



Pensioenfonds ANWB

Communicatiebeleidsplan 2016 – 2018

Dit Communicatiebeleidsplan is voorbereid in de communicatiecommissie van Pensioenfonds ANWB en vervolgens vastgesteld door het bestuur. Het traject is begeleid door de afdeling marketing en communicatie van AZL, advies en management pensioenfondsen.

Maart 2017

Inhoudsopgave

1. Inleiding

- 1.1 Aanleiding
- 1.2 Afbakening van het plan
- 1.3 Duur van het plan

2. Organisatie van de communicatie

3. Het pensioenfonds

- 3.1 Visie van het pensioenfonds
- 3.2 Gewenst en huidig imago van het pensioenfonds
- 3.3 Kenmerken van het pensioenfonds
- 3.4 Doelgroepen

4. Regelgeving en actuele ontwikkelingen

- 4.1 Wet- en regelgeving
- 4.2 Actuele ontwikkelingen

5. Communicatie strategie

- 5.1 Focus
- 5.2 Intermediaire kaders

6. Doelstellingen

- 6.1 Kennis
- 6.2 Houding
- 6.3 Gedrag

7. Inhoud van de communicatie

- 7.1 Kernboodschappen
- 7.2 Onderwerpen in de communicatie

8. Communicatie stijl

- 8.1 Schrijfstijl
- 8.2 Huisstijl

9. Communicatiemiddelen

- 9.1 Papieren, digitale en persoonlijke communicatie
- 9.2 Doelgroep-middelen matrix

10. Meten en rapporteren

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Nu de wet Pensioencommunicatie een feit is wil Pensioenfonds ANWB zijn communicatiebeleid herijken. Aan de hand van een impactanalyse, verzorgd door AZL, is in de communicatiecommissie besproken hoe Pensioenfonds ANWB wil omgaan met de nieuwe bepalingen in deze wet. Dat is verwerkt in dit communicatiebeleidsplan 2016-2018. Het bouwt voort op het vorige communicatiebeleidsplan, 2013-2015.

1.2 Afbakening van het plan

Dit plan beschrijft de visie van het pensioenfonds op de communicatie met zijn doelgroepen en de strategie die het pensioenfonds kiest. Dit communicatiebeleidsplan biedt een kader voor de uitvoering. Toekomstige communicatieplannen en –middelen worden steeds getoetst aan de uitgangspunten uit dit plan.

Als bijlagen zijn opgenomen:

- Themamatrix (A)
- Communicatiekalender voor 2017 – (C)
- Impactanalyse wet Pensioencommunicatie (D)

1.3 Duur van het plan

Dit communicatiebeleidsplan geldt voor de periode 2016 – 2018.

2. Organisatie van de communicatie

Het bestuur van Pensioenfonds ANWB stelt het communicatiebeleid vast. Het bestuur is verantwoordelijk voor tijdige, duidelijke, begrijpelijke en evenwichtige informatie over de pensioenregelingen en over de opgebouwde rechten. Het bestuur ontwikkelt het communicatiebeleid, stelt het vast en is verantwoordelijk voor de uitvoering. De uitvoerder (AZL) heeft een adviserende en uitvoerende rol.

Pensioenfonds ANWB kent een communicatiecommissie. Deze bestaat uit een bestuurslid, een vertegenwoordiger van de werkgever, een vertegenwoordiger van de deelnemers, de directeur en de coördinator uitvoeringsorganisatie en een communicatieadviseur van AZL.

Rol en taken van de communicatiecommissie:

- het bestuur adviseren over communicatiezaken;
- de uitvoering en productie van communicatiemiddelen begeleiden en bewaken (niet zelf de middelen maken);
- de praktijk toetsen aan het communicatiebeleidsplan.

Organisatie:

- minstens drie keer per jaar vergaderen;
- agenda samenstellen en verslaglegging zijn belegd bij de coördinator uitvoeringsorganisatie.

Jaarlijks stelt Pensioenfonds ANWB de communicatiekalender vast om de uitvoering goed te organiseren. Hierin beschrijft het pensioenfonds de communicatieactiviteiten voor dat jaar.

Het bestuur legt voor haar communicatie-inspanningen verantwoording af aan het Verantwoordingsorgaan. De raad van toezicht controleert het (besluitvormings)proces rondom het tot stand komen van de communicatie / het communicatiebeleid. Het pensioenfonds toetst, waar nodig, nieuwe communicatiemiddelen vooraf bij enkele deelnemers die tot de doelgroep behoren. Het bestuur werkt mee aan verzoeken om nadere informatie door de toezichthouder AFM en volgt eventuele aanwijzingen op.

Jaarlijks besteedt het bestuur in het jaarverslag aandacht aan de communicatie in het afgelopen boekjaar.

3. Het pensioenfonds

3.1 Missie en visie van het pensioenfonds

Het fonds heeft tot doel uitvoering te geven aan de pensioenreglementen, zoals die gelden

voor de aangesloten ondernemingen en het is verantwoordelijk voor de correcte uitvoering van de pensioenafspraken die gemaakt zijn tussen werkgever en werknemers. Bij het beheer van de pensioenen zijn de pensioenreglementen, en de daarin gemaakte afspraken, uitgangspunt. Het vertrouwen bij de deelnemers over de (uiteindelijke) pensioenuitkering, het maximaal inzetten op waardevastheid en een heldere communicatie met alle pensioenbelanghebbenden zijn leidend in het handelen van het pensioenfondsbestuur. Het bestuur zal missie en visie nog nader verwoorden.

Het bestuur van het pensioenfonds streeft ernaar om:

- Alle deelnemers zo veel mogelijk flexibiliteit te bieden. Hierdoor kunnen zij persoonlijke keuzes maken bij het samenstellen van hun inkomen;
- Voldoende financiële reserves te hebben om de (opgebouwde) pensioenen jaarlijks te kunnen verhogen;
- Alle deelnemers goed op de hoogte te houden van hun persoonlijke pensioensituatie.

Visie en communicatiebeleid

Pensioenfonds ANWB wil met zijn communicatie bijdragen aan de kennis bij deelnemers over:

- het eigen pensioen
- de risico's
- de (financiële) situatie van het pensioenfonds
- pensioen in het algemeen

Communicatie van Pensioenfonds ANWB moet bijdragen aan:

- kennis van deelnemers over het eigen pensioen (educatieve kant)
- de mogelijkheden van deelnemers om aan financial planning te doen (handelingsperspectief)
- interactie tussen het fonds en de deelnemers (dialoog)
- de service die Pensioenfonds ANWB biedt aan de deelnemers.

Ook anderen hebben op deze terreinen een taak:

- Stichting Pensioenregister informeert over het totaal aan opgebouwde pensioenen.
- De overheid vult deze in met platform Wijzer in geldzaken, een initiatief van het Ministerie van Financiën.
- Pensioenfonds ANWB overlegt met de werkgever in hoeverre deze bereid is en de mogelijkheden heeft om zaken voor zijn rekening te nemen. In hoofdstuk 5, Communicatiestrategie wordt dit verder uitgewerkt.
- De werkgever is vanwege de wet op de Wet Pensioencommunicatie verplicht te communiceren over de arbeidsvoorwaarde pensioen.

3.2 Gewenst en huidig imago van het pensioenfonds

De kernwaarden geven aan hoe Pensioenfonds ANWB gezien wil worden:

- deelnemer centraal
- duidelijk, transparant
- betrouwbaar, fatsoenlijk

Deze kernwaarden geven richting aan de communicatie met de diverse doelgroepen. Onderstaand per kernwaarde een korte toelichting.

Deelnemer centraal

Het pensioenfonds is er voor de deelnemers en stelt de deelnemers centraal, de actieve deelnemers, de gewezen deelnemers en de pensioengerechtigden. Dit betekent bijvoorbeeld dat het fonds informatie niet alleen ter beschikking stelt, maar ook naar de deelnemers toe brengt. Het betekent ook dat teksten geschreven worden vanuit het perspectief van de deelnemers, waarbij steeds in het oog gehouden wordt wat de relevantie is van de informatie voor de deelnemers. We stellen de deelnemers tot centraal door hen goed op de hoogte te houden van hun eigen pensioen, maar ook van de financiële situatie van het pensioenfonds en van pensioen in het algemeen.

Duidelijk, transparant

Het pensioenfonds wil duidelijk en transparant communiceren.

Wat inhoud betreft is afbakening van belang. Het fonds richt zich in de communicatie op zaken die relevant zijn voor de pensioensituatie van deelnemers. Daarbij wil het fonds niet de indruk wekken dat er belangrijke zaken worden achtergehouden.

Wat schrijfstijl en taalniveau betreft is, naast het oog van een deskundig tekstschrijver, het oordeel van deelnemers leidend.

Betrouwbaar, fatsoenlijk

Het pensioenfonds wil gezien worden als een betrouwbaar en fatsoenlijk pensioenfonds waar het pensioen in goede handen is. Dit doet het fonds door de zaken goed te regelen. Alle vragen die serieus gesteld worden, worden beantwoord. Mits ze niet gaan over vertrouwelijke zaken en mits ze de privacy van andere deelnemers niet raken.

Het fonds wil vaker vooraf bij enkele deelnemers toetsen of communicatiemiddelen voldoende duidelijk en begrijpelijk zijn (pretest). Aan de hand van hun oordeel kunnen communicatiemiddelen aangepast worden nog voordat ze ingezet worden.

Vanuit de wet Pensioencommunicatie komt hierbij dat informatie evenwichtig gebracht moet worden, zodat deelnemers voor- én nadelen zien van keuzes die ze hebben of van keuzes die door het pensioenfonds gemaakt zijn.

Deze kernwaarde komt verder tot uitdrukking in:

- de service die het pensioenfonds biedt, bijvoorbeeld door aandacht te besteden aan de zogenaamde life events (o.a. bij pensionering).
- goede bereikbaarheid voor deelnemers. Deelnemers kunnen telefonisch en per e-mail hun vragen stellen. Ze kunnen ook een afspraak maken voor een persoonlijk gesprek.

De kernwaarden geven aan hoe Pensioenfonds ANWB gezien wil worden. De vraag is: worden we ook zo gezien? Op basis van de resultaten uit het deelnemerstevredenheidsonderzoek 2012 blijkt dat de waarden betrouwbaar / fatsoenlijk en deelnemer centraal door ongeveer een derde van de respondenten worden herkend. De kernwaarde 'Duidelijk / transparant' behoeft nog aandacht. In 2016 is een risicobereidheidsonderzoek uitgevoerd. De uitkomsten hiervan met betrekking tot de communicatie zijn opgenomen in de themamatrix.

3.3 Kenmerken van het pensioenfonds

ANWB Pensioenfonds heeft de volgende pensioenregelingen:

- Pensioenreglement A, B, C en D;
- Reglement Logicx 2007;
- Reglement Unigarant 2000, 2006 en 2013;
- Pensioenreglement MAA;
- Pharos VPL;
- Unigarant 1991-2000.

Pensioensoorten in de pensioenregelingen:

- Ouderdomspensioen;
- Bijzonder ouderdomspensioen;
- Overbruggingspensioen;
- Partnerpensioen;
- Bijzonder partnerpensioen;
- Wezenpensioen;
- Arbeidsongeschiktheidspensioen.

Ook kent het pensioenfonds:

- Tijdelijk aanvullend nabestaandenpensioen.

Primaire doelgroepen:

- 4.039 actieve deelnemers;
- 5.793 voormalige deelnemers;
- 1.975 gepensioneerden.

Secundaire doelgroepen

- Toezichthouders (AFM, DNB);

- Belangenverenigingen;
- Media/pers;
- Externe adviseurs, accountants en uitvoerders.

In dit plan ligt de focus op de primaire doelgroepen. De secundaire doelgroepen worden verder buiten beschouwing gelaten.

De werkgever is een belangrijke partner in de communicatie naar de primaire doelgroep actieve deelnemers. Hierop komen we terug in hoofdstuk 5.

4. Regelgeving en actuele ontwikkelingen

4.1 Wet- en regelgeving

Op het gebied van pensioenen is de wet- en regelgeving de laatste jaren sterk toegenomen. Ook op het gebied van communicatie van pensioenfondsen met actieve deelnemers, gepensioneerden en voormalige deelnemers. Sinds 1 juli 2015 geldt een nieuwe wet Pensioencommunicatie met nieuwe verplichtingen en nieuwe mogelijkheden. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) houdt toezicht op de naleving van deze regels. In bijlage D vindt u de impactanalyse wet Pensioencommunicatie.

4.2 Actuele ontwikkelingen

Sinds 2007 zijn er wettelijke verplichtingen voor pensioencommunicatie. Deze zijn met de nieuwe wet Pensioencommunicatie herzien.

In deze wet springen een aantal zaken in het oog:

- Informatie voor nieuwe deelnemers is veranderd. In plaats van de startbrieven met brochures zoals we die nu kennen, is per 1 juli 2016 de Pensioen 1-2-3 verplicht. Laag 1 van deze Pensioen 1-2-3 moet binnen drie maanden na indiensttreding verstrekt zijn. Laag 2 en Laag 3 moeten op de website beschikbaar zijn vanaf het moment dat Laag 1 aan nieuwe deelnemers verstrekt wordt.
- Een pensioenfonds heeft meer mogelijkheden om digitaal te communiceren.
 - o Wil het pensioenfonds digitaal gaan communiceren, dan moet het dit eenmalig op papier aan elke deelnemer persoonlijk kenbaar maken. De deelnemers moeten hierbij de mogelijkheid krijgen om hiertegen bezwaar te maken.
 - o Heeft de deelnemer bezwaar tegen digitale communicatie, of kan de deelnemer digitaal niet worden bereikt (geen e-mailadres bekend of e-mail kan niet bezorgd worden), dan moet pensioencommunicatie op papier worden verstrekt.
- Het Uniform Pensioenoverzicht voor actieve deelnemers is per 2016 een opgave van al opgebouwde rechten. Een prognose van het naar verwachting op te bouwen

- pensioen wordt aangeboden via Mijnpensioenoverzicht.nl, omdat de deelnemer daar een totaaloverzicht vindt, incl. elders opgebouwd pensioen en AOW.
- Gewezen deelnemers krijgen nog steeds eens per vijf jaar een Uniform Pensioenoverzicht.
 - Mijnpensioenoverzicht.nl wordt uitgebreid, zodat in de toekomst het effect van bepaalde keuzes zichtbaar wordt op deze website; doorontwikkeling naar pensioendashboard.
 - Mijnpensioenoverzicht.nl wordt ook relevant voor gepensioneerden. Hierbij geeft de wet aan dat er geen inhaalslag nodig is; actieven en gewezen deelnemers die nu toegang hebben tot het pensioenregister, behouden die toegang als ze met pensioen gaan. Zo groeit de groep gepensioneerden die toegang heeft tot het pensioenregister geleidelijk.
 - Er wordt meer communicatie verlangd over de keuzes die deelnemers kunnen maken binnen hun pensioenregeling.
 - Op de website moet een aantal vastgestelde stukken beschikbaar zijn, o.a. informatie over de uitvoeringskosten, over de premie en over het financieel crisisplan.
 - De werkgever heeft een grotere rol in de pensioencommunicatie.

5. Communicatiestrategie

5.1 Focus

Missie en visie geven aan wat het fonds wil; wettelijke vereisten en ontwikkelingen geven aan waar het fonds mee te maken heeft. Hoe gaat Pensioenfonds ANWB zijn doelen bereiken?

Correct, duidelijk, evenwichtig en tijdig

In de wet Pensioencommunicatie zijn herziene richtlijnen geformuleerd voor de informatieverstrekking aan deelnemers. Artikel 48 van de nieuwe Wet Pensioencommunicatie stelt dat informatie correct, duidelijk, evenwichtig en tijdig moet zijn. Ook is in de wet bepaald dat informatie gelaagd moet worden aangeboden: in een eerste laag de informatie relevant en op hoofdlijnen, in een tweede laag uitgebreider en in de derde laag de officiële documenten.

Dialogoog en feedback

De ambitie van Pensioenfonds ANWB gaat verder dan voldoen aan de wettelijke verplichtingen. Het pensioenfonds streeft naar tweerichtingsverkeer en wil daartoe de dialoog met deelnemers organiseren. Verwachte opbrengst is meer binding tussen deelnemer en fonds, meer zicht op beleving en behoeften van deelnemers. Dat helpt communicatiemiddelen beter af te stemmen op de deelnemer, waardoor de kans toeneemt dat de pensioeninformatie écht landt.

Het pensioenfonds wil feedback organiseren met:

- het op voorhand toetsen van communicatiemiddelen (pretest);
- onderzoek naar de tevredenheid van deelnemers (tweede helft 2017);
- gebruik van de poll op de website;
- statistieken van de website en de pensioenplanner volgen en analyseren.

Het pensioenfonds wil dialoog organiseren met:

- voorlichting op locatie, voor werknemers van de Wegenwacht;
- individuele voorlichting;
- deelname aan de Pensioen 3-daagse.

Het pensioenfonds gaat onderzoeken wat verdere mogelijkheden zijn. Te denken valt aan bijeenkomsten rond life-events, of rond thema's als solidariteit, eventueel samen met de werkgevers.

Doelgroepgericht en op maat

Informatie op maat voorkomt een overkill aan informatie waardoor de ontvanger (de deelnemer) kan afhaken. Is informatie persoonlijker, dan is er meer kans op relevantie en hiermee meer kans op succes. Dit past bovendien bij de kernwaarde 'deelnemer centraal'. Dat doet het pensioenfonds door:

- op maat en persoonlijk te communiceren
- te helpen bij het maken van keuzes (individuele keuzemogelijkheden pensioenregeling)
- te communiceren rond belangrijke momenten in werk en privé situaties (life-events). Een deelnemer is bewust betrokken bij een life-event. Het pensioenfonds kan meeliften op die verhoogde interesse.
- aan te haken bij vragen die dicht bij de deelnemers staan.

Informatie op maat houdt de gemakdrempel zo laag mogelijk (service bieden). Hierbij is van belang:

- voor de deelnemer relevante en juiste inhoud en timing
- inlevingsvermogen (vanwege de relatie)
- informatie over het proces, zodat duidelijk is wie welke actie onderneemt en wat de deelnemer eventueel moet doen

Geïntegreerde communicatie

Duidelijke communicatie met deelnemers vraagt verbondenheid tussen uitingen en communicatiekanalen (papier, digitaal, persoonlijk). Speciale aandacht is er daarbij voor de website, die een centrale rol in de communicatie speelt. Deze verbondenheid is weergegeven in de themamatrix (bijlage A).

Communicatie over communicatie

Duidelijke communicatie vraagt ook om verbondenheid tussen betrokken partijen. Voordat het pensioenfonds communiceert met de deelnemers, communiceert het eerst hierover met betrokken partijen:

- de werkgever, als we verwachten dat communicatie bij de werkgever veel vragen zal oproepen;
- de tweedelijns helpdesk AZL.

5.2 Intermediaire kaders

Om de ambities waar te maken, zoekt Pensioenfonds ANWB de samenwerking met anderen op. Door de krachten te bundelen kunnen we de arbeidsvoorwaarde pensioen dichterbij de deelnemer brengen. Het pensioenfonds kent de volgende intermediaire kaders:

<i>Wie</i>	<i>Rol</i>
• Werkgever	Inhoud
• HR	Loket en inhoud op hoofdlijnen
• Management	Loket en inhoud op hoofdlijnen
• Pensioenadministratie	Inhoud
• Salarisadministratie	Inhoud op hoofdlijnen
• Vereniging van gepensioneerden	Loket

Loket = doorverwijsfunctie (bij wie deelnemers terecht kunnen voor meer informatie)

Inhoud = kennis van de pensioenregeling tot in detail

Inhoud op hoofdlijnen = kennis van de pensioenregeling op hoofdlijnen

Samenwerking met de werkgever

Pensioenfonds ANWB benut de infrastructuur van de werkgever voor de communicatie over pensioen. Pensioenfonds ANWB speelt een actieve rol in de afstemming met de werkgever waar het communicatie over pensioen betreft. Aandachtspunt is de herkenbaarheid van de afzender: is iets van de werkgever of van het pensioenfonds?

Hoe

De inzet van intermediaire kaders uit het beleidsplan 2011-2013 is ter hand genomen. Sinds enige tijd is er bij HR een lijst veel gestelde vragen beschikbaar en een A4 met de hoofdlijnen van de pensioenregeling. De bedoeling is dat beide tijdens het arbeidsvoorwaardengesprek worden uitgereikt. Pensioenfonds ANWB zal met HR overleggen hoe zij nieuwe werknemers in het arbeidsvoorwaardengesprek informeren over het pensioen.

Ideeën waarvan Pensioenfonds ANWB de komende periode de haalbaarheid zal onderzoeken:

- Module over pensioen opnemen in de MD-cursus voor managers

6. Doelstellingen

Pensioenfonds ANWB wil de pensioenbewustwording stimuleren en de verwachtingen van de deelnemer managen. Het pensioenfonds wil dat deelnemers tevreden zijn over de pensioencommunicatie. Het pensioenfonds communiceert hiertoe de juiste pensioeninformatie op het juiste moment en doet dat transparant, begrijpelijk, duidelijk en evenwichtig. De communicatie levert verder een positieve bijdrage aan het imago van het pensioenfonds (kernwaarden: betrouwbaar, fatsoenlijk | duidelijk, transparant | deelnemer centraal).

Om dit te bereiken zijn subdoelstellingen geformuleerd in termen van kennis, houding en gedrag. Want relevante kennis leidt tot een positieve(re) houding, waardoor (verandering van) gedrag plaatsvindt.

6.1 Kennis

De deelnemers weten:

- wat het individuele pensioen is / wordt;
- wat de pensioenregeling op hoofdlijnen inhoudt;
- (deelnemers) wat de keuzemogelijkheden binnen de regeling zijn;
- hoe zich dat verhoudt tot de uitgaven na pensionering;
- waar ze terecht kunnen voor meer informatie;
- wat ze op welk moment zelf moeten doen voor het pensioen;
- wie het pensioenfonds is en wat het doet;
- hoe het met het pensioenfonds gaat;
- wat de toekomstplannen zijn van het pensioenfonds;
- hoe het – op hoofdlijnen – gesteld is met pensioenen in Nederland.

6.2 Houding

De deelnemers hebben:

- een reële houding ten opzichte van hun pensioen;
- een positieve houding ten opzichte van het pensioenfonds;
- vertrouwen in het pensioenfonds en in de uitvoering van de pensioenregeling.

6.3 Gedrag

De deelnemers zijn in staat om:

- inzicht te krijgen in hun toekomstig pensioen en in hun toekomstige uitgaven;
- een financiële planning te maken;
- de juiste keuzes te maken.

De doelgroepen:

- halen op het moment dat zij de informatie nodig hebben, de juiste informatie op;
- nemen de juiste actie op het juiste moment.

7. Inhoud van de communicatie

7.1 Kernboodschap per doelgroep

Actieve deelnemers

Weet wat u na pensionering aan inkomen kunt verwachten. Bekijk uw totale eigen pensioensituatie kritisch. Onderzoek wat u straks aan uitgaven kunt verwachten en wat u zelf moet doen voor voldoende pensioen. Pensioenfonds ANWB zorgt voor een goed beheer van uw pensioen en informeert u daarover.

Pensioengerechtigden

Wij informeren u tijdig over de data waarop u uw pensioen kunt verwachten. Wij informeren u over een eventuele verhoging van uw pensioen. Pensioenfonds ANWB zorgt voor een goed beheer van uw pensioen en informeert u daarover.

Voormalige deelnemers

Wij raden u aan uw totale eigen pensioensituatie kritisch te bekijken. Wij informeren u tijdig over een eventuele verhoging van uw pensioen. Pensioenfonds ANWB zorgt voor een goed beheer van uw pensioen en informeert u daarover.

7.2 Onderwerpen in de communicatie

Uit de actuele ontwikkelingen en uit de communicatiestrategie volgen de volgende belangrijke communicatiethema's, die in de themamatrix (Bijlage A) zijn opgenomen:

- de gebeurtenissen privé en werk (life events);
- het pensioenoverzicht;
- de keuzemogelijkheden die de pensioenregeling biedt;
- de eigen verantwoordelijkheden van deelnemers;
- de verwachtingen van deelnemers t.a.v. hun pensioen en t.a.v. hun toekomstige uitgaven;
- het karakter van het pensioenfonds en het beleid (regeling op hoofdlijnen, premie, toeslagverlening, beleggingsbeleid, klachten- en geschillenregeling);
- het bestuur en de organisatie van het pensioenfonds;
- actuele algemene ontwikkelingen pensioenen (bijv. pensioenakkoord en verhoging AOW-leeftijd);
- de financiële positie van het fonds (in relatie tot het herstelpad) en de gevolgen hiervan voor de deelnemers.

7.3 Invulling aan onderwerpen

Aan de onder 7.2 beschreven onderwerpen wil men op de volgende twee wijzen invulling geven:

- Incidenteel: een artikel in periodiek (Pensioenblik);
- Structureel: voor degenen die binnen afzienbare tijd met pensioen gaan, handhaven we extra communicatiemomenten.

8. Communicatiestijl

Het pensioenfonds wil duidelijk en begrijpelijk communiceren. Om dat te bereiken stelt het pensioenfonds voorwaarden aan de schrijfstijl en de huisstijl.

8.1 Schrijfstijl

- Taalniveau B1, voor zover mogelijk;
- In de niet persoonlijke communicatie wordt de deelnemer aangesproken met 'je', conform de aanspreekvorm bij de werkgevers. Persoonlijke communicatie zoals brieven is in de u-vorm.
- Consistentie in begrippen;
- Vriendelijke positieve toonzetting en de lezer persoonlijk aanspreken;
- Compacte zinnen;
- Gebruik maken van voorbeeldwerking, illustraties en rekenvoorbeelden;
- Zo weinig mogelijk vakjargon;
- Uitgaan van het standpunt van de lezer. Focus op de essentie voor de lezer, niet op de volledigheid van de inhoudelijke pensioeninformatie;
- Vertaling van abstracte begrippen naar concrete zaken.

8.2 Huisstijl

Toegankelijke en overzichtelijke vormgeving draagt bij aan de duidelijkheid van communicatie. Daarnaast is het belangrijk dat het pensioenfonds herkenbaar is, door:

- een eigen logo en herkenbare huisstijl;
- een consistente toepassing van het logo en de huisstijl;
- duidelijk aan te geven waar de deelnemer terecht kan voor meer informatie.

9. Communicatiemiddelen

9.1 Papieren, digitale en persoonlijke communicatie

Papieren communicatie

De UPO's voor actieven, gewezen deelnemers en gepensioneerden worden aangepast als er nieuwe formats worden gepubliceerd. De procesbrieven zijn met de overgang naar AZL gemoderniseerd en voldoen aan alle uitgangspunten. De brochure die deel uitmaakt van de startbrief is inhoudelijk aangepast aan de opmerkingen van de AFM en wordt binnenkort vervangen door Pensioen 1-2-3.

De wet Pensioencommunicatie biedt meer mogelijkheden voor digitale communicatie. In dat kader is het een optie voor Pensioenfonds ANWB om vanaf 2017 de UPO's ook digitaal klaar te zetten voor de deelnemers, in een beveiligde omgeving die gekoppeld is aan de website.

Periodiek

Uitbreiding van papieren informatie, via een periodiek, is ingevoerd. Dit op basis van de resultaten uit het deelnemerstevredenheidsonderzoek. Het periodiek heet Pensioenblik en verschijnt sinds het voorjaar van 2012 twee keer per jaar.

Digitale communicatie

De website www.pensioenfonds-anwb.nl is er, compleet met pensioenplanner. In alle communicatie attenderen we deelnemers op de website. Het pensioenfonds gaat deze digitale omgeving vernieuwen. Het fonds maakt verder gebruik van het intranet van de werkgever.

Poll functie

Het fonds overweegt actief gebruik te gaan maken van de poll op de website. De techniek is er. Mogelijkheid bestaat om deelnemers op de poll te attenderen via intranet van de werkgever. Als er een inhoudelijke aanleiding voor is, is het zeker mogelijk berichten op intranet te plaatsen.

Doorontwikkeling Pensioenplanner

Gezien het feit dat de communicatie van Pensioenfonds ANWB moet bijdragen aan de mogelijkheden van deelnemers om aan financial planning te doen, is de pensioenplanner zodanig doorontwikkeld dat deelnemers er hun uitgavenpatroon in kunnen opnemen.

Persoonlijke communicatie

Deelnemers kunnen telefonisch contact opnemen met de helpdesk bij ANWB. Ze kunnen daar ook een afspraak maken voor een persoonlijk gesprek. Vragen die in de eerste lijn niet beantwoord kunnen worden, worden doorgeleid naar AZL. Pensioenfonds ANWB overweegt om pensioenbijeenkomsten te gaan organiseren, bijvoorbeeld in de periode van de verzending van de UPO's.

9.2 Deelnemersonderzoek

Om nadrukkelijker feedback van deelnemers te genereren, overweegt Pensioenfonds ANWB de volgende zaken:

- Een kwalitatief onderzoek met een groep deelnemers (doorsnede uit de totale groep), waarin met name ingezoomd wordt op de waardering voor de communicatiemiddelen. AZL ontwikkelt een voorstel hiervoor.
- Een herhaling van het deelnemerstevredenheidsonderzoek van 2012. Eventueel door deel te nemen aan het BOP van TNS NIPO: Benchmark Onderzoeksplatform voor Pensioenfondsen. AZL verzamelt en verstrekt meer informatie hierover.

10. Meten en rapporteren

Alle informatie vanuit de dialogen met deelnemers, spontane feedback, analyses van webbezoek en helpdesk verzamelen we en bespreken we in hun onderlinge samenhang, idealiter in de communicatie commissie.

Tweejaarlijks evalueert de commissie de communicatie aan de hand van het Communicatiebeleidsplan en adviseert het bestuur waar nodig over een herijking van dit beleid. Jaarlijks evalueert de communicatiecommissie de communicatiekalender en adviseert het bestuur over de nieuwe kalender voor het daaropvolgende jaar.