



Keuzebegeleiding, communicatieplan en risicopreferentieonderzoek

Nieuwsbrief Communicatie
Sprenkels & Verschuren

Keuzebegeleiding

Begin november publiceerde de AFM de *Voorlopige Leidraad Keuzebegeleiding*. De Leidraad geldt voor alle pensioenuitvoerders (verzekeraars, pensioenfondsen en premiepensioeninstellingen). Op het moment dat de Wtp ingaat, zijn pensioenuitvoerders verplicht om adequate keuzebegeleiding aan hun deelnemers aan te bieden. Vooralsnog per 1 juli 2023. Dit staat dus los van de invoeringsdatum van de nieuwe regeling(en) van een pensioenuitvoerder.

D-Day

Dit betekent dat we nog slechts 7 maanden verwijderd zijn van Keuzebegeleiding D-Day. Wij vinden deze druk op de ketel verstandig. In het kielzog van alle (media)aandacht voor de Wtp, wil uw deelnemer ook weten wat de gevolgen zijn voor zijn of haar eigen pensioen. Maar pensioen blijft voor veel mensen complex en dat geldt zeker ook de keuzes waar de deelnemer voor staat. Keuzes met soms grote gevolgen. Een goede begeleiding bij die keuzes zorgt voor een betere band tussen deelnemer en pensioenuitvoerder.

Keuzebewustzijn: alleen een deelnemer die weet dat er wat te kiezen is, kiest.

Keuzebegeleiding is meer dan het inrichten van klantreizen en slimme rekentools. Alles begint met keuzebewustzijn. Veel deelnemers weten nog onvoldoende dat er veel te kiezen valt. Keuzebegeleiding begint dus daar: bij het duidelijk maken dat met een pensioen op maat veel meer mogelijk is dan velen denken.

Vrijheid

Het bieden van keuzebegeleiding is als open norm in de wet vastgelegd. Het doel staat in de wet, de weg ernaartoe is aan pensioenuitvoerders zelf. Dat biedt redelijk wat vrijheid. Pensioenuitvoerders kennen hun deelnemers het beste en weten dus ook welke vorm van keuzebegeleiding bij hun doelgroep past. Het beleid dat hiervoor gemaakt wordt moet wel goed worden vastgelegd en onderbouwd. De AFM gaat hierop toezien. Daarnaast is keuzebegeleiding volgens de AFM een 'continu proces van inrichten, uitvoeren, monitoren, evalueren en indien nodig verbeteren'.

Een andere belangrijke overweging die de AFM meegeeft is de voorkeur voor gepersonaliseerde of gesegmenteerde standaardopties. Wat gebeurt er als de deelnemer geen keuze maakt? De pensioenuitvoerder wordt geacht een afgewogen keuze voor de standaardoptie te maken en die goed te onderbouwen. De toezichthouder biedt hierin weinig ruimte, behalve in *hoe* pensioenuitvoerders dit aanpakken.

Zolang de wet nog niet aangenomen is, heeft de leidraad geen definitieve status. Mogelijke aanpassingen in de wet kunnen aanleiding zijn de leidraad te herzien.

Meer weten over keuzebegeleiding? Neem contact op met [Bram van Els](#).

Risicopreferentieonderzoek

Hoeveel risico kunnen en willen onze deelnemers lopen? Die vraag moeten pensioenuitvoerders periodiek -ten minste eenmaal in de vijf jaar- stellen in een risicopreferentieonderzoek (RPO). Het RPO is een belangrijk onderdeel van de Wtp, omdat de uitkomsten helpen bij het maken van onderbouwde beleidskeuzes bij bijvoorbeeld het beleggingsbeleid. Het RPO staat dus ook op de agenda van alle pensioenuitvoerders.

Wat vragen we uit?

Belangrijk is om van te voren na te denken over het doel van het onderzoek. Worden de uitkomsten alleen gebruikt om de risicohouding van de deelnemers te meten? Of kunnen de deelnemers ook een voorkeur uitspreken voor een nieuwe pensioenregeling? En nemen we ook maatschappelijk verantwoord beleggen mee in de vragen? De verleiding is groot, nu we toch aan de gang zijn, om veel uit te vragen. Maar ook hier geldt de wet van effectieve (pensioen)communicatie: *less is more!* Voorkom dat het de deelnemer teveel wordt en dat hij of zij afhaakt.

Maatwerk

Een aantal pensioenuitvoerders heeft inmiddels een RPO laten uitvoeren en dus zien we waar men in de praktijk tegenaan loopt. Hoe verleid je deelnemers om mee te doen, heeft een testpanel op de werkvloer toegevoegde waarde, hoe maken we de uitruil tussen risico en rendement écht begrijpelijk en hoe vertalen we de (beleids)uitkomsten voor de deelnemers? Vanzelfsprekende vragen, maar de antwoorden zijn lang niet altijd eenvoudig. Gelukkig kunnen we lessen trekken uit de eerste ervaringen. Een zo'n belangrijke les is: iedere pensioenuitvoerder -en zijn achterban- is uniek. Wij zijn dan ook voorstander van maatwerk: ieder RPO moet zo ingericht worden dat een specifieke pensioenuitvoerder en zijn deelnemers er mee uit de voeten kunnen. Zo heeft het RPO alles in zich om een waardevolle bijdrage te leveren aan het beleid en de communicatie van de pensioenuitvoerder.

Meer weten over risicopreferentieonderzoeken? Neem contact op met [Elke Op het Veld](#) of [Marjolein Zaal](#).

Communicatieplannen

Een van de doelen van de Wtp is pensioen begrijpelijk en persoonlijker te maken. Persoonlijker lijkt te gaan lukken, maar de begrijpelijkheid van het nieuwe stelsel is nog een hele uitdaging. Duidelijk is al wel dat de Wtp voorschrijft dat het implementatieplan een communicatieplan moet bevatten. Uiteraard moet u informatie geven over de nieuwe regeling en de betekenis voor de deelnemer op individueel niveau. Maar u kunt deze periode ook aangrijpen om de band met deelnemers en het vertrouwen in ons pensioenstelsel te versterken. Die uitdaging is extra groot omdat we voortaan expliciet maken dat pensioen niet alleen maar zekerheden kent.

De AFM komt nog met nadere richtlijnen rondom het verplichte communicatieplan. Maar veel is vanuit de communicatieprofessie al wél duidelijk. Zo moet informatie begrijpelijk, persoonlijk en relevant zijn. Denk na hoe, wanneer en waarom communicatie ingezet wordt. En denk vooral na over uw verhaal. Een communicatiekalender en een matrix van



doelgroepen, kanalen en middelen is daarvoor niet voldoende. En vooral: houd het eenvoudig. Maak de informatie niet te technisch en ga niet meteen de diepte in. Uw deelnemers zijn niet geïnteresseerd in *life cycles*, of het beschermingsrendement. Zij willen wel weten hoe ze er straks aan toe zijn en of ze de toekomst met vertrouwen tegemoet kunnen zien.

Dit zijn uiteraard maar paar uitgangspunten. Pensioencommunicatie is ingewikkeld, maar wel urgent en noodzakelijk. Wij denken dat de invoering van de Wtp uitgelezen kansen biedt om waardevolle stappen te zetten in het versterken van de band met uw deelnemers.

Meer weten over de Wtp en het communicatieplan? Neem contact op met [Marjolein Zaal](#).