

Communicatiebeleidsplan 2017-2019

Editie 2018

Inhoud

1.	Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Afbakening van het plan	4
1.3	Duur van het plan	4
2.	Organisatie van de communicatie	4
2.1	Communicatie over communicatie	5
3.	Het pensioenfonds	5
3.1	Missie van het pensioenfonds	5
3.2	Visie van het pensioenfonds	6
3.3	Kenmerken fonds	6
3.4	Kenmerken deelnemers	7
4.	Kaders communicatiebeleid	7
4.1	Doelstelling communicatiebeleid	7
4.2	Gewenst imago	8
4.3	Huidig imago	9
5.	Ontwikkelingen	9
6.	Communicatiestrategie	10
6.1	Randvoorwaarden na start deelname pensioenregeling	10
6.2	Segmenteren	11
6.3	Geïntegreerde communicatie	12
7.	Doelgroepen	12
8.	Doelstellingen	13
8.1	Speerpunten 2018	13
8.2	Meetbare doelstellingen	14
9.	Communicatie inhoud	15
9.1	Kernboodschap	15
10.	Communicatiemiddelen	15
10.1	Bestaande middelen (huidige situatie)	16
11.	Metten en rapporteren	18

Bijlage 1: Checklist verplichte informatievoorziening.....	20
Bijlage 2: Doelgroepen-middelen matrix.....	22
Bijlage 3: Financieel crisisplan: hoofdstuk communicatie	23
Communicatie over genomen maatregelen.....	23

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Stichting Will Niemeijer Pensioenfonds (hierna te noemen: SNP) vindt effectieve communicatie met de doelgroepen belangrijk, zowel over wettelijke informatieverplichtingen als over actuele ontwikkelingen bij het fonds en in de pensioenwereld. Het fonds heeft een werkgroep communicatie ingesteld die het bestuur adviseert op het gebied van communicatie en toezicht houdt op de uitvoering van de communicatie.

1.2 Afbakening van het plan

Dit plan gaat over de periodieke, structurele communicatie en beschrijft de strategie en de visie van SNP op de communicatie met zijn doelgroepen. Dit plan is een zelfstandig fondsdocument waar de jaarkalender en de jaarlijkse begroting deel van uitmaken. Voor projecten en incidentele communicatie maakt SNP als dat nodig is een aanvulling op dit plan. Ook in geval van een crisis maakt het fonds een apart communicatieplan, gebaseerd op het communicatiehoofdstuk uit het financieel crisisplan (zie bijlage C). De bijbehorende communicatie-acties worden indien nodig opgenomen in de jaarkalender van het fonds.

1.3 Duur van het plan

Dit plan geldt met ingang van het kalenderjaar 2017 en heeft een doorlooptijd van drie jaar (2017 – 2019). Jaarlijks stelt SNP speerpunten voor dat jaar, een jaarkalender en een begroting vast, waarmee de communicatie voor dat kalenderjaar wordt ingekaderd.

2. Organisatie van de communicatie

Het bestuur van SNP stelt het communicatiebeleid vast en is verantwoordelijk voor tijdige, duidelijke, evenwichtige en correcte informatievoorziening over de pensioenregelingen van het fonds. In het geschiktheidsplan van SNP wordt aandacht besteed aan communicatie, zodat de kennis op dat gebied ook binnen het bestuur geborgd is. De Werkgroep communicatie brengt advies uit aan het bestuur over het vast te stellen communicatiebeleid,

initieert en toetst de uitvoering van de communicatie voor zover ze daar niet zelf uitvoering aan geeft. De uitvoerder heeft een adviserende en uitvoerende rol.

Het verantwoordingsorgaan adviseert het bestuur over het vaststellen of wijzigen van het communicatiebeleid en de visitatiecommissie controleert.

Jaarlijks besteedt het bestuur van SNP in het bestuursverslag aandacht aan de communicatieverrichtingen van het betreffende boekjaar.

2.1 Communicatie over communicatie

Communicatie vraagt niet alleen samenhang in uitingen en kanalen, maar ook tussen betrokken partijen. Voordat communicatie-uitingen bij deelnemers terecht komen, betreft SNP waar nodig en mogelijk:

- de interne organisatie van het fonds
- de werkgever/HR-afdeling
- externe adviseurs
- het pensioenbureau van AZL

Hierdoor zijn betrokken partijen tijdig op de hoogte en kunnen ze ook waar nodig anticiperen op vragen.

3. Het pensioenfonds

3.1 Missie van het pensioenfonds

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 te worden behartigd.

De ambitie van Stichting Will Niemeijer Pensioenfonds is om de koopkracht voor de deelnemers zo goed mogelijk te handhaven.

3.2 Visie van het pensioenfonds

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 duurzame uitvoering van de pensioenovereenkomsten te waarborgen.

3.3 Kenmerken fonds

Het SNP is een ondernemingspensioenfonds. Het fonds heeft ten doel het treffen van pensioenvoorzieningen voor de deelnemers, gewezen deelnemers en pensioengerechtigden van Theodorus Niemeijer B.V. die voor 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 werkgevers, twee namens werknemers en een namens gepensioneerden. Per geleding is er bij de vergaderingen een aspirant-lid aanwezig.

Reglementen

De regeling van SNP bevat ouderdomspensioen, partnerpensioen en wezenpensioen.

Het fonds heeft vier reglementen, namelijk 1985, 1986, 2004 en 2006. Aangezien deze reglementen allemaal verschillende kenmerken hebben, bij voorbeeld voor wat betreft pensioenleeftijd en flexibiliseringsmogelijkheden, 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 pensioenopbouw en pensioenaanspraken is niet aan de orde.

3.4 Kenmerken deelnemers

Het aantal actieve deelnemers van SNP daalt als gevolg van reorganisaties bij de werkgever de laatste jaren. Omdat het fonds een gesloten regeling heeft, komen er geen actieve deelnemers meer bij. Het aantal gewezen deelnemers neemt langzaam af, terwijl het aantal gepensioneerden licht stijgt. De werkgever is een productiebedrijf met ploegendiensten.

	2016	2015	2014	2013	2012
Deelnemers incl. arbeidsongeschikten	245	261	294	299	312
Gewezen deelnemers	391	409	437	452	475
Pensioengerechtigden	714	702	663	659	657
Totaal	1.350	1.372	1.394	1.410	1.444

4. Kaders communicatiebeleid

4.1 Doelstelling communicatiebeleid

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

Bovenstaand is wat de wet ook voorschrijft. 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.

4.2 Gewenst imago

Het gewenst imago van SNP is betrouwbaar, deskundig, servicegericht, zorgvuldig en transparant. Deze zogenaamde kernwaarden zijn richtinggevend voor alle communicatie. Onderstaand volgt per kernwaarde een korte toelichting.

Betrouwbaar

SNP wil gezien worden als een betrouwbaar fonds, waar het pensioen en de aanspraken in goede handen zijn. Het fonds is 'in control', voert de pensioenregeling nauwgezet uit en communiceert tijdig, duidelijk, evenwichtig en correct.

Deskundig

SNP is een pensioenfonds waar de benodigde kennis beschikbaar is voor een goede uitvoering van de pensioenregeling en voor het accuraat beantwoorden van vragen van de (oud-)deelnemers en gepensioneerden.

Servicegericht

Het fonds zorgt ervoor dat (oud-)deelnemers, gepensioneerden en ook de werkgever weten waar ze terecht kunnen voor meer informatie. De communicatie wordt zo veel mogelijk afgestemd op de kennis en behoefte van de doelgroepen.

Zorgvuldig

SNP is een integer 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 is een open en duidelijk pensioenfonds. Doelgroepen worden tijdig geïnformeerd over zaken die er bij het fonds spelen en over welke gevolgen dat heeft voor hun pensioen. Het fonds heeft niets te verbergen.

4.3 Huidig imago

Over het huidig imago van het pensioenfonds is weinig bekend. Het fonds heeft geen deelnemerstevredenheidsonderzoek gedaan om te onderzoeken hoe de deelnemer tegen het fonds aan kijkt.

5. Ontwikkelingen

Hieronder in vogelvlucht de ontwikkelingen op het gebied van wet en regelgeving en in de maatschappij.

Wet- en regelgeving

- Wet pensioencommunicatie
- Nieuw Financieel Toetsingskader
- Herstelplan
- Verhoging pensioenrichtleeftijd naar 68 jaar in 2018
- Ontwikkelingen rond nieuw pensioencontract

Maatschappelijke ontwikkelingen

- Minder mensen die een baan voor het leven aannemen. Bij de werkgever is het verloop, tegen deze trend in heel laag
- Vergrijzing
- Versnelde verhoging AOW-leeftijd
- Algemene economische en financiële ontwikkelingen
- Hoge pensioenverwachtingen
- Digitalisering, informatie op maat
- Negatieve impact media op beeldvorming rond pensioen
- Nieuw pensioenstelsel, waaronder persoonlijke pensioenpot en afschaffing doorsneepremie

6. Communicatiestrategie

De communicatiestrategie van SNP is voor de komende jaren gericht op informeren en overtuigen. Het fonds wil zijn overtuigingskracht inzetten om de deelnemer ertoe aan te zetten zich te verdiepen in zijn pensioen, daar waar nodig de juiste keuzes te maken en de bijbehorende acties te ondernemen.

De werkgever heeft een belangrijke rol als het gaat om pensioenbewustwording van de actieve deelnemers. Het fonds heeft het vertrouwen van de werkgever, die de spil in pensioencommunicatie is. De HR-afdeling is het eerste aanspreekpunt voor de actieve deelnemer met vragen over de arbeidsvoorwaarde pensioen. Het belang van samen optrekken met de werkgever wordt door het fonds onderkend en uitgevoerd. Er wordt samengewerkt als het gaat om informatievoorziening in het Niemeijer Nieuws en als dat nodig is krijgt het fonds een platform in bijeenkomsten voor deelnemers of gepensioneerden.

Belangrijk is bovendien dat (aanstaande) gepensioneerden meerzicht krijgen op de keuzemogelijkheden die de pensioenregeling van Niemeijer biedt. Er is een aantal thema's van belang als deelnemers eenmaal gepensioneerd zijn. Daarvoor vraagt het fonds bijzondere aandacht. Denk hierbij aan belasting&pensioen, verhoging en verlaging van pensioen, nabestaandenpensioen en natuurlijk de maandelijkse betaaldata van de pensioenuitkering.

De gewezen deelnemers en gewezen partners ontvangen een keer per vijf jaar een pensioenoverzicht, zoals de wet dat van het fonds eist. Daarnaast kan deze doelgroep uiteraard ook terecht bij het pensioenbureau van AZL als zij vragen hebben over hun pensioen.

6.1 Randvoorwaarden na start deelname pensioenregeling

Aan de communicatie van het fonds wordt een aantal wettelijke randvoorwaarden gesteld. Dit zijn de criteria waarop de AFM controleert.

- **Tijdig:** basisinformatie binnen drie maanden na de start. Bij andere informatie is tijdig binnen een termijn waarin de deelnemer de informatie redelijkerwijs kan gebruiken voor het beoogde doel.
- **Duidelijk:** vindbaar en begrijpelijk. Gerelateerde informatie wordt bij elkaar gepresenteerd en bevat duidelijke verwijzingen. Geen vakjargon, moeilijke termen uitleggen en concreetheid. Het gelaagd aanbieden van informatie hoort hier ook bij.
- **Evenwichtig:** zowel positieve als beperkende kenmerken worden genoemd en toegelicht. Eerlijk over risico's, om te voorkomen dat de deelnemer een verkeerde keuze maakt.
- **Correct:** inhoudelijk juist. Informatie bevat geen tegenstrijdigheden zowel binnen als tussen uitingen. De informatie is consistent met de pensioenovereenkomst en het pensioenreglement.

Volledig is geen criterium uit de wet pensioencommunicatie. Dat geeft het fonds de ruimte om keer op keer de juiste balans te vinden tussen juridisch correcte en communicatieve kracht van communicatie.

SNP geeft invulling aan deze criteria, onder meer door:

- een vriendelijke, positieve toonzetting en persoonlijke stijl
- taalniveau B1, consistentie in begrippen, geen vakjargon
- informatie compact, overzichtelijk en proactief aan te bieden, waar mogelijk gebruik makend van de drie lagen zoals beschreven in Pensioen 1-2-3
- informatie toegankelijk en herkenbaar vorm te geven (huisstijl en logo)

6.2 Segmenteren

Deelnemers vinden pensioenmaterie ingewikkeld, zeker in geval van SNP waar veel deelnemers pensioen opbouwen of hebben opgebouwd in meerdere regelingen. Daar komt nog bij dat lang niet iedereen open staat voor pensioeninformatie. Te veel en irrelevante informatie zijn daarbij funest. Ook de nieuwe wet pensioencommunicatie stuurt op het centraal stellen van de deelnemer, zo veel mogelijk aansluiten bij wat hij weet en wil weten. SNP segmenteert op het gebied van:

- doelgroep
- belangrijke momenten in het leven, zowel werk als privé

Het spreekt voor zich dat informatie qua inhoud en timing relevant moet zijn, juist moet zijn en nadrukkelijk moet aangeven welke actie de deelnemer kan/moet ondernemen.

Deelnemers die door een reorganisatie in een sociaal plan terecht komen verdienen speciale aandacht. Deze mensen zitten in een onzekere financiële situatie en weten vaak niet wat die voor gevolgen heeft voor hun pensioen. De primaire verantwoordelijkheid voor deze doelgroep ligt bij de werkgever, maar het fonds pakt hierin zijn rol als ondersteuning van de werkgever.

6.3 Geïntegreerde communicatie

Communicatie vraagt samenhang in uitingen en kanalen (papier, digitaal, persoonlijk), met daarbij speciale aandacht daarbij voor:

- eerstelijns digitale communicatie, waarbij de website een centrale rol in de communicatie speelt
- tweedelijns de communicatie via het pensioenbureau van AZL

Het fonds overweegt om te gaan kiezen voor digitaal als voorkeurskanaal, mits kan worden aangetoond dat dit niet alleen communicatief maar ook kostentechnisch voordelen biedt. De komende beleidsperiode zal in het teken staan van deze keuze en de eventuele gevolgen daarvan. Deelnemers die bezwaar maken tegen digitale communicatie, blijven hun persoonlijke pensioeninformatie (= de informatie die het fonds conform de wettelijke verplichtingen naar de deelnemer moet brengen) op papier ontvangen.

7. Doelgroepen

SNP onderkent een aantal (sub)doelgroepen.

- Actieve deelnemers

Met daarbij extra aandacht voor:

- Deelnemers die uit dienst gaan door een sociaal plan
- Bijna gepensioneerden (deelnemers die volgens het reglement met pensioen kunnen)
- Arbeidsongeschikten
- Pensioengerechtigden
 - Gepensioneerden
 - Nabestaanden (partners en wezen)
- Gewezen deelnemers
 - Gewezen partners

Waar nodig betreft en/of informeert het fonds de werkgever, de sociale partners en de toezichthouders AFM en DNB. De primaire focus in dit plan ligt echter op de deelnemersgroepen.

8. Doelstellingen

SNP streeft ernaar het pensioenbewustzijn te stimuleren bij de deelnemers. Dat betekent dat de deelnemer weet wat hij heeft opgebouwd, wat hij kan verwachten aan pensioen en wat hij daarmee kan doen in relatie tot zijn (huidige) inkomen. Die kennis moet hem als dat nodig is aanzetten tot het ondernemen van de juiste actie om zijn pensioeninkomen te vergroten. De balans tussen nu en later is daarbij belangrijk.

8.1 Speerpunten 2018

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 2017 zijn de speerpunten als volgt vastgesteld:

Beleidsspeerpunten

- Wijzigingen pensioenregeling, waaronder wijziging flexibiliseringsmogelijkheden en pensioenrichtleeftijd naar 68 jaar

- Implementatie eisen uit de nieuwe wet pensioencommunicatie,
 - waaronder de keuze om al dan niet te kiezen voor digitale communicatie als voorkeurskanaal.
- Verdere intensivering samenwerking werkgever bij pensioencommunicatie.
- Nieuwe wetgeving op het gebied van privacy.

Communicatiemiddelen en -inhoud

- Uitleg pensioenaanspraken en –opbouw in de verschillende regelingen van SNP;
- Communicatie via Niemeijer Nieuws;
- Pensioenvoorlichting voor deelnemers die in sociaal plan terecht komen;
- Meten effectiviteit communicatiemiddelen;
- Uitbreiden aanbod e-mailservice voor slapers en gepensioneerden.

8.2 Meetbare doelstellingen

Om doelstellingen tastbaar te maken, is het belangrijk ze te kunnen meten. SNP heeft recent geen deelnemerstevredenheidsonderzoek gedaan. Er zijn geen gegevens beschikbaar die als nulmeting zouden kunnen dienen. Het vaststellen van meetbare doelstellingen is daarom op het moment van schrijven nog niet opportuun. Binnen de driejaarlijkse beleidscyclus wordt aangeraden om aan het einde van deze periode (2019) een dergelijk onderzoek te laten uitvoeren onder actieve deelnemers en gepensioneerden. De resultaten van dat onderzoek kunnen als basis dienen voor het communicatiebeleidsplan 2020-2022.

Het fonds wil echter niet tot 2019 wachten alvorens de effectiviteit van de ingezette communicatiemiddelen te toetsen. Mede op grond van de eisen in de Code Pensioenfonds en op aandringen van de visitatiecommissie, wordt in 2017 al op kleine schaal hiermee gestart. Een voorstel daartoe zal in de loop van het jaar via de werkgroep communicatie aan het bestuur worden voorgelegd.

9. Communicatie inhoud

9.1 Kernboodschap

Elke doelgroep kent zijn eigen kernboodschap. De rode draad is dezelfde: balans tussen eigen verantwoordelijkheid en verantwoordelijkheid van het pensioenfonds.

Actieve deelnemers

Straks een goed pensioen? Nu zelf al iets doen! Bekijk uw totale eigen pensioensituatie regelmatig, zodat u weet wat u (straks) aan pensioen kunt verwachten. Neem de tijd om te beoordelen of dat voldoende is in het licht van uw toekomstplannen. Is dat niet het geval, onderneem dan tijdig actie. SNP voorziet u graag van de informatie die u nodig hebt om die afwegingen te maken. U kunt altijd bij het pensioenfonds terecht met uw vragen. Uw pensioenaanspraken zijn in goede handen bij SNP.

Pensioengerechtigden

Uw pensioen is in goede handen bij SNP. Het fonds voorziet u graag van de informatie die u nodig hebt om te beoordelen of uw pensioen naar de toekomst toe voldoende is. U kunt altijd bij het pensioenfonds terecht met uw vragen.

Gewezen deelnemers

Uw pensioenaanspraken zijn in goede handen bij SNP. Bekijk ook zelf uw totale pensioensituatie regelmatig, zodat u weet wat u (straks) aan pensioen kunt verwachten.

10. Communicatiemiddelen

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.

10.1 Bestaande middelen (huidige situatie)

Digitale communicatie

Website

De website is in 2015 vernieuwd en 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.

Verkort jaarverslag

SNP besloot om in 2017 voor het eerst een verkorte versie van het bestuursverslag en de jaarrekening uit te brengen in digitale vorm, om om de binding met de deelnemers verder te versterken.

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.

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.

Pensioen 1-2-3

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

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. 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 voor 1 juli van het volgende boekjaar. Deze stukken worden op de website van het fonds geplaatst en er wordt een nieuwsbericht aan gewijd.

Niemeijer Nieuws

Het personeelsblad Niemeijer Nieuws verschijnt drie keer per jaar. Het pensioenfonds heeft daarin twee pagina's per keer ter beschikking die het naar eigen inzicht kan vullen met informatie.

Mondelinge communicatie

Pensioenbureau van AZL

Het pensioenbureau fungeert als vraagbaak voor alle deelnemers. Het is tijdens kantooruren telefonisch bereikbaar en daarbuiten ook per e-mail.

Werkgever/HR-afdeling

De werkgever en 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.

Gepensioneerdenbijeenkomst

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

11. Meten en rapporteren

Communicatie-uitingen worden altijd vooraf getoetst door de werkgroep communicatie. Als dat nodig is, worden ze ook vooraf getoetst bij het lezerspanel. Om dit niet uit het oog te verliezen, staat het lezerspanel als vast agendapunt op de agenda van de werkgroep communicatie.

Om de effectiviteit van de communicatiemiddelen te toetsen wordt alle informatie vanuit de dialogen met deelnemers, pensioengerechtigden en werkgevers, spontane feedback, analyses van websitebezoek, helpdesk en eventueel onderzoek in relatie tot elkaar besproken in de Werkgroep communicatie van SNP.

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.

Bijlage 1: Checklist verplichte informatievoorziening

Doelgroep	Te verstrekken informatie of document	Verstrekkingstermijn
Allen	Melden van wijzigingen in de pensioenovereenkomst	Binnen 3 maanden na wijziging in de pensioenovereenkomst
Allen	informatie bij herleving plicht waardeoverdracht	Tijdig (niet gespecificeerd)
Allen	informatie voornemen tot collectieve waardeoverdracht	Tijdig (niet gespecificeerd)
Allen	Informatie bij korting van pensioenaanspraken of pensioenrechten	Tijdig (niet gespecificeerd)
Allen	Verstrekken van informatie op verzoek	Tijdig (niet gespecificeerd)
Allen	Verstrekken van informatie bij vertrek naar andere lidstaat	Tijdig (niet gespecificeerd)
Deelnemers	Verstrekken informatie aan jaarlijks (UPO)	Uiterlijk 30 september van het betreffende jaar
Deelnemers	Verstrekken van beëindigingsoverzicht	Tijdig (niet gespecificeerd. Bij beëindiging van de deelneming.
Deelnemers	Informatie over aanspraken bij waardeoverdracht door ontvangende uitvoerder	Binnen twee maanden na ontvangst van de opgave van de overdrachtswaarde door de overdragende uitvoerder.
Deelnemers	Verstrekken van overzicht bij pensionering	Tijdig (niet gespecificeerd)
Deelnemers	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.
Gewezen deelnemers	5-jaarlijks overzicht	Tijdig (niet gespecificeerd). Tenminste één keer in de vijf jaar. Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging.
Gewezen partners	Verstrekken van overzicht bij scheiding	Tijdig (niet gespecificeerd).
Gewezen partners	Verstrekken van 5-jaarlijks overzicht	Tijdig (niet gespecificeerd). Tenminste één keer in de vijf jaar.

Doelgroep	Te verstrekken informatie of document	Verstrekkingstermijn
		Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging.
Gepensioneerden	Verstrekken van jaaroverzicht	Tijdig (niet gespecificeerd). Jaarlijks. Bij wijziging toeslagbeleid: binnen drie maanden na wijziging.
Partner	Informatie bij afkoop klein partnerpensioen bij ingang	Binnen zes maanden na ingangsdatum pensioen.
Ex-partner	Informatie bij afkoop klein bijzonder partnerpensioen bij scheiding	Binnen zes maanden na melding van de scheiding.

Bijlage 2: Doelgroepen-middelen matrix

middel	Pensioenoverzicht	Niemeijer Nieuws	Procesbrieven	Formulieren	Jaarverslag	Verkort jaarverslag	E-mailservice	Website	Mijn Pensioencijfers	Gepensioneerden-bijeenkomst	Helpdesk – telefoon	Helpdesk – e-mail	Werkgever	Jaaropgave
Doelgroep														
Actief	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	
Gewezen deelnemers	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X	
Gepensioneerden		X	X		X	X	X	X		X	X	X		X

Bijlage 3: Financieel crisisplan: hoofdstuk communicatie

De Stichting Will Niemeijer Pensioenfonds (hierna: het fonds) dient op grond van artikel 145, lid 2 van de Pensioenwet in de actuariële en bedrijfstechnische nota (abtn) van het fonds een financieel crisisplan op te nemen. Het financieel crisisplan is een beschrijving van maatregelen die het fonds op korte termijn effectief kan inzetten indien de beleidsdekkingsgraad¹ zich bevindt op of zeer snel beweegt richting kritische waarden waardoor het realiseren van de doelstelling van het fonds in gevaar komt. In dit crisisplan is bijzondere aandacht voor communicatie over de genomen maatregelen (hoofdstuk 6), zie daarvoor de rest van deze bijlage. Voor het volledige financieel crisisplan verwijzen we graag naar de website van het fonds.

Communicatie over genomen maatregelen

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 bijlage A staat per communicatiefase de boodschap weergegeven.

Communicatiemiddelen

Het fonds beschikt over een set aan communicatiemiddelen.

Huidige middelen voor alle belanghebbenden:

- Helpdesk
- Brief
- Pensioenoverzicht (UPO)
- Website

Huidige middelen alleen voor werknemers en gepensioneerden:

- Nieuwsbrieven en personeelsbladen 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.

Hieronder een overzicht van de communicatiefasen, de inhoud van de communicatie, de boodschap per fase en de inzet van de middelen.

Communicatiefase	Informeren over	Centrale boodschap	Inzet middelen
Fase 1: besluitvorming over maatregel (op korte termijn na besluitvorming)	Financiële situatie Herstelpad vs. herstelplan De maatregel die genomen is, wat betekent dit voor u (doelgroepspecifiek en het waarom van die besluitvorming Gevolgen van de maatregelen in het bijzonder voor de hoogte van het pensioen Verwachtingen toekomst Procesinformatie	"De financiële situatie van uw pensioenfonds herstelt niet zoals verwacht. 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."	Personeelsblad Website
Fase 2: Ongedaan maken van de maatregelen	Financiële situatie van het fonds is verbeterd. Herstelpad vs. herstelplan Ongedaan maken van de genomen maatregel, wat betekent dit voor u en in het bijzonder voor de hoogte van het pensioen	"De financiële situatie is verbeterd. Het fonds gaat de genomen maatregel ongedaan maken."	Personeelsblad Website
Fase 3: Regelmatige en structurele communicatie over de financiële situatie	Financiële situatie van het fonds Herstelpad vs. herstelplan	"De financiële situatie is gezond / blijft krap / Wij houden de vinger aan de pols en houden u op de hoogte."	Personeelsblad Website

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.