zich in de communicatie op de volgende primaire doelgroepen:

- Actieve deelnemers, inclusief arbeidsongeschikten; 195 (jaarverslag 2018)
- Gewezen deelnemers, inclusief gewezen partners; 376 (jaarverslag 2018)
- Pensioengerechtigden (gepensioneerden, partners en wezen); 719 (jaarverslag 2018)

Waar nodig betreft en/of informeert het fonds de werkgever, de sociale partners en de toezichthouders AFM, DNB en de media. De focus van dit plan ligt op de communicatie met de primaire doelgroepen.

### 2.4 Communicatiestrategie

#### **Tijdig, duidelijk, evenwichtig en correct**

De wet Pensioencommunicatie schrijft voor dat het pensioenfonds informatie tijdig, duidelijk, evenwichtig en correct moet verstrekken. Dit doet SNP door:

- Tijdig: basisinformatie verstrekken binnen die maanden na de start. Voor andere informatie is tijdig binnen een termijn waarin de deelnemer de informatie redelijkerwijs kan gebruiken voor het beoogde doel. Hierbij hoort ook: informatie goed structureren en faseren.
- Duidelijk: begrijpelijke taal hanteren waar mogelijk, vakjargon zoveel mogelijk vermijden, een toegankelijke vormgeving en informatie overzichtelijk (gelaagd) aanbieden.
- Evenwichtig: zowel positieve als beperkende kenmerken noemen, eerlijk zijn over risico's.
- Correct: de informatie is inhoudelijk juist, compact en consistent.

Volledigheid is geen criterium uit de wet Pensioencommunicatie. Dat geeft SNP de ruimte om de juiste balans te vinden tussen volledig zijn en communicatief sterk zijn.

Het is een minimale vereiste om aan deze en andere informatieverplichtingen te voldoen. De informatieverplichtingen zijn gericht op informeren, maar de ambitie van SNP gaat verder dan dat. Het fonds wil het pensioenbewustzijn stimuleren en het pensioeninzicht vergroten. En daarvoor is meer nodig.

## **Samen optrekken met de werkgever**

De werkgever heeft een belangrijke rol als het gaat om pensioenbewustwording van de actieve deelnemers. De HR-afdeling is het eerste aanspreekpunt voor vragen over pensioen als arbeidsvoorwaarde. Het belang van samen optrekken met de werkgever wordt door het fonds onderkend en uitgevoerd. Als het nodig is, krijgt het fonds een platform in bijeenkomsten voor deelnemers of gepensioneerden.

## **Segmenteren**

Over het algemeen vinden deelnemers pensioenmaterie ingewikkeld. De vier pensioenreglementen die SNP kent, maken het extra ingewikkeld. SNP wil de communicatie zoveel mogelijk persoonlijk relevant aanbieden. Want als de deelnemer informatie ontvangt die voor hem of haar persoonlijk relevant is, zal hij eerder openstaan voor de inhoud en zal de boodschap beter landen. Informatie persoonlijk relevant aanbieden kan door te segmenteren, bijvoorbeeld naar doelgroep of naar belangrijke momenten in het leven, zowel werk als privé. SNP wil tijdens deze planperiode investeren in het beschikbaar stellen van persoonlijke relevante informatie.

Doelgroepen die speciale aandacht nodig hebben, zijn bijvoorbeeld:

- Deelnemers vlak voor hun pensioen (welke keuzemogelijkheden zijn er?)
- Deelnemers die door een reorganisatie in een sociaal plan terechtkomen. De primaire verantwoordelijkheid ligt bij de werkgever, maar het fonds wil de werkgever hierin ondersteunen.

## **Digitaal als voorkeurskanaal**

SNP streeft ernaar de communicatie met deelnemers zoveel mogelijk te digitaliseren. SNP wil de website en het deelnemersportaal (Mijn Pensioencijfers) een centrale rol geven in de communicatie van het fonds. Ook de niet-wettelijk verplichte communicatie gebeurt zoveel mogelijk digitaal, zoals bijvoorbeeld de e-mailservice.

Om papieren post zoveel mogelijk te reduceren, sluit SNP aan op het notificatieproces (Digitaal Pensioenfonds) van AZL. Daarmee is het mogelijk om ook wettelijk verplichte communicatie digitaal te versturen, als de deelnemer dat wil. De keuze voor papier of digitaal ligt vast in Mijn Pensioencijfers. Kiest de deelnemer voor digitaal? Dan krijgt hij een e-mailattending als een document klaar staat in het deelnemersportaal. Komt de e-mail niet aan? Dan ontvangt de deelnemer een attending per post. Voordat SNP deze documenten digitaal mag verzenden, is een eenmalige bezwaaruitvraag verplicht. In eerste instantie wordt gestart met het digitaal verzenden van de UPO's de jaargave en de brieven uit dienst. Dit wordt steeds verder uitgebreid.

## **Kostenefficiënt**

SNP kiest voor een kostenefficiënt pensioenuitvoering (visie, missie). Daar hoort ook kostenefficiënt communicatie bij. SNP wil werken aan de communicatiedoelstellingen, met de

daarvoor beschikbare middelen. In de keuzes voor de communicatie houdt SNP daar telkens rekening mee.

## Hoofdstuk 3 [Van beleid naar uitvoering]

### 3.1 Kernboodschappen

Dit zijn de kernboodschappen in de communicatie naar deelnemers:

- Uw pensioen is bij SNP in goede handen. SNP biedt een goede en stabiele pensioenregeling. Door de bijstortverplichting van de werkgever, hoeven wij de pensioenen niet te verlagen.
- Het pensioen van SNP is een van de bestanddelen van uw inkomen later. Andere bestanddelen zijn de AOW, pensioen uit ander werk en eigen potjes. Zorg dat u inzicht krijgt in het totaal. Wij helpen u met inzicht in uw pensioen bij SNP. Bekijk ook of uw inkomen als u met pensioen bent genoeg is voor het leven dat u dan wilt leiden. Is het te weinig? Kom in actie!

### 3.2 Communicatieonderwerpen

Belangrijke onderwerpen voor SNP in de communicatie zijn:

- Hoeveel pensioen opgebouwd / te bereiken (UPO, Mijn Pensioencijfers, Mijnpensioenoverzicht.nl)
- Life-events en de invloed daarvan op pensioen
- Keuzemogelijkheden in de pensioenregelingen
- De financiële positie van het fonds
- De toeslagverlening
- Het beleggingsbeleid
- Het bestuur en de organisatie van het fonds
- De toekomst van het fonds

In de communicatie-effectiviteitsmeting is ook gevraagd over welke onderwerpen men meer informatie wil ontvangen. Hier werd o.a. genoemd: pensioen en privé (overlijden, verhuizen),



pensioen en werk (minder werken, bijna met pensioen, met pensioen) en informatie over het fonds (indexaties, beleggingsbeleid, risicomanagement, financiële situatie).

### 3.3 Communicatiestijl

SNP wil duidelijk en begrijpelijk communiceren. Om dat te bereiken heeft SNP enkele voorwaarden gesteld aan de schrijfstijl en de huisstijl.

#### Schrijfstijl

- Taalniveau B1 waar mogelijk;
- Consistentie in begrippen en boodschappen;
- Vriendelijke, positieve toonzetting en de lezer persoonlijk aanspreken;
- Compacte zinnen;
- Gebruikmaken van voorbeeldwerking en rekenvoorbeelden;
- Vakjargon zoveel mogelijk vermijden;
- Uitgaan van het standpunt van de lezer.

#### Huisstijl

Toegankelijke en overzichtelijke vormgeving draagt bij aan de duidelijkheid van communicatie. Daarnaast is het belangrijk dat SNP herkenbaar is door het eigen logo en een herkenbare huisstijl en een consistente toepassing daarvan. SNP maakt ook gebruik van infographics als deze de tekst kunnen ondersteunen.

### 3.4 Middelen

Hieronder een beschrijving van de middelen die SNP momenteel inzet en een doorkijk naar de mogelijkheden die er zijn in uitbreiding en doorontwikkeling van deze middelen tegen de achtergrond van de situatie bij het fonds.

#### Digitale communicatie

##### *Website*

De website wordt zo veel mogelijk centraal gesteld in de communicatie van het fonds. Daarop is alle informatie te vinden die een deelnemer en een werkgever mogelijk nodig kunnen hebben. Er wordt al zo veel mogelijk gebruik gemaakt van het principe van Pensioen 1-2-3: de eerste laag

(het nieuwsbericht) bevat informatie op hoofdlijnen. De tweede laag (informatie op de website) bevat gedetailleerdere informatie en de volledige, juridische informatie is terug te vinden in de documentatie in laag drie. Laag 1 kan overigens ook een ander communicatiemiddel zijn, zoals bijvoorbeeld een brief.

### ***Mijn Pensioencijfers***

De deelnemers hebben daarnaast toegang tot een besloten gedeelte van de website. Achter dit gedeelte bevindt zich de aan de individuele deelnemer verstrekte jaarlijkse pensioenopgave, worden de pensioencijfers op visuele wijze weergegeven en kan de deelnemer een aantal zaken zelfstandig regelen.

Vanuit alle overige communicatie-uitingen wordt verwezen naar de informatie op de website en in MijnPensioencijfers.

### ***Pensioen 1-2-3***

***Sinds 1 juli 2016 is het gebruik van Pensioen 1-2-3 als uitleg over de actuele pensioenregeling verplicht. SNP publiceert de lagen 1 en 2 van Pensioen 1-2-3 als PDF's op de website. Laag 3 bestaat uit een aantal fondsdocumenten die op de documentenpagina van de website terug te vinden zijn. Nieuwsdienst***

Aangezien de website wordt ingezet als centraal communicatiemiddel, is het belangrijk om ervoor te zorgen dat er voldoende verversing is op de site. Daarvoor maakt SNP gebruik van de nieuwsdienst van AZL. Wanneer die gespreid over de maand wordt geplaatst op de website, is er voortdurend actuele berichtgeving, samen met het maandelijkse nieuwsbericht over de financiële situatie.

### ***E-mailservice***

De e-mailservice is een middel dat kan worden ingezet om deelnemers te laten weten dat er belangrijk nieuws op de website is gepubliceerd. Bijkomend voordeel is, dat door de doorlink naar de website vaak niet alleen het nieuwsbericht wordt gelezen waarop wordt geattendeerd, maar ook de nieuwsberichten die daarboven en daaronder zijn gepubliceerd. SNP is in 2017 gestart met een maandelijkse e-mailservice. De werkgever heeft in overleg met de werknemers een lijst met e-mailadressen aangeleverd. De werknemers die daartegen bezwaar hebben gemaakt, zijn van de lijst verwijderd door de werkgever. In 2019 zijn ook de e-mailadressen die zijn doorgegeven via Mijn Pensioencijfers toegevoegd aan de verzendlijst van de e-mailservice.

### ***Digitale nieuwsbrief***

Een digitale nieuwsbrief is een eigentijdse manier om informatie onder de aandacht van deelnemers te brengen, waarbij de website nog steeds het centrale communicatiemiddel blijft. Ten opzichte van een e-mailservice, biedt een digitale nieuwsbrief ruimte voor meerdere nieuwsberichten tegelijk. In 2020 wil SNP starten met het inrichten van een digitale nieuwsbrief voor pensioengerechtigden.

## **Papieren communicatie**

### ***Brieven***

SNP maakt op dit moment gebruik van schriftelijke correspondentie in de vorm van brieven. Het fonds gebruikt de standaardcorrespondentie die AZL aanbiedt. Deze brieven zijn getoetst op inhoud en begrijpelijkheid. In 2019 en 2020 werkt AZL aan vernieuwing van de standaardcorrespondentie. De vernieuwing wordt uitvoerig getest met lezerspanels (intern en extern), met behulp van een onafhankelijk onderzoeksbureau.

### ***Uniform Pensioenoverzicht en jaaroverzicht***

Het spreekt voor zich dat de deelnemers jaarlijks hun Uniform Pensioenoverzicht toegezonden krijgen. Oud-deelnemers krijgen dit overzicht elke vijf jaar per post. Vanaf 2019 wordt hun UPO jaarlijks digitaal beschikbaar gesteld. De gepensioneerden krijgen bovendien jaarlijks aan het begin van het jaar een jaaropgave.

### ***Bestuursverslag en jaarrekening***

Zoals elk pensioenfonds, is ook SNP verplicht om een bestuursverslag en een jaarrekening op te leveren vóór 1 juli van het volgende boekjaar. Deze stukken worden op de website van het fonds geplaatst en er wordt een nieuwsbericht aan gewijd.

## **Mondelinge communicatie**

### ***Klantenservice van AZL***

De klantenservice van AZL is beschikbaar voor vragen van deelnemers. Tijdens 8.30 en 17.00 is de klantenservice telefonisch bereikbaar. Tijdens en buiten de kantoor tijden ook per e-mail.

### ***Werkgever/HR-afdeling***

De werkgever (in het bijzonder de HR-afdeling) fungeert voor actieve deelnemers vaak als aanspreekpunt voor pensioenvragen. In voorkomende gevallen verwijst de werkgever door naar het pensioenfonds.

### ***Bestuurders***

Ook bestuurders fungeren voor actieve deelnemers ook vaak als aanspreekpunt voor pensioenvragen. Bestuurders kunnen vragen zo op een persoonlijke manier beantwoorden.

### ***Deelnemersbijeenkomst***

De werkgever organiseert soms een bijeenkomst voor actieve deelnemers, waar het fonds eventueel kan aansluiten om informatie te delen en in contact te komen met de deelnemers. Als de actualiteit erom vraagt, wil het fonds ook zelf een deelnemersbijeenkomst organiseren.

### ***Gepensioneerdenbijeenkomst***

De werkgever organiseert soms een bijeenkomst voor gepensioneerden, waar het fonds eventueel kan aansluiten om ook deze doelgroep te voorzien van voor hen belangrijke pensioeninformatie.

In bijlage 3 is de middenmix per doelgroep opgenomen.

### 3.5 Meten en rapporteren

Communicatie-uitingen worden altijd vooraf afgestemd met de werkgroep communicatie. Pas na een akkoord door de werkgroep, wordt een uiting verzonden/geplaatst.

#### **Extra review bij complexe communicatie**

De basiscommunicatie van SNP, zoals nieuwsberichten op de website en e-mailservices, wordt alleen gereviewd door de werkgroep communicatie. Bij meer complexe communicatie, bijvoorbeeld bij een wijziging van het reglement, kan SNP ervoor kiezen om extra mensen te laten meelesen, voordat de uiting wordt verzonden/geplaatst. De werkgroep beslist zelf wanneer dat nodig is. De werkgroep benadert de mensen om mee te lezen. Het fonds houdt bij de selectie rekening met persoonlijke relevantie. De input wordt vervolgens weer besproken in de werkgroep, deze beslist vervolgens wat met de input gedaan wordt.

#### **Periodieke rapportages**

AZL levert elk kwartaal en rapportage over het bezoek van de website en Mijn Pensioencijfers. Verder wordt elke tijdens elke vergadering van de werkgroep communicatie een actueel overzicht getoond van het beschikbaar aantal e-mailadressen en de resultaten van de maandelijkse e-mailservice.

#### **Evaluatie beleid**

Jaarlijks evalueert de Werkgroep communicatie het communicatiebeleid aan de hand van de communicatieactiviteiten die zijn voortgekomen uit de communicatiekalender. Ook legt de Werkgroep communicatie een advies voor de speerpunten en de nieuwe communicatiekalender inclusief de bijbehorende begroting voor het daaropvolgende jaar aan het bestuur voor. Het onderliggende communicatiebeleidsplan fungeert daarvoor als kader.

#### **Meting effectiviteit**

Eind 2018 / begin 2019 heeft SNP een communicatie-effectiviteitsmeting uitgevoerd. De resultaten daarvan worden gebruikt als nulmeting en zijn verwerkt in dit beleidsplan. SNP wil richting het einde van deze beleidsperiode, bijvoorbeeld eind 2021/begin 2022, opnieuw een meting uitvoeren. Die timing is in lijn met de voorschriften van de Code Pensioenfondsen; minimaal één keer per drie jaar.

#### **Checklist verplichte informatiemomenten**

In bijlage 4 is de checklist verplichte informatiemomenten van de AFM opgenomen. Jaarlijks toets SNP of aan deze verplichtingen wordt voldaan.

## Bijlage 1 [Financieel crisisplan: hoofdstuk communicatie]

In dit hoofdstuk staat de communicatie van het financieel crisisplan. Dit maakt onderdeel uit van het communicatieplan van het fonds. De daarin vastgelegde uitgangspunten zoals duidelijke en begrijpelijke communicatie vormen ook de basis voor de communicatie over het beleid bij de inzet van de maatregel uit het crisisplan.

### *Doelgroepen*

De primaire doelgroepen zijn de actieve deelnemers, de gewezen deelnemers en de pensioengerechtigden. De communicatie richt zich op deze drie doelgroepen. Hierna te noemen 'de belanghebbenden'. Daarnaast is ook de werkgever als doelgroep aan te duiden.

### *Doelstellingen*

De belanghebbenden tijdig, duidelijk, evenwichtig en begrijpelijk informeren over de crisissituatie, de maatregel, het waarom hiervan en de gevolgen voor de belanghebbenden.

### *Tijdig informeren*

Op het moment dat het fonds constateert dat het zich in een crisissituatie bevindt, dan zal zodra de besluitvorming over de te nemen maatregel heeft plaatsgevonden, het fonds de belanghebbenden op korte termijn informeren over de maatregelen (communicatiefase 1).

Als de situatie bij het fonds zodanig is, dat de maatregel ongedaan gemaakt kan worden, dan start communicatiefase 2. Het fonds informeert de belanghebbenden op korte termijn na de definitieve besluitvorming over het ongedaan maken van de maatregel.

Daarna, en tussen communicatiefase 1 en 2, blijft het fonds de belanghebbenden regelmatig informeren over de ontwikkeling van de financiële situatie van het fonds (communicatiefase 3).

### *Centrale boodschap*

"De financiële situatie van uw pensioenfonds is niet voldoende. Het is belangrijk dat de financiële situatie verbetert, voor behoud van een pensioenregeling zoals we die nu kennen. Dan kunnen wij u naar de toekomst toe een goed pensioen blijven bieden."

Het hiervoor genoemde is de centrale hoofdboodschap op het moment dat het bestuur besluit tot aanpassing van het beleggingsbeleid. In figuur 1 staat per communicatiefase de boodschap weergegeven.

### *Communicatiemiddelen*

Het fonds beschikt over een set aan communicatiemiddelen.

Huidige middelen voor alle belanghebbenden:

- Pensioenbureau AZL
- Brief
- Pensioenoverzicht (UPO)
- Website

Huidige middelen alleen voor werknemers en gepensioneerden:

- Nieuwsbrieven van de werkgever

Het medium en de boodschap moeten in evenwicht zijn. Bijvoorbeeld een brief aan alle belanghebbenden is een formeel en redelijk zwaar instrument. Dat zet het fonds alleen in als de boodschap eveneens redelijk formeel en zwaar is.

#### ***Communicatie en inzet middelen***

Bij onvoldoende herstel zijn diverse scenario's mogelijk. Het fonds kiest ervoor om de belanghebbenden gelijktijdig over de inzet van de maatregel te informeren, met dezelfde boodschap, op dezelfde wijze en op hetzelfde moment.

#### ***Toetsing en evaluatie***

Het fonds hecht aan duidelijke en begrijpelijke communicatie. De te verstrekken informatie wordt vooraf getoetst bij enkele belanghebbenden. De reacties worden gevolgd en telkens getoetst op de noodzaak tot (re)actie. Tussentijds wordt het geheel aan communicatie geëvalueerd in samenhang met de vragen van deelnemers en andere beschikbare gegevens. Dit kan leiden tot tussentijdse aanpassingen in de communicatie. Achteraf wordt de totale communicatie geëvalueerd.

*Bron: financieel crisisplan SNP – versie september 2019*

## Bijlage 2 [Meetbare doelstellingen]

Thema	Deelnemers 2019	Pensioen- gerechtigden 2019	Deelnemers Streven 2022	Pensioen- gerechtigden Streven 2022
Begrijpelijkheid communicatie	72%	72%	72%	72%
Evenwichtigheid communicatie	55%	52%	55%	52%
Correctheid communicatie	71%	72%	72%	72%
Persoonlijke relevantie communicatie	52%	51%	60%	60%
Tijdigheid communicatie	62%	59%	70%	70%
Inzicht in keuzemogelijkheden	48%	38%	60%	60%
Website bezocht?	41%	31%	60%	50%
Mijn Pensioencijfers bezocht?	31%	22%	40%	25%
E-mailservices ontvangen?	88%	n.v.t.	90%	n.v.t.
Informatie gemist?	16%	24%	15%	20%
Positief beeld SNP	67%	63%	75%	70%
Neutraal beeld SNP	27%	34%	27%	27%
Negatief beeld SNP	6%	3%	3%	3%
Nagedacht over inkomen op pensioenleeftijd	81%	n.v.t.	81%	n.v.t.

## Bijlage 3 [Doelgroepen-middelen matrix]

Middel	Actieven	Pensioen-gerechtigden	Gewezen deelnemers
Digitaal			
Website	x	x	x
Mijn Pensioencijfers	x	x	x
Nieuwsdienst	x	x	x
E-mailservice	x	x	x
Digitale nieuwsbrief		x	
Pensioen 1-2-3	x	x	x
Papier			
Brieven	x	x	x
UPO	x	x	x
Jaaroverzicht		x	
Bestuursverslag en jaarrekening	x	x	x
Mondeling			
Klantenservice	x	x	x
Werkgever / HR-afdeling	x		
Deelnemersbijeenkomst	x		
Gepensioneerdenbijeenkomst		x	



## Bijlage 4 [Checklist verplichte informatie]

Te verstrekken informatie of document	Verstrekkingstermijn	Wet- of regelgeving m.b.t. termijn
Startbrief	Binnen drie maanden na de start van de verwerving van pensioenaanspraken	artikel 21, eerste lid, Pw
Startbrief: informatie over de beroepspensioenregeling	Binnen drie maanden na toetreding tot de beroepspensioenregeling	artikel 48 Wvb
Melden van wijzigingen in de pensioenovereenkomst/beroepspensioenregeling	Binnen drie maanden na een wijziging in de pensioenovereenkomst/beroepspensioenregeling	artikel 21, tweede lid, Pw artikel 48, tweede lid, Wvb
Melding door (beroeps)pensioenfonds van premieachterstand en tekort minimaal vereist vermogen.  De uitvoerder informeert het verantwoordingsorgaan en de ondernemingsraad en, bij het ontbreken daarvan, de deelnemers, gewezen deelnemers en pensioengerechtigden. De uitvoerder informeert tevens de ondernemingsraad (zie lid 2).	Wanneer er sprake van is: ieder kwartaal	artikel 28 Pw artikel 38 Wvb
Melding door verzekeraar bij premieachterstand en gevolgen van premieachterstand	Tijdig (niet gespecificeerd) wanneer de premieachterstand het noodzakelijk maakt de opbouw van pensioenaanspraken te beëindigen.	artikel 29 Pw artikel 39 Wvb
Verstrekken informatie aan deelnemers jaarlijks (UPO)	Uiterlijk 30 september van het betreffende jaar	Artikel 38 Pw / artikel 49 Wvb/ beleidsregel tijdigheid verstrekking Uniform Pensioen Overzichten AFM
Verstrekken van beëindigingsoverzicht	Tijdig (niet gespecificeerd). Bij beëindiging van de deelneming.	artikel 39 Pw artikel 50 Wvb
Informatie aan deelnemer over aanspraken bij waardeoverdracht door ontvangende uitvoerder	Binnen twee maanden na ontvangst van de opgave van de	besluit uitvoering Pw en Wvb, artikel 20

Te verstrekken informatie of document	Verstrekkingstermijn	Wet- of regelgeving m.b.t. termijn
	overdrachtswaarde door de overdragende uitvoerder	
5-jaarlijks overzicht aan gewezen deelnemers	Tijdig (niet gespecificeerd). Tenminste één keer in de vijf jaar. Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging	artikel 40 Pw artikel 51 Wvb
Verstrekken van overzicht aan gewezen partner bij scheiding	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 41 Pw artikel 52 Wvb
Verstrekken van 5-jaarlijks overzicht aan gewezen partner	Tijdig (niet gespecificeerd). Tenminste één keer in de vijf jaar. Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging	artikel 42 Pw artikel 53 Wvb
Verstrekken van overzicht bij pensionering	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 43 Pw artikel 54 Wvb
Verstrekken van jaaroverzicht aan pensioengerechtigden	Tijdig (niet gespecificeerd). Jaarlijks. Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging	artikel 44 Pw artikel 55 Wvb
Verstrekken van informatie bij vrijwillige regeling	Tijdig (niet gespecificeerd). Voorafgaand aan de deelneming in de vrijwillige regeling.	artikel 45 Pw artikel 56 Wvb
Verstrekken van informatie op verzoek	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 46 Pw artikel 57 Wvb
Verstrekken van informatie bij vertrek naar ander lidstaat	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 47 Pw artikel 58 Wvb
Informatie over afkoop klein ouderdomspensioen bij beëindiging deelneming indien de pensioenuitvoerder gebruik wenst te maken van het recht op afkoop.	Gewezen deelnemer: binnen zes maanden na afloop van de periode van twee jaar na beëindiging deelneming. Pensioengerechtigde: binnen zes maanden na ingang van het pensioen	artikel 66, derde lid, Pw artikel 78, derde lid, Wvb
Informatie bij afkoop klein partnerpensioen bij ingang	Binnen zes maanden na ingangsdatum pensioen	artikel 67, tweede lid, Pw artikel 79, tweede lid, Wvb
Informatie bij afkoop klein bijzonder partnerpensioen bij scheiding	Binnen zes maanden na melding van de scheiding	artikel 68, tweede lid, Pw artikel 80, tweede lid, Wvb
Informatie bij herleving plicht waardeoverdracht	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 74, tweede lid, Pw artikel 85, tweede lid, Wvb

Te verstrekken informatie of document	Verstrekkingstermijn	Wet- of regelgeving m.b.t. termijn
Informatie voornemen tot collectieve waardeoverdracht	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 83, tweede lid onder a, Pw artikel 91, tweede lid onder a, Wvb
Informatie bij korting van pensioenaanspraken en pensioenrechten	Tijdig (niet gespecificeerd)	artikel 134 tweede lid, Pw artikel 129, tweede lid, Wvb

Bron: [www.afm.nl](http://www.afm.nl)