

perspectief

Kees Esser

Jonge huisartsen
in actie voor
verhuizing
pensioenen



Wet pensioencommunicatie
geëvalueerd
Kansen voor verbetering

āzl

Magazine voor relaties van AZL
nummer 2 – juni 2020

De toekomst voor elkaar

Pensioenfondsen, werkgevers én hun medewerkers streven naar een optimaal en toekomstbestendig collectief pensioen. AZL maakt dit gedeelde streven mogelijk. In het snel veranderend pensioenlandschap is samen hierbij de sleutel. Want samen kun je meer, leer je van elkaar en deel je kosten en risico's. Daar wordt iedereen beter van.

Dankzij onze diepgewortelde kennis van pensioenmaterie, een schat aan ervaring en de wil om hard en nauwkeurig te werken, voeren wij tientallen unieke pensioenregelingen vlekkeloos uit. Door intensief samen te werken met uiteenlopende opdrachtgevers en zo een antwoord te vinden op hun specifieke vragen, zijn wij dé experts in het omgaan met veranderingen.

Contact

AZL N.V.
Postbus 4471, 6401 CZ Heerlen
communicatie@azl.eu
+31 (0)88 116 2000
www.azl.eu

Verschijnt drie keer per jaar.

Redactie Marjolein Rozendaal (hoofd-redacteur, eindredacteur), Pastoor bv
Vormgeving Marion Kramer
Tekst AZL Marketing & Communicatie, Maurice Sarton, Pastoor bv
Fotografie De Beeldredactie, Henry Peters | Fotostudio [G2]
Illustratie Marco Jeurissen

Disclaimer Hoewel deze editie van AZL Perspectief uiterst zorgvuldig is samengesteld, kunnen aan de inhoud ervan geen rechten worden ontleend.
Auteursrecht Overname van artikelen is toegestaan met bronvermelding.

Inhoud



AZL in tijden van corona

Judith Kochen en Wouter van Hove
blikken terug op de afgelopen
periode.
Pagina 4



'Zorgen zijn een trigger om in beweging te komen'

Monica Swalef en Leo Lentz
over de evaluatie van de
Wet pensioencommunicatie
Pagina 6



Nieuwe website AZL live

Een kennisplatform met nieuwe
functionaliteiten
Pagina 10



HAIO en de heldere boodschap

Kees Esser over communicatie
rondom verhuizing pensioenen
Pagina 12

Verder in deze uitgave

Column Maurice Sarton
Pagina 15

Daadwerkelijk contact maken door beleving

Pagina 16

Gegevens als grondstof voor meer

Pagina 18

Mensen van AZL: Evelyn de Waal

Pagina 20



Voorpagina:

Bestuurder bij pensioenfonds HAIO
Kees Esser

Redactioneel



Zorgen voor werkgevers en deelnemers

Zorgen voor de toekomst is actueler dan ooit. Sinds maart ziet de wereld er heel anders uit dan we allemaal voor mogelijk hadden gehouden. Een ongekende omslag in onze gewoontes, ons dagritme en in het werkzame leven van veel mensen heeft plaatsgehad. Veel mensen verloren of verliezen hun baan en de economie lijdt onder de crisis. Niemand weet hoe de toekomst eruit gaat zien. Wat gaat het 'nieuwe normaal' worden? Blijven we op afstand van elkaar leven en werken? Ondertussen gaat de pensioenuitvoering gelukkig wel door zoals u dat van ons gewend bent. Daar zijn we trots op, want zonder onze dienstverlening zouden honderdduizenden gepensioneerden zonder pensioen komen te zitten. En zouden werkenden geen pensioen opbouwen voor later. Samen met u doen we er elke

dag weer alles aan om daarvoor te zorgen. Over die zorg leest u in dit nummer van Perspectief. In ons logboek van de afgelopen maanden vertellen leden van ons crisisteam over de maatregelen van AZL sinds het begin van de coronacrisis. Verder spraken we met consultant Monica Swalef en hoogleraar Leo Lentz over de evaluatie van de Wet pensioencommunicatie en de inzichten voor deelnemers. Pensioenfonds HAIO voor huisartsen in opleiding zorgde ervoor dat jonge huisartsen in actie kwamen voor hun pensioen. En we kijken naar de ontwikkeling van nieuwe initiatieven voor deelnemers en werkgevers: PensioenTV en het nieuwe werkgeversportaal. Zorg goed voor uzelf en uw naasten. We wensen u veel leesplezier!

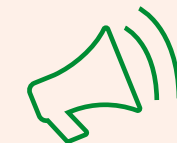
Kort nieuws



Evenementenkalender

23 september	Themasessie
7 oktober	Innovatie – Ronde Tafel (op uitnodiging)
7 oktober	Assurance Services
11 november	Strategische Sessie <i>Doorkijk 2021</i>
25 november	Assurance Services

Houd ook onze digitale nieuwsbrief in de gaten!



Pensioenakkoord uitgewerkt

Vlak voor het ter perse gaan van deze editie van Perspectief werd bekend dat de hoofdlijnen van het pensioenakkoord zijn uitgewerkt. De sociale partners en het kabinet maakten op 12 juni 2020 bekend dat de gesprekken over de uitwerking van het principe-akkoord voor een nieuw pensioenstelsel waren afgerond. De hoofdlijnennotitie gaat rond de datum van het verschijnen van dit magazine naar de Tweede Kamer. Wij gaan hierover graag met onze klanten in gesprek tijdens een speciale themasessie.

Via e-mail en onze digitale nieuwsbrief houden we u op de hoogte van alle actualiteiten rondom het nieuwe pensioenstelsel. Kijk ook op www.azl.eu voor het laatste nieuws.



Een terugblik vanaf het begin van de coronacrisis

AZL in tijden van corona

Eind februari werden we in Nederland geconfronteerd met het coronavirus. Hoewel extra hygiënemaatregelen aanvankelijk voldoende leken, gingen we al snel over tot een 'intelligente lockdown' en werd thuiswerken de norm. Ook AZL ontkwam niet aan de maatregelen. Samen met Judith Kochen (hoofd P&O) en Wouter van Hove (hoofd financiële administratie) blikken we terug op de afgelopen periode.

Judith Kochen
hoofd P&O



Wouter van Hove
hoofd financiële administratie

Februari

Alle ogen zijn gericht op Noord-Italië en het aantal besmettingen in andere Europese landen neemt toe. Nog voor het eerste officiële coronageval in Nederland bekend is, vormt AZL op 27 februari een multidisciplinair crisisteam om voorbereid te zijn op een uitbraak. Eén van de leden van het crisisteam is Judith Kochen. 'Ik ben hoofd BHV geweest, dus het zit nog altijd bij mij in het achterhoofd dat ik goed voorbereid wil zijn.'

Maart

Het crisisteam komt voor het eerst bij elkaar op 2 maart. Tijdens de vergadering wordt een eerste plan van aanpak besproken. Het crisisteam neemt het business continuity plan van AZL bij de hand waarin staat gedefinieerd wat de

bedrijfskritische processen zijn en hoe lang systemen uit de running mogen zijn voordat er grote problemen ontstaan. Het team besluit minstens één keer per week bijeen te komen. Daarnaast houdt het team contact via een whatsappgroep. Ook haken enkele leden aan bij het crisisteam van NN, omdat AZL het beleid volgt van zijn moedermaatschappij. Wouter van Hove, lid van het crisisteam en procesbegeleider: 'In het begin ging het vooral over hygiënevoorschriften, risicogebieden en praktische vragen als: hoe ga je om met ziekmeldingen en mensen met klachten?'

Een week later wordt besloten om afdelingen op te delen in twee teams in het kader van risicospreiding, waarbij team A op kantoor werkt en team B thuis

via Citrix. De tweedeling wordt getest op donderdag 12 maart. De dag verloopt zonder grote technische problemen. 'Een fijne constatering', aldus Wouter. Vanaf 16 maart werken dan ook alle bedrijfskritische teams voortaan thuis.

Deze beslissing wordt echter ingehaald door de actualiteit. Op 17 maart kondigt premier Mark Rutte strengere kabinetsmaatregelen aan. Iedereen wordt gevraagd om zoveel mogelijk thuis te blijven. In navolging van de persconferentie besluit AZL dat alle medewerkers per 19 maart tot nader order thuiswerken.

'Binnen drie dagen was er een omslag: iedereen naar huis', zegt Judith. 'Alleen mensen die echt niet thuis kunnen werken, werken op kantoor.'

Dit bleek een enorme uitdaging, vooral voor de IT-afdeling. 'Binnen enkele dagen moesten we opschalen van 200 naar 600 Citrix-licenties', vertelt Wouter. 'Gelukkig heeft de praktijk uitgewezen dat het systeem heel stabiel is en dat alle operationele processen door kunnen gaan.' Judith: 'IT heeft heel snel moeten schakelen en dat hebben de collega's ook heel goed gedaan. Maar dat is ook AZL, hè. Als het moet dan staan we er gewoon.'

April

Ondanks deze omslag lopen alle processen gewoon door. Evenementen vinden digitaal doorgang, net als sollicitatiegesprekken, overleggen en vrijdagmiddagborrels. Het thuiswerken brengt natuurlijk nieuwe uitdagingen met zich mee, maar volgens Judith heeft iedereen vrij snel zijn draai gevonden. 'Uit onze medewerkersenquête over thuiswerken kregen we bijna alleen positieve signalen: medewerkers gaven gemiddeld een 8.'

In tijden van thuiswerken kan het lastig zijn om verbinding te houden met het team en het teamgevoel te bewaren. 'In het begin was het even zoeken', zegt Judith. 'Nu hebben we afgesproken dat we iedere dag online een gezamenlijke aftrap hebben. Eigenlijk heb ik het idee dat ik mijn hele team nu vaker spreek dan van tevoren.' Ook Wouter is positief: 'We hadden elke week een weekstart. Dat doen we nu met videobellen; zo zie je elkaar tenminste nog eens en krijg je meer gevoel bij hoe iemand in zijn vel zit. Daarnaast maken we elke dag een chatgroep aan, waarin we elkaar op de hoogte houden.'

Mei

Het wordt duidelijk dat we ook de komende maanden vanuit huis blijven werken. Inmiddels is er een plan in de maak voor hoe het werken op kantoor eruit gaat zien in onze anderhalvemetersamenleving.

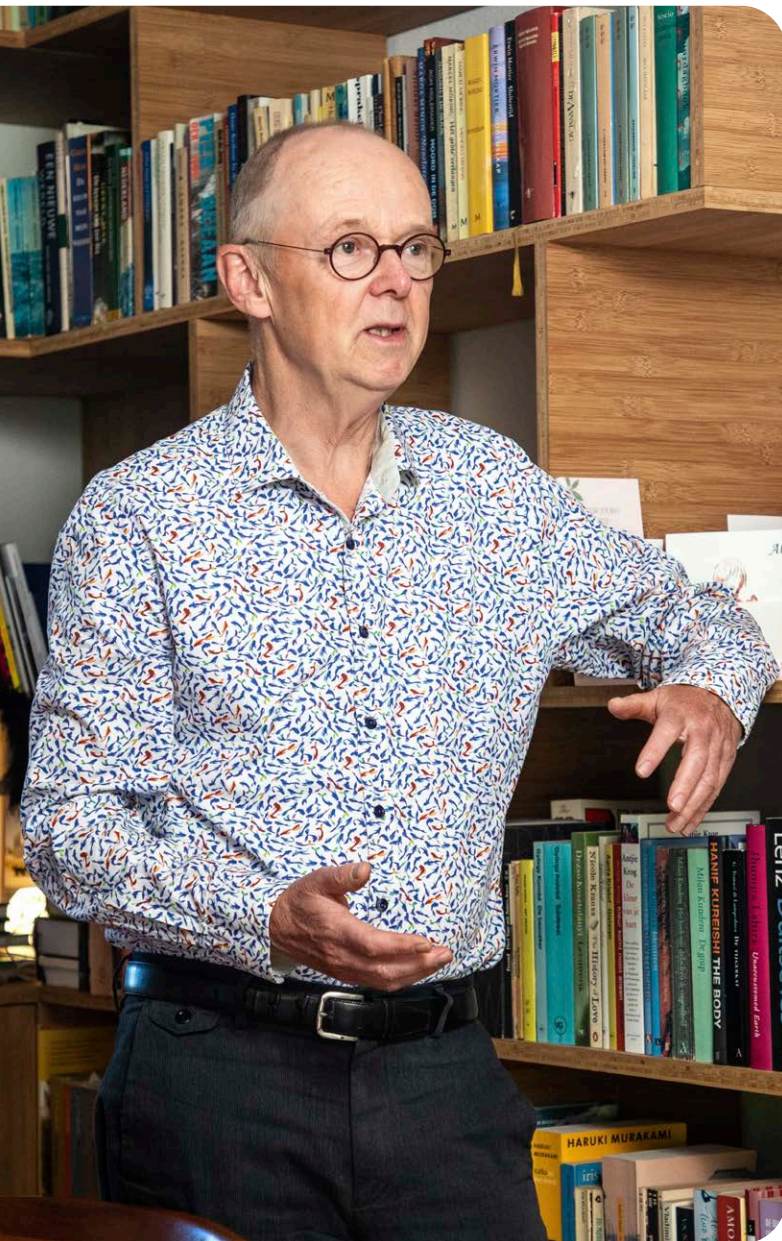
Wouter: 'We zullen naar een soort roulatiesysteem moeten of –als daar behoefte aan is– besluiten dat een groep medewerkers permanent thuis werkt en een andere groep op kantoor. Op kantoor denken we aan minder werkplekken, het creëren van looproutes en aanbieden van afhaallunches.'

Hoe het werken er ook uit gaat zien, voor Judith staat één ding als een paal boven water: 'We hebben als AZL bewezen hoe wendbaar we zijn. Als je het hebt over onze kernwaarden, en beseft hoe moeilijk het is om een cultuuromslag te realiseren, dan heeft deze coronacrisis een enorm versnellend effect gehad. We zijn altijd al goed in staat geweest om ons aan te passen; dat is één van onze sterke kanten. Maar zoals we ons nu hebben aangepast, vind ik echt bewonderenswaardig. Dat is heel snel gegaan.'





‘Zorgen zijn een trigger om in beweging te komen’




Het doel van de Wet pensioencommunicatie was vijf jaar geleden helder: deelnemers beter in staat stellen hun oude dag financieel te plannen. Intussen is de wet geëvalueerd. Pensioenjurist en -adviseur Monica Swalef, betrokken bij de evaluatie, ziet kansen om pensioencommunicatie verder te verbeteren. Hoogleraar Leo Lentz waarschuwt dat verplicht communiceren een rem zet op innovatie. Een tweegesprek.

 **De evaluatie van een wet, dat klinkt als een grote opdracht.**

Monica Swalef: ‘Het was wel even een klus inderdaad. Een mooie opdracht voor een relatief klein bureau als het onze. We zijn al jaren inhoudelijk betrokken bij pensioenwetgeving, we hebben een groot netwerk in deze wereld. Bij wetsevaluaties waar we voor gevraagd worden, ben ik altijd zelf betrokken. Na de interviews en analyses was ik ook actief in de expert-meeting aan het einde. Hierin toetste een breed gezelschap de voorlopige resultaten. Als betrokken ondernemer vind ik er iets van, van wetgeving. Mijn taak was om de andere onderzoekers te voeden met de aanwezige kennis en opvattingen in het veld. Dat deed ik overigens samen met onze communicatiespecialist, Kornelis Wetsema. Ik houd van kennisoverdracht, van samenwerking om tot een hoger niveau te komen. Met een groep van 45 deskundigen hebben we ons daarom gebogen over de beleidsvoornemens van minister Koolmees naar aanleiding van de evaluatie. De vragen en wensen, maar ook concrete ideeën


voor verbetering van de wet deelden we met de minister. Die kan hij gebruiken bij het verder voorbereiden van de voorgestelde wetswijzigingen.’

 **Sluiten de uitkomsten van de evaluatie aan bij die van wetenschappelijk onderzoek?**

Leo Lentz: ‘Met veel conclusies, en met de keuzes van de minister ben ik het eens. Maak het UPO minder verplicht qua vorm. Schaf Pensioen 1-2-3 maar weer af. Zet stevig in op MPO (mijnpensioenoverzicht, red.). Wij hebben in het verleden testpersonen laten berekenen wat ze uitgekeerd krijgen als ze met pensioen gaan, aan de hand van een UPO en MPO. Dan blijkt dat MPO het heel goed doet. Meer dan 90 procent van de mensen in het onderzoek kon ermee uit de voeten. Als communicatiemiddel presteert het bovengemiddeld en het is bovendien goed vindbaar. Dat is een prestatie van formaat van de sector.’

Swalef: ‘Het is inderdaad een prima middel, zeker als op termijn de derde pijler toegevoegd is aan MPO. Dat heeft wel wat voeten in aarde, maar het zou wel ideaal zijn. Het UPO is ooit bedacht als oplossing voor de overmaat aan verschillende pensioenoverzichten. Maar de uniformiteit is doorgeslagen, waardoor je er als individu niet meer uitkomt. Een goed idee om hiermee een andere weg in te slaan.’

Lentz: ‘Maar meer maatwerk staat nog in de kinderschoenen, dat blijkt ook uit onderzoek.’

 **U heeft hierover vorig jaar een studie gepubliceerd, waarbij u aangaf echte innovatie in pensioencommunicatie nog te missen.**


Lentz: ‘Ja. In mijn overtuiging werkt het vastleggen van communicatieplicht teveel als belemmering. Die notie had ik graag meer teruggelezen in de evaluatie. Waarom is er eigenlijk een Wet pensioencommunicatie? Er is toch ook geen wet voor communicatie rondom hypotheek of verzekeringen? Op dat



terrein is er alleen een toetsingskader. Uit de reactie van de minister blijkt dat hij aan de inhoud van verplichte informatie niets wil veranderen. Aan verplichte communicatie is een heel domein van onderzoek gewijd. Wat blijkt? Er is te veel vastgelegd, de wereld zit vol overbodige verplichte communicatie. Neem de richtlijnen die discriminatie bij sollicitaties moeten tegengaan. Werkgevers krijgen nu opgelegd dat ze de procedures beschrijven hoe ze discriminatie voorkomen. Dan heb je een daad gesteld als overheid. Terwijl je via dwangcommunicatie niet meer hebt gedaan dan het verplicht stellen van de zoveelste nieuwe procedure. Als je alles vastlegt, is er minder ruimte voor innovatie.'

Swalef: 'Toch heeft wetgeving ook een goede kant. Dat blijkt ook uit het succes van MPO. Wetgeving is nodig als dingen niet vanzelf gaan. Bovendien geeft de minister de pensioenwereld nu meer ruimte in de manier waarop informatie verstrekt wordt.'

Lentz: 'Dat klopt, en dat is een goede zaak. Ik ben wel benieuwd naar de kosten-batenanalyse. De persoonlijke inlogpagina's voor deelnemers, de mijn-omgevingen, komen als effectief middel uit het onderzoek. Maar MPO van het Pensioenregister werkt ook prima, vinden deelnemers. Je kunt met verschillende middelen je doel bereiken. Kan het met minder geld zonder de effecten van de pensioencommunicatie teniet te doen?'

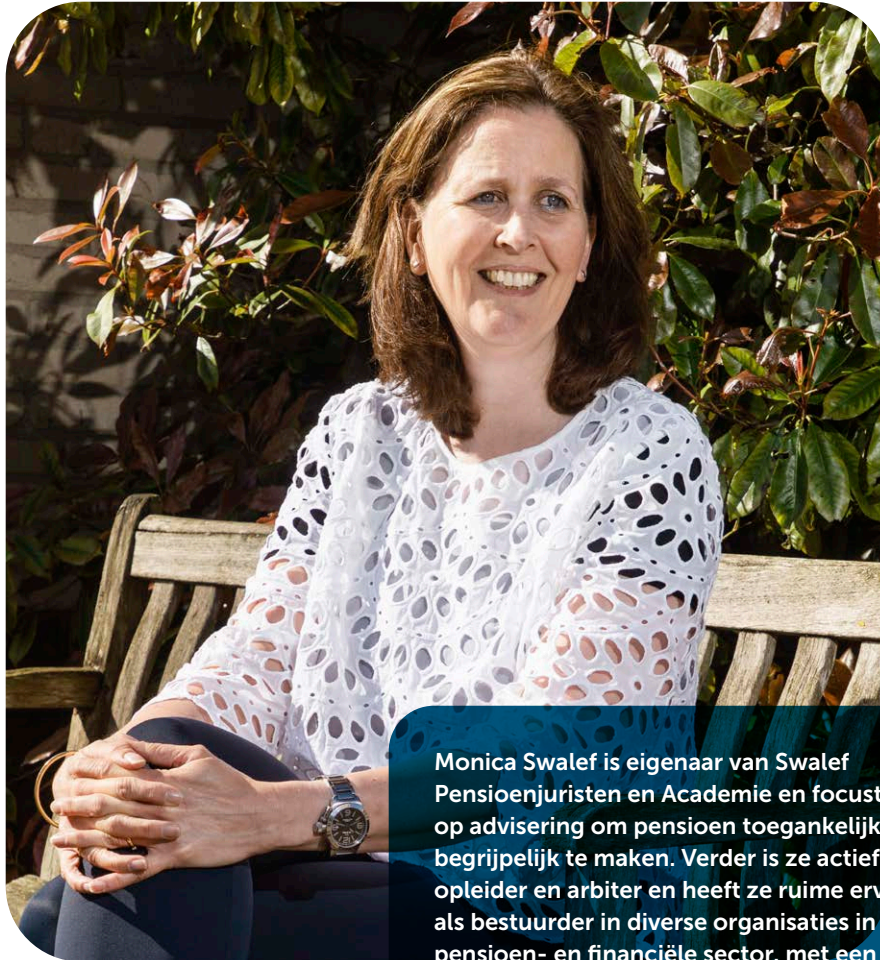
 **Wat in elk geval uit de evaluatie komt, is de roep om meer handelingsperspectief in de communicatie.**

Swalef: 'Dat is inderdaad ook de reactie van minister Koolmees. Het zijn twee kanten van de medaille: je moet de deelnemer goed informeren en aanmoedigen om zelf in actie te komen. Wees duidelijk over hoeveel geld mensen ongeveer krijgen later. Dan kunnen deelnemers zelf beslissen om actie te ondernemen.'

Lentz: 'Ik vraag me af hoe bijzonder een begrip als handelingsperspectief is. Onderschat niet dat je voor het maken van de juiste keuzes echt kennis nodig hebt. Eerder of later met pensioen, starten met een hoger of een lager pensioen, dat zijn geen keuzes die je op gedrag maar op inzicht moet sturen. Die inzichten moeten mensen vervolgens goed kunnen toepassen op

hun eigen situatie. Test of dit lukt met proefpersonen, zoals in academisch onderzoek gebruikelijk is.'


Swalef: 'Weten is nog geen doen. Je hebt allebei nodig. Doen en denken zijn teveel gescheiden, dat zit helemaal in de Nederlandse samenleving. Pensioen moeten we terugbrengen naar iets simpels. Dingen moeilijk maken kan iedereen. We leven in een samenleving die steeds individualistischer is geworden, met zelfredzaamheid als toverwoord. Maar mensen kunnen niet alles alleen. Daarom is de oproep aan pensioenfondsen over handelingsperspectief een goede zaak. Geef deelnemers veel meer handvatten mee. Je komt er niet met kennisoverdracht alleen. Zorg voor optimaal gebruiksgemak. En kweek meer begrip voor je werk als pensioenfonds door te vertellen wat je achter de schermen doet. Hierbij kun je de coronatijd aangrijpen: hoe ziet jouw crisisplan eruit? Vertel welke invloed deze crisis heeft op je fonds. Treed meer naar buiten.'



Monica Swalef is eigenaar van Swalef Pensioenjuristen en Academie en focust op advisering om pensioen toegankelijk en begrijpelijk te maken. Verder is ze actief als opleider en arbiter en heeft ze ruime ervaring als bestuurder in diverse organisaties in de pensioen- en financiële sector, met een bijzondere interesse in communicatie.



Leo Lentz is emeritus hoogleraar taal en communicatie aan de Universiteit Utrecht. Hij richt zich op de begrijpelijkheid van teksten en de gebruiksvriendelijkheid van digitale documenten. Met financiering van Netspar onderzoekt hij pensioencommunicatie. Hij deed samen met de Rijksuniversiteit Groningen onderzoek naar financiële communicatie.

 **Een van de doelstellingen van de wet is deelnemers bewust maken van risico's. Daar ligt volgens de pensioenwereld teveel nadruk op.**

Lentz: 'Dit klinkt misschien vreemd, maar ik maak me niet zo druk over de zorgen die mensen hebben. Het is een belangrijke trigger voor mensen om in beweging te komen. Vervolgens is een simpele, maar belangrijke stap dat ze kijken op MPO. Zet daar massaal op in, tijdens de Week van het Geld bijvoorbeeld. Wat vervolgens dat bedrag op je overzicht betekent, dat is echt een kennisvraag. Je hebt abstract denkvermogen nodig om pensioenbedragen in euro's van nu en van straks te begrijpen, en om te weten of je later genoeg pensioen zult hebben. Het Nibud heeft hier al mooie financiële planners voor ontwikkeld.'

Swalef: 'Ik denk ook dat onzekerheid niet altijd een nadeel is. Wat dat betreft schudt de coronacrisis ons wakker. Mensen zijn zich plotsklaps veel meer bewust van risico's. Dit is het moment om ook pensioen veel meer op het netvlies te krijgen in de samenleving. Mensen hebben meer tijd en meer zorgen. Dat is een goede basis om je in geld voor later te verdiepen.'

'Een flink deel van de doelstellingen bereikt'

Na een aanbestedingstraject evalueerde bureau Swalef Pensioenjuristen en Academie samen met Regioplan de Wet pensioencommunicatie. Uit de evaluatie blijkt dat ongeveer de helft van de deelnemers aangeeft te weten wanneer ze met pensioen kunnen gaan en hoeveel ze ongeveer kunnen verwachten. Daarmee is volgens minister Wouter Koolmees aan de eerste doelstelling van de wet voldaan. Toch kan het nog beter: minder dan een derde van de deelnemers is zich bewust van de risico's van het pensioen en weet wat hen te doen staat om een goede oude dag veilig te stellen. Ook zegt een kwart zich niet te oriënteren of informatiebronnen te gebruiken. Koolmees wil dat het aanbod van pensioeninformatie 'passender' wordt. Pensioen 1-2-3 sneuvelt als format want is te onbekend, het UPO krijgt een vrijere vorm. De minister wil dat mijnpensioenoverzicht.nl zich verder ontwikkelt als totaaloverzicht van pensioengeld.

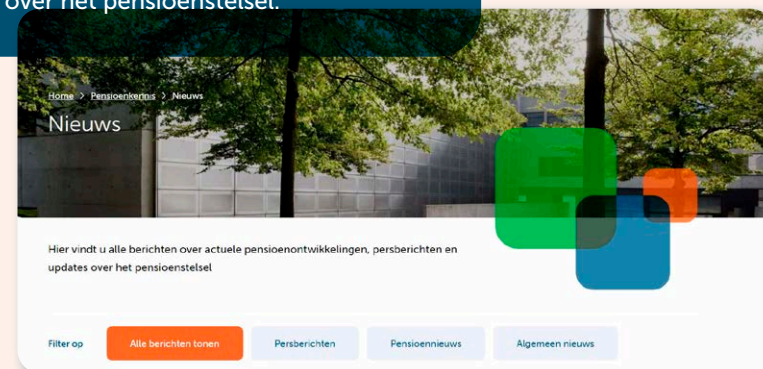


Kennisplatform met nieuwe functionaliteiten

Na maanden van voorbereidend werk is 'ie er dan: onze nieuwe website www.azl.eu. Helemaal opnieuw opgebouwd, volgens de nieuwste inzichten in digitale communicatie. Met een hoop functionaliteiten die het gebruiksgemak voor onze klanten en relaties vergroten. En waar we onze kennis over pensioenen graag met u delen. Kijkt u mee?

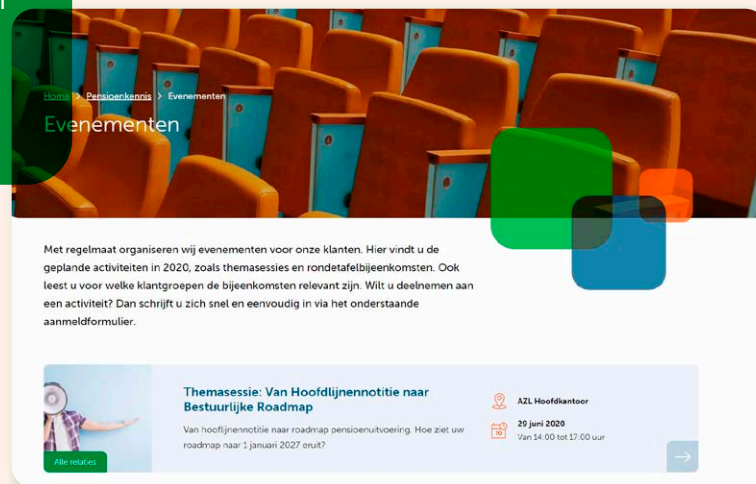
Newsroom

In onze newsroom vindt u alle berichten over actuele pensioenontwikkelingen, persberichten en updates over het pensioenstelsel.



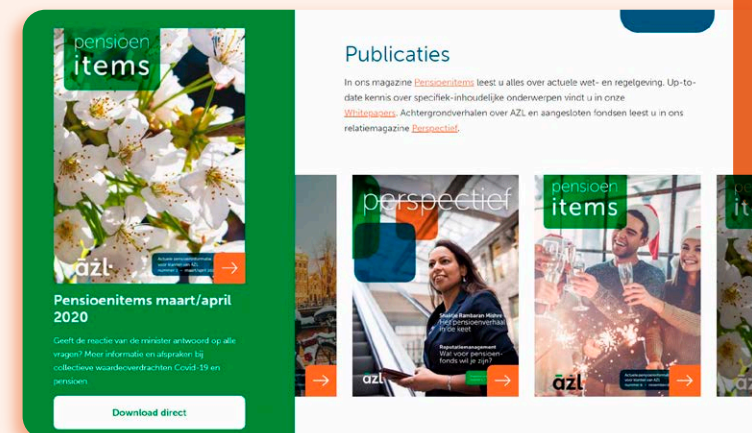
Evenementen

Voor al onze evenementen kunnen onze klanten zich voortaan rechtstreeks aanmelden via de website. Per evenement is de detailinformatie te lezen, inclusief locatie, sprekers en korte omschrijving.



Publicaties

Onze publicaties zijn integraal te lezen op onze website. Vanaf de homepage vindt u de laatste publicatie vers van de pers. Ons magazine *Pensioenitems* over wet- en regelgeving, ons relatiemagazine *Perspectief* met achtergrondverhalen en onze whitepapers over specifieke inhoudelijke onderwerpen.



Ingang naar fondsen

Uit data-analyse blijkt dat veel bezoekers van onze website op zoek zijn naar hun pensioenfondsen. Daarvoor bieden we een overzicht van al onze klanten, zodat deelnemers en werkgevers direct naar de website van hun pensioenfondsen kunnen gaan.



Voor mobiel

Bijna een derde van de bezoekers bezoekt onze website via een smartphone. Daarom hebben we de toegankelijkheid van de website geoptimaliseerd voor het bekijken op mobiel.



HAIO en de heldere boodschap

Hoe trek je in korte tijd de aandacht van een jonge, doorgaans weinig pensioenbewuste doelgroep? Met een kristalheldere, positieve boodschap, veel gebruiksgemak en een competitief element. Dat is de les van het pensioenfonds voor huisartsen in opleiding.

De uitdaging

De toekomst van de jonge deelnemers van pensioenfonds HAIO ligt bij het SPH, het beroepspensioenfonds voor huisartsen (zie kader 'HAIO naar SPH'). De nieuwe moeder is een fonds met verplichtstelling. Praktisch iedere huisarts in Nederland bouwt bij dit fonds zijn pensioen op. Voor verplichte deelname moest onder de huisartsen in spe voldoende draagvlak zijn, legt bestuurder bij pf HAIO Kees Esser uit. 'Dat moesten we meten aan de hand van het percentage van onze deelnemers dat lid werd van de beroepspensioenvereniging van de huisartsen.' Van deze BPV, de opdrachtgever van het huisartsenfonds, zijn 9 van de 10 huisartsen lid. Als de huisartsen in opleiding wilden aansluiten, moest ten minste 60 procent van hen zich aanmelden bij de BPV. Alleen als er genoeg huisartsen in opleiding lid zouden worden, mocht hun pensioenopbouw naar SPH.

Lid worden was dus een essentiële stap in het proces. Al is het lidmaatschap gratis, de doelgroep moest nog wel in beweging komen. En de bestuurders van pf HAIO zaten sinds september 2019 al tot over de oren in het aansluitingsproces. 'Een transitie naar een ander fonds is altijd een complex proces, maar bij ons waren er wel heel veel partijen bij betrokken. We waren ons bewust dat de transitie daarom heel secuur moest. De goedkeuring van de waardeoverdracht door DNB is een tijdvetende procedure. En dan hadden we nog de communicatie rondom de verplichtstelling en het lidmaatschap

van de beroepspensioenvereniging. Echt een heel spannend proces.' Ondertussen merkte de deelnemer hier natuurlijk weinig van. 'Die is bij ons bovendien hooguit eind twintig, begin dertig. Niet bepaald een doelgroep die vanzelfsprekend warm loopt voor pensioenmaterie.' De werkgeversorganisatie SBOH, waar Esser ook bestuurder van is, kwam het pensioenfonds te hulp bij de ledenwerfactie. Met mediaspecialisten van AZL (zie kader 'Eerste hulp bij communicatie') bedacht Esser een campagne. SBOH stuurde vervolgens, als startschot van de campagne, begin januari een mail naar alle deelnemers.

Het resultaat

De campagne bleek een schot in de roos. 'Na de eerste mail zat het ledental in een paar dagen tijd boven de vereiste 60 procent. Na één reminder steeg het naar 86 procent. Uiteindelijk zijn zowat alle huisartsen in opleiding tot actie bewogen', zegt Esser. 'In drie maanden is 99 procent lid geworden van de beroepspensioenvereniging. Het zijn Noord-Koreaanse percentages, maar dan op vrijwillige basis. Nu is de overstap naar het nieuwe fonds voor de deelnemer ook een makkelijke keuze: de pensioenopbouw stijgt van 8,5 naar 17 procent zonder dat het je als werknemer iets kost. Het moet gek lopen als je daar nee tegen zegt.'

De aanpak

Toch is een aantrekkelijk verwoord aanbod slechts een deel van het succesverhaal. De digitale vaardigheid van de

Eerste hulp bij communicatie

Kees Esser over de communicatiespecialisten van AZL: 'Het zijn uitstekende communicatieprofessionals waar we zaken mee doen. Dat is ontzettend belangrijk gebleken in het proces. Wij dokters zijn gewend om lappen tekst te produceren. Bij AZL weten ze altijd precies de kernboodschap eruit te halen. Dat maakt elke uiting ongelooflijk veel beter. Heldere teksten, op doelgroepen toegespitst. De communicatieafdeling is gewoon ontzettend goed en het is heel fijn om zo te kunnen samenwerken. Tot de aansluiting op 1 januari 2021 gaat de coproductie trouwens nog even door: we hebben een transitie-manager ingehuurd bij AZL. SPH heeft een andere uitvoerder voor de administratie. Dat we straks afscheid nemen, vind ik jammer. Als bestuurders kwamen we graag in Heerlen, een heerlijk rustige omgeving. Maar zo is het leven.'

doelgroep was minstens zo'n belangrijke factor. Esser: 'Digitaal communiceren werkt heel goed, zeker als de kernboodschap helder is.' Het gemak waarmee de deelnemer zich –gratis dus– kon aanmelden, speelde daarbij mee. In de eerste mail stond een link met enkel een invulveld voor een personeelsnummer en een keuzemogelijkheid om je wel of niet aan te melden. 'Met één muisklik was de aanmelding daarna geregeld. Het op orde hebben van ons mailingbestand was evenzeer essentieel, zodat we daadwerkelijk al onze deelnemers konden bereiken. Onze gegevens bij AZL zijn up-to-date, het zijn gewoon goede deelnemerbestanden.'

Verder richtte een uitgaande publiciteitscampagne zich op de acht universitair medische centra met huisartsenopleidingen. 'We hadden een strategie waarbij we de lokale vertegenwoordigers van de vakbond voor huisartsen in opleiding inschakelden. Zij wisten op de opleidingen met hun eigen communicatiekanalen de achterban te enthousiasmeren.' Voor de sport hielden de universiteiten zelfs een wedstrijd wie het snelst de benodigde aanmeldingen binnenhielden. 'Groningen streek met de eer. We hadden daarnaast een pr-stunt bedacht voor een congres begin dit jaar. Met een hele hype eromheen. Maar die campagne bleek niet eens meer nodig. In plaats daarvan maakten we tijdens het congres de uitslag van de ledenwerving bekend. En ondertussen konden we met een gerust hart verder met de transitie.'



HAIO naar SPH

Beroepspensioenfonds SPH heeft 12.000 actieve deelnemers. Met de komst van pensioenfonds HAIO neemt dit aantal met 2.500 toe. Daarmee lijken de artsen in opleiding behoorlijk vertegenwoordigd. 'Toch zal de invloed van de nieuwkomers niet overdadig zijn', zegt Kees Esser van HAIO. 'SPH heeft een vermogen van € 15 miljard, wij hebben € 30 miljoen', schetst hij de financiële verhoudingen.

Het 'junioerenfonds' bleek een maatje te bescheiden voor een bestendige toekomst. 'Wij zijn heel klein, ook qua bestuursondersteuning. We zitten bij AZL voor pensioenondersteuning en hebben één bestuurssecretaris. Dan hebben we meteen het eerste probleem te pakken: je wisselt nogal eens van secretaris en veel kennis zit bij die ene persoon. De kwetsbaarheid in de ondersteuning bleef een issue. Daarnaast bleek het lastig om aan professionele bestuurders te komen en konden we de almaar toenemende wet- en regelgeving steeds moeilijker bijbenen. De nekslag was de eis om drie sleutelfunctionarissen in het bestuur aan te wijzen. Dus begon de zoektocht naar alternatieven. We hadden al langer contact met SPH en aansluiting bleek een logische keus. Van oudsher stappen bijna al onze deelnemers na hun opleiding over naar het huisartsenfonds.'

Waar de aansluiting op kon hangen, was de hoogte van de premie van de DB-regeling. HAIO is een fonds met een DC-regeling en de premie is tot 40 procent lager. 'Konden we de overstap wel betalen als deelnemers meer moesten opbouwen? We wilden niet dat de deelnemer meer ging betalen voor de premie, de extra premie moest bij de werkgever vandaan komen. Gelukkig bleek onze subsidiegever bereid om in de toekomst de hogere kosten van de samenwerking te betalen. We hebben verder onderhandeld met SPH en kwamen snel tot elkaar.'

Scheiding en pensioen; wie begeleidt?

Na een scheiding zal een deel van het ouderdomspensioen en het nabestaandenspensioen automatisch worden omgezet in een ouderdomspensioen voor de ex-partner van de deelnemer. De Wet pensioenverdeling bij scheiding 2021 gaat dat regelen. De reden? Nu krijgt de ex-partner bij een minderheid van de scheidingen recht op een deel van het ouderdomspensioen van de deelnemer. Dit is te wijten aan onbekendheid van deze mogelijkheid bij de deelnemer, de partner en de scheidingsbegeleiders. De wetgever regelt dus een automatisme in reactie op een gebrek aan begeleiding.

Afwijkingen van de standaard

Pensioenuitvoerders zullen volgens het wetsvoorstel de deelnemer en zijn ex-partner informeren over de gevolgen voor het pensioen en de mogelijke afwijkingen. De deelnemer en de ex-partner hebben daarna een half jaar om door te geven of en hoe ze willen afwijken van de standaardverdeling. Bij de afweging en vastlegging van hun afspraken hebben ze begeleiding nodig. Maar daar zat de crux.

Rol pensioenuitvoerder

De pensioenuitvoerder kan weigeren de afwijking uit te voeren. Dat kan als de ex-partner meer ouderdomspensioen krijgt en de deelnemer hiervoor niet wordt gecompenseerd. Maar daarvoor moet de pensioenuitvoerder de scheidingsafspraken doornemen. De wetgever legt zo de controle op de begeleiding bij de pensioenuitvoerders neer, terwijl die daar niet op zijn ingericht. En als de pensioenuitvoerder de controle achterwege laat, kan deze van de deelnemer het verwijt krijgen niet te hebben ingegrepen. In die positie hoort een pensioenuitvoerder niet.

De wetgever kan beter een goede begeleiding laten verzorgen. Pensioenuitvoerders zouden wel kunnen helpen bij het inzichtelijk maken van de gevolgen van de scheiding en afwijkende afspraken voor het pensioen. In plaats van te controleren. Zo kunnen ze bijdragen aan een goede ondersteuning van de deelnemer en diens ex-partner bij een lastig proces. Zodat die jaren na afloop niet tot de ontdekking hoeven komen dat het gevolg voor pensioen anders is dan ze hebben beoogd.

Column



Maurice Sarton
Senior beleidsadviseur bij AZL

'De wetgever legt de controle bij pensioenuitvoerders neer'



Daadwerkelijk contact maken door beleving

Hoe verlaag je drempels voor contact met de buitenwacht? PensioenTV legt daadwerkelijk contact met de deelnemers van MITT. En het verbeterde werkgeversportaal van AZL maakt het doorspelen van gegevens veel intuïtiever. We nemen u mee in deze twee casussen.

Van zeepkist tot tv-studio

PensioenTV bestaat uit een tv-programma op internet, waarin de kijker direct zijn vragen kwijt kan. Het is bovendien altijd mogelijk de uitzending later terug te kijken. Het idee kreeg in 2018 de PBM Communicatieprijs. Bij de feestelijke uitreiking was Gaby Lamers, voorzitter van Bpf MITT voor de textielbranche, meteen enthousiast. Nog dezelfde avond legde hij contact met de prijswinnaars van RTL Z.

In eerste instantie was PensioenTV bedacht voor PNO, het pensioenfonds voor media. De testversie richtte zich op medewerkers van RTL zelf. 'Dat is een grotendeels digitaal vaardige doelgroep. Bij onze doelgroep ligt dit anders. Om de boodschap voor iedereen bij het fonds over te brengen, moesten we schaven aan de opzet.' Bij MITT aangesloten bedrijven zitten verspreid over het land en zijn actief in allerlei industrieën. 'Van een touwslager in het noorden tot een gordijnengroothandel in het zuiden, de modewereld: er zijn heel veel cultuurverschillen. Wij kennen onze achterban, bij de tv hebben ze verstand van doelgroepcommunicatie. Die beide expertises moesten bij elkaar komen. Dat lukt alleen als je er samen goed voor gaat zitten.'

Deelnemers warm krijgen

Vervolgens zijn mensen van MITT persoonlijk naar bedrijven toegegaan om deelnemers warm te krijgen voor PensioenTV. 'We stonden bij wijze van spreken op een zeepkistje in de bedrijfskantine. Je moet echt tijd steken in zo'n voortraject. Ons publiek bestaat voor een groot deel uit productiepersoneel. Die bereik je digitaal lastig, en achteraf bleek dat het voor hen ook lastig was om toegang tot de live-uitzending te krijgen. Hier was een wachtwoord voor nodig en dat bleek toch nog een drempel.



Een volgende keer doen we dat anders, gooien we het open. Wel hebben veel deelnemers later teruggekeken, nu al zo'n 1500.'

In de uitzending zat Lamers zelf achter de desk om vragen te beantwoorden. 'We kregen veel vragen die er echt toe doen. Er zijn 150 vragen binnengekomen in de uitzending, waarvan we er zo'n dertig direct konden beantwoorden. Zoveel respons hadden we niet verwacht. Het programma liep er wel wat door uit...'

Animaties

Een deel van de zendtijd was ingeruimd voor uitleg over pensioenen door een presentatrice, met animaties. 'Bijvoorbeeld over de financiële consequenties van eerder stoppen met werken. Het voordeel van zulke verhelderende filmpjes: je kunt ze naderhand blijven gebruiken op je website.'

Mogelijk komt er een vervolg bij MITT, bijvoorbeeld als het nieuwe pensioenstelsel er is. Lamers denkt dat meer fondsen baat hebben bij PensioenTV. 'Het middel is voor elk fonds inzetbaar. Iedereen vindt het ook leuk. In een korte tijd hebben we een grote doelgroep bereikt. Pensioen is normaal gesproken zelden een gespreksonderwerp. Nu hoorden we van bedrijven dat mensen er in de kantine over praten, en dat ze collega's aanspoorden PensioenTV terug te kijken.'

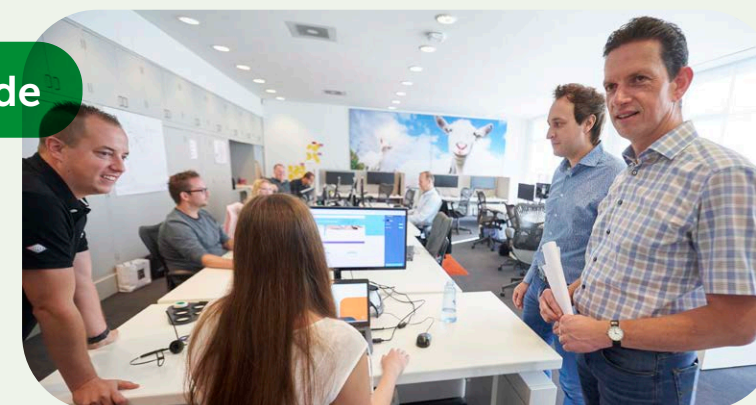
Bouwen op een belevingspiramide

Bij de ontwikkeling van het nieuwe werkgeversportaal van AZL bestudeerde bureau Altuition de beleving en behoeften van gebruikers. Voor adviseur Luc Kleijnen is de vraag waar werkgevers tegenaan lopen slechts het begin van zo'n onderzoek. 'Het gaat om de vraag wat de rol is van zo'n portaal, wat de relevantie is voor de relatie tussen de werkgever en AZL. Dat is een bredere en grotere vraag dan louter het verkennen van de administratieve functionaliteit. Vanuit AZL waren de bestaande portalen logisch ingericht, maar vanuit de klant kwamen geluiden dat ze niet intuïtief genoeg waren.'

Kleijnen ging aan de slag door met twintig werkgevers te praten – van de directeur-eigenaar die zelf de pensioenadministratie regelt tot HR-medewerkers van grote bedrijven. Dit deel van het onderzoek draaide om begrippen zoals context, ervaringen, verwachtingen, (onbewuste) behoeften, drijfveren, blokkades en emoties van werkgevers. Met een zogeheten belevingspiramide als uitgangspunt. 'Dat is een denkmodel voor de relatie met klanten. Aan de basis staan operationele zaken. Werkt het systeem goed voor de klant, is een belangrijke vraag hierbij. Daarboven zit een verbindingslaag: is AZL er voor de klant? En aan de top van de piramide vinden we identiteit: welke waarde en gevoel heeft een werkgever bij pensioen voor zijn medewerkers? Hoe past dat bij zijn identiteit en die van zijn onderneming?'

Kluis

Voor de interviews kregen de werkgevers de opdracht een afbeelding mee te nemen die het gevoel symboliseert waar AZL en een werkgeversportaal volgens hen voor staat. 'Het mooie van die methode: je hebt een aanknopingspunt om te bespreken wat mensen ervaren, wat er mogelijk niet goed zit. Het goede is ook dat de opdracht van dat beeld mensen vooraf aanzet tot nadenken. Je pelt in het gesprek af waar de drempels en kansen zitten, wat de werkelijke behoeften zijn. Iemand kwam bijvoorbeeld met een afbeelding van een kluis. Een administratief systeem moest voor hem vooral veilig zijn, met de gegevens van



deelnemers moet je veilig kunnen werken. Dat gevoel zou je dus ook moeten terugzien in het portaal.'

Begin van vernieuwing

Het belevingsonderzoek was volgens Kleijnen een impuls voor een vernieuwende aanpak bij AZL. 'Het is niet alleen een nieuw sausje over bestaande techniek. Uiteindelijk draait het om meer dan ICT, het draait er om dat je keuzes maakt die in dienst staan van een klantgroep. In het nieuwe werkgeversportaal zie je bij binnenkomst wanneer de volgende premiebetaling is. En je ziet onmiddellijk hoeveel werknemers op dat moment geregistreerd staan. Je hebt meteen de check: is iedereen aangesloten? Er staat een takenlijst voor je klaar. Dat helpt om de administratie op orde te houden. Het lijken kleine wijzigingen, maar ze helpen om veel gericht met de tool bezig te zijn. In bedrijven zijn mensen razend druk, pensioenadministratie staat niet altijd bovenaan de agenda. Met een veel intuïtiever ontwerp van het portaal hoeven mensen niet telkens opnieuw uit te vogelen hoe dingen werken. Tegelijk stelden we vast dat er in de toekomst kansen liggen om waarde toe te voegen, in samenspraak met individuele fondsen. Bijvoorbeeld om samen pensioen beter onder de aandacht te kunnen krijgen bij deelnemers. Denk aan het ontwikkelen van pensioencommunicatie in co-creatie. Daar kan het portaal een rol in spelen. En zo is het dus inderdaad meer dan een administratieve functionaliteit.'



Gegevens als grondstof voor meer



Data: een onmisbare grondstof voor een pensioenadministratie, en ook een middel om dienstverlening toe te snijden op individuele wensen. 'We zetten gegevens in om nu al het antwoord te hebben op toekomstige vragen van klanten', zegt Ronald Volders van AZL.

Vanaf dag één is AZL gebouwd op data. De organisatie die begon als pensioenadministratie had een berg aan deelnemergegevens van mijnwerkend Limburg. Vandaag de dag is die aloude grondstof het goud voor 'datadriven' techbedrijven. Silicon Valley –met grote spelers als Google en Facebook– kan niet zonder. AZL werkt ook steeds meer datagedreven, maar wel met de kenmerkende voorzichtigheid van weleer, stelt manager actuariaat Ronald Volders.

Want het vertrouwen van de klant moet overeind blijven?

'Inderdaad. Dus zoeken we zeker niet de rand op van wat mag met persoonsgegevens. We blijven zelfs ver weg van wat wettelijk is toegestaan, volgens de privacyregels van de AVG. Daarbij varen we op de adviezen van DNB en hoe ons moederbedrijf NN omgaat met data. En bovenal gebruiken we ons gezond verstand. Bij alle ideeën die we ontwikkelen, buigen we ons over het privacyvraagstuk.'

Waarom is datakwaliteit voor AZL zo'n hot onderwerp?

'Bij AZL geloven we in digitalisering en individualisering van het pensioen. Dat zijn trends waarbij datakwaliteit essentieel is. In een datagedreven organisatie als de onze, met data als hoofd-asset, moeten geautomatiseerde gegevens een hoge kwaliteit hebben. Juistheid, tijdigheid en toegankelijkheid zijn van vitaal belang. Is de datakwaliteit onvoldoende, dan kan dit schadelijk zijn voor je reputatie, strategische wendbaarheid en operationele kosten. En voor je processen, controle en governance. Daarnaast is datagedrevenheid een groeimodel. We merken dat slimme toepassingen leiden tot nieuwe mogelijkheden, waardoor we onze dienstverlening verder kunnen optimaliseren en afstemmen op het individu. Alles in het belang van de deelnemer.'

Hoe ziet de datagedreven dienstverlening er dan uit?

'We kunnen toekomstige problemen voor zijn, door gegevens uit het recente verleden te analyseren. Zo hebben we het betaalgedrag van werkgevers bestudeerd. Met data-analyse hebben

we de kritische factoren ontdekt die bepalend zijn voor betaalgedrag. Als je dat weet, kun je werkgevers een helpende hand bieden. Door werkgevers in een vroeg stadium te benaderen en met ze in gesprek te gaan, verminderen we betaalachterstanden. Dat scheelt stress aan de kant van de klant en het maakt ons werk ook nog eens prettiger.'

Wat merken fondsen van de meerwaarde van data?

'Dat de samenleving steeds individueller is ingesteld, heeft gevolgen voor data en hoe we rapporteren aan fondsen en deelnemers. Mensen zijn gewend *realtime* hun banksaldo te zien, in een app bijvoorbeeld. Die kant gaat het in de pensioensector ook op. In het voorjaar zijn we als organisatie altijd druk met de jaarrekeningen van onze klanten en aanverwante zaken, we rapporteren aan DNB wat er in het afgelopen boekjaar gebeurde. Eigenlijk is dat vreemd, zo'n routine, want met een goede digitale infrastructuur zou je gegevens veel sneller moeten kunnen aanleveren. Ondertussen beheren we alle gegevens goed en zorgen we dat alles klopt. Zodat aanspraken juist verwerkt zijn en deelnemers een goed pensioen krijgen.'

Datagedrevenheid is dus ook echt een middel om fondsen te ontzorgen?

'Precies. Nu zien we bijvoorbeeld dat dekkingsgraden weer dalen, door de coronacrisis. We kijken bij het actuariaat nu nog meer dan voorheen vooruit, zodat we fondsen in moeilijkheden kunnen helpen. We kijken naar data uit bijvoorbeeld de kredietcrisis, en aan de hand hiervan worden scenario's geschetst. Op die manier kunnen we de deelnemer ook beter van dienst zijn. Onze dienstverlening krijgt hier ook een persoonlijker karakter van. In het nieuwe pensioenstelsel zal dit nog belangrijker zijn. Bijvoorbeeld bij beleggingen. We kunnen deelnemers straks voorleggen welke beleggingskeuze een groot deel van de deelnemers met een vergelijkbaar profiel maakte. We helpen de deelnemer zo sneller en gericht.'

Mensen



**'Pensioenkeuze
maken? Help
mensen met
een veilige
default.'**

Evelyn de Waal

Senior communicatieadviseur én
winnaar SPO Essayprijs 2020

'Inzicht en overzicht in je pensioen? Ik gun het iedereen! En daarin schuilt mijn dagelijkse drive. Ik ben erg geïnteresseerd in hoe een pensioenregeling in elkaar steekt. Van daaruit maak ik de vertaalslag naar mijn vakgebied. Wat moet de deelnemer weten? En vooral ook: wat niet? Want we willen vanuit onze betrokkenheid graag alles vertellen. Daarmee helpen we de deelnemer echter niet. Mensen verdiepen zich niet in hun pensioen. In mijn essay beschrijf ik hoe dat komt. Uit de gedragseconomie blijkt dat het in onze natuur zit. Hoe helpen we de deelnemer dan wel? Door te triggeren met een kernboodschap die aanspreekt. Moet er een keuze gemaakt worden? Help mensen dan met een veilige default. Vooral als het gaat om onomkeerbare beslissingen. Zo kunnen wij het vertrouwen in ons stelsel herstellen.'

Evelyns essay 'De valkuil van de default' kunt u teruglezen op onze website.