

Dialogo en communicatie over de overstap



Contactinformatie en gegevens over de Pensioenfederatie**Pensioenfederatie**

De Pensioenfederatie is de overkoepelende belangenbehartiger van bijna alle Nederlandse pensioenfondsen. Zij vertegenwoordigt namens ongeveer 141 pensioenfondsen de belangen van:

- 6,7 miljoen deelnemers
- 4,0 miljoen gepensioneerden
- 8,6 miljoen gewezen deelnemers.

Het overgrote deel van alle werkenden is aangesloten bij een collectief pensioenfonds. De leden van de Pensioenfederatie beheren samen circa 1.700 miljard euro.

(Cijfers per 31-12-2024)

Contactinformatie

Prinses Margrietplantsoen 90
2595 BR Den Haag
Postbus 93158
2509 AD Den Haag

T + 31 (0)70 76 20 220
info@pensioenfederatie.nl
www.pensioenfederatie.nl

© Overname van tekst(delen)
uit deze uitgave is mogelijk
na toestemming van de
Pensioenfederatie.

Aan de inhoud van deze
uitgave kunnen geen rechten
worden ontleend.

Den Haag, December 2025

Inhoudsopgave

Winterrapportage in het kort	4
1. Communicatie rondom de overstap	8
2. Inzet communicatiemiddelen in het tweede halfjaar van 2025	13
3. Communicatie afstemmen op de deelnemer	23
4. Dialoog met deelnemers in het tweede halfjaar van 2025	27
5. Dialoog met hoorrechtverenigingen	30
6. Helpdesk en klachtenprocedure als onderdeel dialoog	33
Bijlage: Voorbeelden uit de praktijk	36
Voorbeeld 1 – Cartoons bij Pensioenfonds Detailhandel	36
Voorbeeld 2 – Infographic nieuwe regeling bij PMT	37
Voorbeeld 3 – Persona's bij Pensioenfonds KLM Algemeen	38
Voorbeeld 4 – Bijeenkomsten bij Pensioenfonds Heineken	39
Voorbeeld 5 – Website nieuwe regeling bij PMA	40
Voorbeeld 6 – Webpagina nieuwe regeling bij SPW	41
Voorbeeld 7 – Voorbeeldberekening bij PFZW	42
Voorbeeld 8 – Voorbeelddeelnemers bij Pensioenfonds Philips	43
Voorbeeld 9 – Infographics per leeftijd bij Pensioenfonds Rail & Ov	44
Voorbeeld 10 – TextBuddy bij Pensioenfonds Schoonmaak	45
Voorbeeld 11 – Toolkit voor werkgevers bij Oak Pensioenfonds	46
Voorbeeld 12 – Video's en narrowcasting bij PME	47
Voorbeeld 13 – Gelaagd communiceren bij Pensioenfonds StiPP	48
Voorbeeld 14 – Quiz en peiling bij Pensioenfonds ING	49

Winterrapportage in het kort

Aanleiding en doel

Deze communicatierapportage biedt een overzicht van de verschillende instrumenten waarmee pensioenfondsen in dialoog zijn met hun deelnemers en hen informeren over de veranderingen in hun pensioen en de pensioentransitie. Deze rapportage is aangeboden aan de minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en bouwt voort op de zomereditie van 2025.

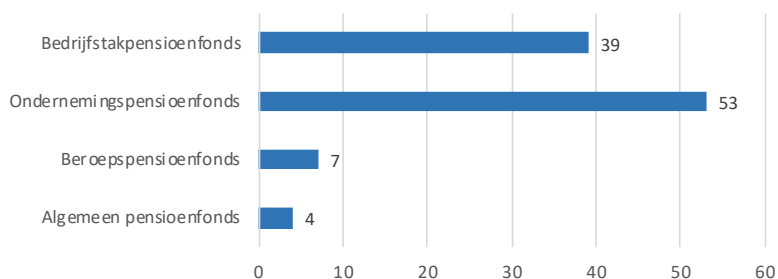
De aanleiding voor deze rapportage is het in de Tweede Kamer gesignaleerde gebrek aan draagvlak voor de pensioentransitie. Met deze rapportage delen we good practices binnen de pensioensector. Bovendien brengt deze rapportage in beeld hoeveel, hoe divers en hoe interactief de pensioensector al met werkenden en gepensioneerden communiceert.

Uitvraag bij leden Pensioenfederatie

De rapportage is tot stand gekomen dankzij de waardevolle input van 103 pensioenfondsen, die in totaal 96% van de deelnemers van Nederlandse pensioenfondsen vertegenwoordigen. Zij hebben hun ervaringen en instrumenten gedeeld, waardoor een breed en actueel beeld ontstaat van de communicatiepraktijk in de sector. 32 pensioenfondsen zijn inmiddels al overgestapt of stappen uiterlijk in het eerste halfjaar van 2026 over. De resultaten voor deze groep, en voor de pensioenfondsen die vanaf 1 juli 2026 overgaan, worden apart weergegeven.

Een klein deel van de bij Pensioenfederatie aangesloten pensioenfondsen (38) heeft om verschillende redenen niet meegedaan aan de uitvraag. Dit zijn veelal kleine pensioenfondsen die 4% van de deelnemers vertegenwoordigen.

Aantal fondsen in winterrapportage



Communicatieplan voor de overstap

Communicatie over de pensioentransitie is een continu proces, dat begint bij het informeren over de noodzaak en het tijdsplan van de verandering, en loopt door tot en met de implementatie van de nieuwe regeling en de nazorg. Communicatie rondom de overstap is niet alleen verplicht, maar ook wenselijk. Elk pensioenfonds heeft zijn eigen, specifieke doelen die het wil bereiken met de pensioencommunicatie, zoals deelnemers betrekken bij hun eigen pensioen, hen activeren om het pensioenoverzicht te bekijken en basiskennis vergroten. Het uiteindelijke doel is dat zoveel mogelijk deelnemers zich geïnformeerd en ondersteund voelen bij deze belangrijke overstap naar een nieuwe pensioenregeling.

De aanpak per pensioenfonds hangt af van de kenmerken van het deelnemersbestand, de verwachte impact van de transitie, de grootte van het pensioenfonds, de visie van het bestuur op de rol van het pensioenfonds en op communicatie en de mogelijkheden van het pensioenfonds, bijvoorbeeld om hun deelnemers te bereiken via de werkgever(s), de middelen die worden ondersteund door de pensioenuitvoeringsorganisatie en de financiële ruimte van het pensioenfonds. De communicatie kan dan ook sterk verschillen per pensioenfonds.

Gezamenlijke communicatie over de overstap

Pensioenfondsen informeren het publiek ook gezamenlijk over de nieuwe regelingen en de overstap. Deze communicatie gebeurt onder de afzender 'De pensioenfondsen van Nederland' via campagnes, verschillende websites en de Pensioenchecker App. Daarnaast zijn er gezamenlijke initiatieven van pensioenfondsen, verzekeraars, sociale partners en de overheid.

De boodschappen die pensioenfondsen via deze gezamenlijke en hun eigen kanalen delen, sluiten op hoofdlijnen op elkaar aan en versterken elkaar. Dit helpt deelnemers beter te begrijpen wat er verandert in hun pensioen en wat hetzelfde blijft. Door gezamenlijk te communiceren dragen pensioenfondsen bij aan duidelijkheid, herkenning en het behoud van vertrouwen in pensioen, juist in een periode van verandering.

Communicatie intensiever en persoonlijker richting de overstap

Uit de uitvraag blijkt dat pensioenfondsen, naast de verplichte communicatie, een breed scala aan instrumenten inzetten om te communiceren over de overstap. Zo hebben bijna alle pensioenfondsen op hun website een speciaal deel ingericht met informatie over de overstap en wat de overstap betekent voor specifieke deelnemersgroepen. Vaak zijn hier ook infographics en filmpjes te vinden voor deelnemers die willen weten wat er verandert met hun pensioen.

In vergelijking met de zomerrapportage blijkt dat pensioenfondsen vaker en persoonlijker communiceren in aanloop naar de overstap:

- meer pensioenfondsen hebben bijeenkomsten en webinars gehouden om deelnemers toelichting te geven over de overstap;
- meer pensioenfondsen hebben hun brieven aangepast aan de overstap of hebben hierover extra brieven gestuurd;

- veel pensioenfondsen zetten extra schriftelijke communicatietools in, zoals magazines, nieuwsberichten of bijdragen aan uitingen van andere partijen.

Deze toename hangt samen met het feit dat bij een aantal fondsen de transitiedatum op korte termijn nadert. Een meerderheid van de pensioenfondsen probeert daarbij hun deelnemers te bereiken via hun werkgever, bijvoorbeeld via intranet, informatiebijeenkomsten, brochures en flyers. Sommige pensioenfondsen bieden aangesloten werkgevers hiervoor –via hun website– een ‘toolkit’ aan.

Hoofdstuk 2 geeft een overzicht van de communicatiemiddelen en acties die pensioenfondsen hebben ingezet met oog op de pensioentransitie.

Communicatie aanpak afstemmen op de deelnemers

In een periode van verandering is heldere, tijdige en toegankelijke communicatie van groot belang. Pensioen is voor veel mensen een abstract en complex onderwerp. Daarbij is het belangrijk om informatie gelaagd aan te bieden, van de beknopte kernboodschap tot een verdiepende uitleg voor wie daar behoefte aan heeft. Zo wordt voorkomen dat een deelnemer wordt overspoeld met informatie die minder relevant is of die hij/zij niet kan plaatsen of begrijpen. Het is belangrijk dat pensioenfondsen hun communicatie afstemmen op de behoeften en kenmerken van de verschillende doelgroepen. De aanpak kan sterk verschillen per pensioenfonds.

Dit wordt toegelicht in hoofdstuk 3 samen met drie voorbeelden van fondsen die hun aanpak toelichten.

Dialogoog met deelnemers

Bijna alle pensioenfondsen vormen zich een beeld van de kennis, houding, overtuigingen en het gedrag van hun deelnemers. Dit is onderdeel van de normale beleidscyclus die doorlopen wordt voor de deelnemerscommunicatie. Pensioenfondsen zetten de volgende instrumenten in om in dialoog te zijn met deelnemers en een goed beeld te hebben van wat er leeft:

- kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de kenmerken en voorkeuren van hun deelnemers en onderzoek via deelnemerspanels;
- analyse van reacties van deelnemers die via de telefoon, mail, chat of website binnenkomen (eventueel na een oproep hiertoe);
- onderzoek van reacties op internet, bijvoorbeeld via online polls of feedbackvragen. En sommige fondsen voeren een dialoog via social media of organiseren mini publics.

Dit wordt toegelicht in hoofdstuk 4.

Dialogoog met hoorrechtverenigingen

Veel pensioenfondsen houden na afloop van de formele hoorrechtprocedure voor het transitieplan contact met hoorrechtverenigingen. Deze rechtstreekse contacten helpen pensioenfondsen weer bij de voorbereidingen op de nieuwe regeling en de communicatie hierover. Uit de uitvraag blijkt dat deze pensioenfondsen door deze contacten vaak een duidelijker beeld krijgen wat er leeft bij deze deelnemersgroepen en hier op in konden spelen in de communicatie.

Signalen via helpdesk en klachtenprocedure

Tot slot komen via de helpdesk en klachtenprocedures directe signalen van deelnemers binnen met hun vragen, zorgen of klachten over de (uitvoering van hun) regeling. 90% van de pensioenfondsen geeft aan dat tot dusverre weinig vragen binnenkomen. Pensioenfondsen krijgen vooral vragen over wat de nieuwe regeling betekent voor de deelnemers, zoals over het moment waarop er duidelijkheid is over bedragen, wat de compensatieregeling inhoudt en hoe het partnerpensioen is geregeld in de nieuwe regeling. Het inventariseren van de vragen helpt pensioenfondsen hun communicatie te verbeteren en is waardevol voor de pensioenfondsen die in een later stadium overstappen om hun communicatie en helpdesk vorm te geven.

Praktijkvoorbeelden

In de bijlage staan 14 voorbeelden hoe pensioenfondsen in de praktijk communiceren over de overstap.

Goed te weten

In deze rapportage bedoelen we met:

- Deelnemers: alle actieve, gewezen en premievrije deelnemers, pensioengerechtigden en andere aanspraakgerechtigden bij een pensioenfonds.
- Eerste pensioenfondsen: de groep pensioenfondsen die in de eerste helft 2026 overstappen of inmiddels over zijn naar een nieuwe premierregeling.
- Latere pensioenfondsen: de groep pensioenfondsen die op of na 1 juli 2026 gaan overstappen.

Deze rapportage geeft de stand van zaken weer eind december 2025.

1. Communicatie rondom de overstap

1.1 Communicatieplan

De communicatie van pensioenfondsen met hun deelnemers over de nieuwe pensioenregeling start al als de overstap nog verder weg in de toekomst ligt. De communicatie is dan vaak nog algemeen, procesmatig en onder meer gericht op de dialoog over de veranderingen. Als de overstap dichterbij komt, wordt de communicatie persoonlijker, specifiek en meer gericht op de directe gevolgen voor de verschillende deelnemers. Direct na de overstap neemt het pensioenfonds procescommunicatie in gebruik die aansluit op de nieuwe situatie.

Communicatieplan Transitie

Voor de communicatie rondom de overstap stellen alle pensioenfondsen een communicatieplan op. Dit plan is (wettelijk) verplicht en wordt samen met het Implementatieplan ingediend. Vaak gebruiken pensioenfondsen het servicedocument van de Pensioenfederatie en de leidraad van de AFM voor het opstellen van het communicatieplan. Het plan bevat een beschrijving van de uitgangssituatie, kenmerken van de verschillende doelgroepen, de verwachte impact van de transitie per doelgroep, concrete communicatiedoelen en acties en middelen. Het communicatieplan sluit idealiter aan op het communicatiebeleidsplan van het pensioenfonds.

De inhoud van het plan is gebaseerd op de wensen en visie van het bestuur van het pensioenfonds en de kenmerken en voorkeuren van de diverse doelgroepen. Het pensioenfonds gebruikt hiervoor gegevens uit de administratie, inzichten uit onderzoek, input vanuit de pensioenuitvoeringsorganisatie en ervaringen tot dan toe in de praktijk. Pensioenfondsen wisselen daarnaast veel kennis en ervaringen uit met elkaar.

Het communicatieproces in de verschillende stadia richting de overstap

Inmiddels zijn een aantal pensioenfondsen overgestapt op de nieuwe pensioenregeling. En voor diverse andere pensioenfondsen is de overstap gepland in (de eerste helft van) 2026. Er zijn dus al diverse voorbeelden beschikbaar van verschillende soorten communicatie die worden ingezet in de opeenvolgende stadia van de transitie. In de volgende paragrafen geven we een beeld van de soorten communicatie per fase in de transitie.

1.2 Transitiedatum ligt nog verder weg in de toekomst

Zie voorbeeld 1: Cartoons bij Pensioenfonds Detailhandel



- **Algemene informatie over pensioen**
Het doel van dit type communicatie is werken aan basiskennis, zodat informatie over de nieuwe pensioenregeling (in een later stadium) goed begrepen wordt.
- **Procescommunicatie**
Informatie over de stand van zaken, het tijdspad en een beschrijving van de verschillende partijen en hun rol in het proces.
- **Oproep tot dialoog**
Veel pensioenfondsen willen weten hoe hun belanghebbenden aankijken tegen de veranderingen die gaan komen, wat zij al weten en begrijpen en wat nog niet. Verschillende pensioenfondsen inventariseren via breed onderzoek de voorkeuren voor de nieuwe pensioenregeling. Deze inzichten worden meegenomen bij de gesprekken tussen sociale partners.

1.3 Na afspraken over de nieuwe pensioenregeling

Als de afspraken over de nieuwe pensioenregeling gemaakt zijn, komen daar doorgaans de volgende soorten communicatie bij:

Zie voorbeeld 2: Infographic nieuwe regeling bij PMT



- **Algemene uitleg over de nieuwe pensioenregeling**
Informatie over de gemaakte afspraken en het verwachte effect voor de verschillende doelgroepen in algemene zin. Dit gebeurt meestal op een apart deel van de website.

Uit onderzoek is naar voren gekomen dat deelnemers vooral willen weten 'wat betekent de nieuwe regeling voor mij, in euro's?'. Verder komt uit onderzoek naar voren dat de meeste deelnemers een afwachtende houding hebben en zich neutraal opstellen. De meeste deelnemers zijn niet goed bekend met de systematiek die ten grondslag ligt aan de huidige/bestaande regeling. Daardoor is het uitleggen van de verschillen tussen 'oud' en 'nieuw' complex. Tot slot hebben veel deelnemers behoefte aan duidelijkheid en 'vastigheid'. Dit heeft geleid tot het inzicht dat pensioenfondsen ook duidelijk moeten maken 'wat blijft' en dat niet alles verandert.

Zie voorbeeld 3: Persona's bij Pensioenfonds. KLM Algemeen



Zie voorbeeld 4: Bijeenkomsten bij Pensioenfonds Heineken



- **Eerste berekening van het pensioen in de nieuwe pensioenregeling**
Pensioenfonds zijn wettelijk verplicht voorafgaand aan de transitie een persoonlijke berekening te verstrekken, met het verwachte pensioen in de huidige en de nieuwe pensioenregeling.
- **Tijdelijke aanpassingen in de reguliere communicatie en processen**
Mogelijk verlopen processen, zoals het aanvragen van het pensioen, tijdelijk anders. Deelnemers die hierdoor geraakt (kunnen) worden, worden hierover geïnformeerd. De communicatie bevat bijvoorbeeld instructies met betrekking tot het maken en doorgeven van keuzes en het plannen voor pensioen in de transitieperiode.
- **Sessies met verschillende groepen belanghebbenden**
Veel pensioenfonds organiseren bijeenkomsten (fysiek en online) waarin bijvoorbeeld de nieuwe pensioenregeling en de eerste berekening worden toegelicht. Deelnemers aan deze bijeenkomsten kunnen vragen stellen. De vragen en reacties worden vervolgens weer gebruikt in de communicatie.

1.4 Na de transitie

Is de nieuwe pensioenregeling van kracht, dan wordt ook een compleet nieuwe set middelen en materialen in gebruik genomen. In aanvulling op de punten hiervoor, zet een pensioenfonds veelal de volgende middelen in:

- **Nieuw 'brievenboek'**
Elk pensioenfonds werkt met procescommunicatie, ook wel 'brievenboek' genoemd. Dit zijn alle uitingen die automatisch verstuurd of beschikbaar gesteld worden, naar aanleiding van een bepaalde gebeurtenis of trigger in het systeem. Denk aan de startbrief, de communicatie rondom een scheiding en de communicatie aan de nabestaanden als een deelnemer overlijdt. Een brievenboek bevat doorgaans 200-400 documenten, waarvan verschillende met bijlagen en formulieren. Veel pensioenfonds hebben een website met een 'mijnomgeving', waarin de verstrekte brieven beschikbaar staan in een beveiligde omgeving.

De nieuwe pensioenregeling brengt voor veel pensioenfonds met zich mee dat zij nieuwe brieven moeten maken. Denk aan de communicatie over het nabestaandenpensioen nadat een deelnemer uit dienst is gegaan. Of de nieuwe keuze tussen een vast en een variabel pensioen als sociale partners hebben gekozen voor een flexibele premieregeling.
- **Nieuwe / aangepaste informatie over pensioen en de pensioenregeling via de website, brochures, etc.**
Alle algemene informatie die het pensioenfonds beschikbaar stelt moet zijn aangepast aan de nieuwe pensioenregeling. Heeft een pensioenfonds een 'mijnomgeving', dan moet deze ook zijn aangepast aan de nieuwe pensioenregeling. Vaak betekent dit een compleet nieuwe opzet van de website en de 'mijnomgeving'.
- **Aanpak met betrekking tot keuzebegeleiding**
In aansluiting op het vorige punt, betekent de nieuwe pensioenregeling voor veel pensioenfonds dat zij de wijze waarop zij de verschillende

groepen deelnemers begeleiden bij het maken van keuzes aanpassen. Er komen soms nieuwe keuzes bij. En er zijn strengere normen met betrekking tot de keuzebegeleiding zelf. Pensioenfondsen zetten verschillende middelen in om belanghebbenden bekend te maken met de keuzes en de impact van de verschillende opties. Voor zover bekend bieden alle pensioenfondsen de mogelijkheid om persoonlijk contact te hebben als iemand vragen heeft of één of meer keuzes wil bespreken. Vaak is er ook ondersteuning bij het daadwerkelijk maken van de keuzes. In veel gevallen kunnen belanghebbenden zich met een online tool (denk aan een planner) oriënteren op de verschillende mogelijkheden.

- **Tweede berekening van het pensioen in de nieuwe pensioenregeling**
Pensioenfondsen zijn wettelijk verplicht ook na de transitie een berekening te verstrekken, met het verwachte pensioen in de oude en de nieuwe pensioenregeling. Ditmaal is de berekening gebaseerd op de daadwerkelijke verdeling van het fondsvermogen en de inkoopfactoren voor het pensioen op de transitiedatum.

1.5 Gezamenlijke communicatie over de overstap

De communicatie van pensioenfondsen over de overstap naar de nieuwe pensioenregels bestaat niet alleen uit rechtstreekse communicatie met deelnemers, werkgevers en andere belanghebbenden. Pensioenfondsen informeren het publiek ook gezamenlijk over de nieuwe regelingen en de overstap. Deze communicatie gebeurt onder de afzender 'De pensioenfondsen van Nederland' en is gericht op deelnemers en werkgevers met een pensioenregeling bij een pensioenfonds.

Pensioenfondsen werken samen aan verschillende initiatieven om mensen duidelijk en begrijpelijk te informeren, waaronder:

- De campagnes '[Bouwen aan vertrouwen](#)' (actief via Instagram, Facebook, LinkedIn en Google Ads) en '[Geld voor later](#)', (actief via Instagram en Google Ads) die inspelen op verschillende levensfasen en bijdragen aan pensioenbewustzijn.
- De website [Pensioenfondsen.nl](#), met toegankelijke informatie over pensioenfondsen en de verschillende soorten pensioenregelingen.
- De website '[Geld voor later](#)', bedoeld voor jong volwassenen, in de leeftijd van 18 t/m 35 jaar die willen begrijpen hoe hun financiële toekomst en pensioen in elkaar zitten.
- [De Pensioenchecker app](#), waarmee deelnemers snel en eenvoudig inzicht krijgen in hoeveel pensioen zij naar verwachting ontvangen. De app toont het verwachte pensioen bij alle pensioenuitvoerders, zowel voor pensioenfondsen die al zijn overgestapt als pensioenfondsen die nog gaan overstappen. Deze app is vanaf de introductie in 2020 bijna 400.000 keer gedownload.
- De website [Pensioenduidelijkheid](#), met heldere uitleg over de nieuwe regels voor pensioen voor deelnemers en werkgevers. De website is een gezamenlijk initiatief van vakbonden, werkgeversorganisaties, pensioenuitvoerders en het ministerie van SZW.

- De website [Werken aan ons pensioen](#), een platform van en voor de pensioensector met informatie, toolkits en formats die pensioenfondsen en betrokken partijen ondersteunen bij hun communicatie richting deelnemers.
- [MijnPensioenOverzicht](#), waar deelnemers na inloggen een persoonlijk overzicht krijgen van hun al opgebouwde pensioen en het verwachte pensioenbedrag na pensionering, zowel voor het pensioen in de tweede pijler als de AOW, en – indien van toepassing – dat van hun partner. Dit is een gezamenlijk initiatief van pensioenfondsen en pensioenverzekeraars.

De boodschappen die pensioenfondsen via deze en hun eigen kanalen delen, sluiten op hoofdlijnen op elkaar aan en versterken elkaar. Dit helpt deelnemers beter te begrijpen wat er verandert in hun pensioen en wat hetzelfde blijft. Door gezamenlijk te communiceren dragen pensioenfondsen bij aan duidelijkheid, herkenning en het behoud van vertrouwen in pensioen, juist in een periode van verandering.

2. Inzet communicatiemiddelen in het tweede halfjaar van 2025

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van het brede scala aan communicatie instrumenten dat pensioenfondsen hebben ingezet en/of nog gaan inzetten met oog op de pensioentransitie, naast de middelen die wettelijk verplicht zijn. Zo blijkt uit de uitvraag dat bijna alle pensioenfondsen op hun website een speciaal deel hebben ingericht met informatie over de overstap, zoals procesinformatie, informatie over de nieuwe regeling en wat de overstap betekent voor specifieke deelnemersgroepen. Vaak zijn hier ook infographics en filmpjes te vinden om deze informatie prettig en laagdrempelig over te brengen of pensioenplanners voor deelnemers die preciezer willen weten wat er verandert met hun pensioen.

Uit de uitvraag blijkt dat pensioenfondsen vaker en persoonlijker communiceren in aanloop naar de overstap:

- meer pensioenfondsen hebben bijeenkomsten en webinars gehouden om deelnemers toelichting te geven over de overstap;
- meer pensioenfondsen hebben hun brieven aangepast aan de overstap of hebben hierover extra brieven gestuurd;
- veel pensioenfondsen zetten extra schriftelijke communicatietools in, zoals magazines, nieuwsberichten of bijdragen aan uitingen van andere partijen.

Deze toename hangt samen met het feit dat bij een aantal fondsen de transitiedatum op korte termijn nadert en blijkt uit de vergelijking tussen de 'eerste groep pensioenfondsen' die overstappen tot 1 juli 2026 en de pensioenfondsen die later overstappen (en ook als wordt vergeleken met de zomerrapportage).

Een meerderheid van de pensioenfondsen probeert hierbij hun deelnemers te bereiken via hun werkgever, bijvoorbeeld via intranet, informatiebijeenkomsten, brochures en flyers. Sommige pensioenfondsen bieden hun werkgevers hiervoor op website een 'toolkit' aan.

Het gebruik van deze extra communicatiemiddelen wordt afgestemd op de mogelijkheden van het pensioenfonds, bijvoorbeeld om hun deelnemers via aangesloten werkgevers te bereiken, de middelen die worden ondersteund door hun uitvoeringsorganisatie en hun financiële ruimte.

Aanpak van SPF (fysiotherapeuten)

In aanloop naar het invaren op 1 oktober 2025 naar de Flexibele Premie Regeling hebben we verschillende middelen ingezet om onze deelnemers van informatie te voorzien.

- Zo organiseerden we in het voorjaar twee webinars, een voor deelnemers van '57 jaar en ouder' en een voor 'actieven' en 'slapers'.

- De transitieoverzichten werden begeleid door filmpjes en in juni organiseerden we ‘vraag maar raak sessies’ voor diverse doelgroepen.
- Ook ontvingen de deelnemers per doelgroep informatie via mail en via een Fysio Magazine over ‘wat betekent de overgang naar de nieuwe pensioenregeling voor mij’.

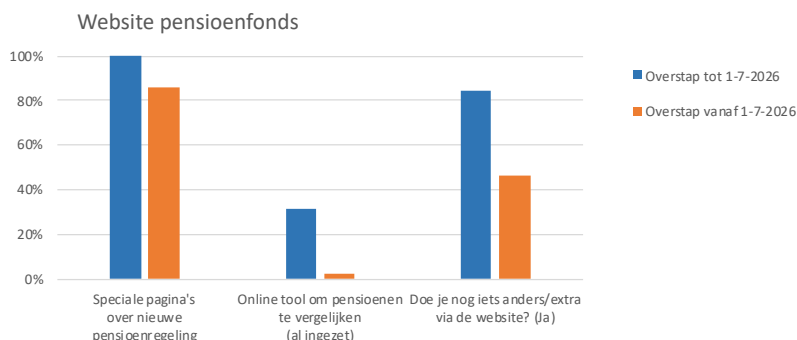
Via deze combinatie van middelen bereiken wij deelnemers op verschillende manieren. ‘De vraag maar raak sessies’ zijn hiervan het meest persoonlijk. Het bestuur van SPF beantwoordt hierbij in een video omgeving direct de vraag van de deelnemer.

2.1 Website

Zie voorbeeld 5: Website nieuwe regeling bij PMA

“Wat wordt anders en wat blijft hetzelfde?”

Bijna alle pensioenfondsen hebben op hun website een speciaal deel ingericht met informatie over de nieuwe pensioenregeling en de overstap. Een deel van de pensioenfondsen biedt via de website ook een online tool aan met (verwachte) bedragen in de huidige/oude en de nieuwe pensioenregeling.



Zie voorbeeld 6: Webpagina bij SPW



a. Speciaal deel op de website over de nieuwe pensioenregeling:

Alle pensioenfondsen die recent zijn overgegaan naar een nieuwe regeling (of dat in eerste halfjaar van 2026 doen) hebben een speciale pagina op de website opgenomen, met informatie over de nieuwe pensioenregeling en de overstap. Dit geldt voor 86% van de latere groep fondsen. In het vervolg van deze rapportage worden deze groepen aangeduid als de ‘eerste pensioenfondsen’ dan wel de ‘latere groep’ (pensioenfondsen die op of na 1 juli 2026 overstappen).

Zie voorbeeld 7: Voorbeeld-berekening bij PFZW

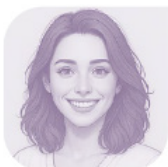


b. Online tool met (verwachte) bedragen in de huidige/oude en nieuwe pensioenregeling:

32% van de pensioenfondsen wil een online tool aanbieden, waarmee bedragen in de huidige/oude en de nieuwe pensioenregeling vergeleken kunnen worden. 31% van de eerste groep pensioenfondsen doet dit nu al. Het zijn vooral grote pensioenfondsen die een dergelijke tool (gaan) aanbieden. Overigens zijn pensioenfondsen verplicht om vóór de transitie hun deelnemers een persoonlijk voorlopig overzicht te geven met hun pensioenen in de huidige en de nieuwe regeling. Ná de transitie volgt dan een definitief transitieoverzicht.

Zie voorbeeld 8:

Voorbeelddeelnemers bij
Pensioenfonds Philips



Zie voorbeeld 9: Infographics
per leeftijd bij Pf. Rail & Ov



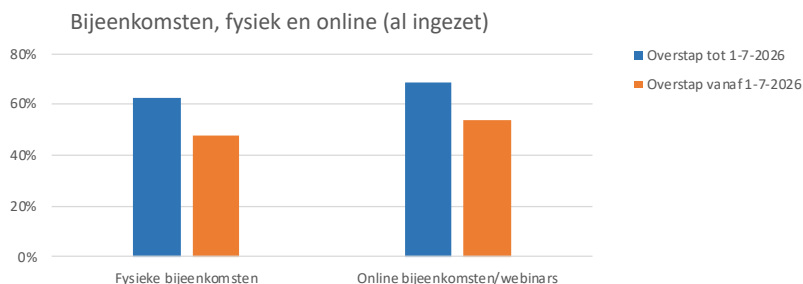
c. Overige informatie via de website:

84% van de eerste pensioenfondsen geven aan de website ook op een andere manier in te zetten en dit geldt voor 46% van de pensioenfondsen die later invaren. Denk hierbij aan de middelen in onderdeel 2.4 en 2.5. Ook worden genoemd:

- Aangepaste klantreizen met informatie over de nieuwe pensioenregeling.
- Kijken van opgenomen webinars en de mogelijkheid om in te schrijven voor bijeenkomsten/webinars.
- Aanmelding voor een spreekuur of digitaal gesprek met het bestuursbureau in het kader van de transitie.
- Themapagina's met veelgestelde vragen, infographics, video's en voorbeeldberekeningen voor groepen deelnemers, of over speciale onderwerpen zoals compensatie, verdeling van het geld bij de overstap e.d.
- Informatiepagina's voor werkgevers.
- Meerdere pensioenfondsen melden dat zij met de overstap naar de nieuwe pensioenregeling ook een nieuwe website lanceren of een nieuw deelnemersportaal (de mijn omgeving waar de deelnemer kan inloggen om de actuele stand van zaken te zien en persoonlijke documenten, zoals de pensioenoverzichten).

2.2 Bijeenkomsten, fysiek en online

Een meerderheid van de pensioenfondsen heeft inmiddels fysieke of online voorlichtingsbijeenkomsten gehouden over de overstap op de nieuwe regeling:



Zie voorbeeld 4:

Bijeenkomsten bij
Pensioenfonds Heineken



a. Fysieke bijeenkomsten

63% van de eerste groep pensioenfondsen heeft fysieke bijeenkomsten georganiseerd om de overstap naar de nieuwe toe te lichten (en 48% van de latere fondsen). 58% van de pensioenfondsen heeft fysieke bijeenkomsten opgenomen in het communicatieplan.

Verschillende pensioenfondsen zijn aanwezig bij bijeenkomsten van verenigingen van gepensioneerdten of bijeenkomsten die de werkgever organiseert.

Daarnaast meldt een aantal pensioenfondsen dat zij 'inloopspreekuren' organiseren of een persoonlijk gesprek aanbieden op locatie van de werkgever om vragen over de nieuwe pensioenregeling te beantwoorden en de (verwachte) impact op de persoonlijke situatie.

b. Online bijeenkomsten

De groep pensioenfondsen die online sessies hebben georganiseerd is iets groter dan de groep die fysieke bijeenkomsten organiseerde: respectievelijk 69% en 54% voor de eerste en latere groep pensioenfondsen. Deze sessies zijn bedoeld om te informeren en vragen te beantwoorden. Vaak staan opnames van deze sessies daarna online voor degenen die de sessie niet live konden bijwonen.

63% van de pensioenfondsen heeft online sessies opgenomen in het communicatieplan.

Deelnemersbijeenkomst bij PPF APG

Vanuit PPF APG hebben we vraag-gestuurde digitale deelnemersbijeenkomsten gehouden. MS Teams bijeenkomsten waarbij we personen uitnodigden naar status (actief, slaper of pensioengerechtigd).

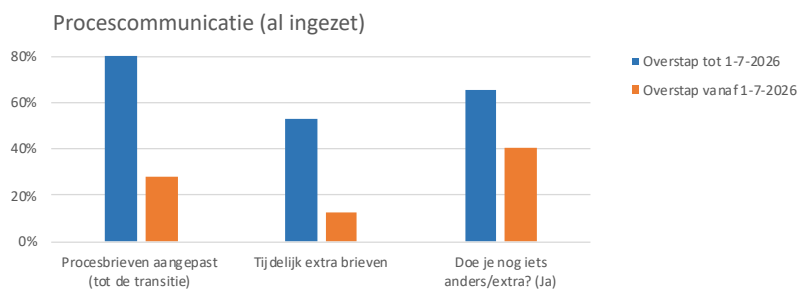
Vooraf konden mensen vragen stellen of doorgeven wat hen bezighield, waarna wij de bespreekpunten van de bijeenkomsten aanpasten zodat we tegemoetkwamen aan wat er leefde onder de deelnemers.

Door de jaren heen is de opkomst van circa 200 aanmeldingen in 2021 naar meest recent 800 aanmeldingen gestegen. De bijeenkomsten krijgen veelal een hoge waardering (8+) van de deelnemers.

2.3 Procescommunicatie

Met 'procescommunicatie' doelen we op brieven die automatisch verstuurd worden of klaargezet worden naar aanleiding van een trigger of een gebeurtenis, bijvoorbeeld bij een scheiding of overlijden van de deelnemer.

Een groot deel van de pensioenfondsen heeft bestaande brieven inmiddels aangepast in aanloop naar de nieuwe regeling of andere aanpassingen doorgevoerd in de procescommunicatie. Ook geeft een deel van de pensioenfondsen aan extra informatie te sturen naast de standaard ingeregelde brieven. We hebben niet geïnventariseerd of pensioenfondsen hun reguliere procescommunicatie aanpassen, omdat dit hoe dan ook gebeurt.



a. Aanpassen bestaande brieven (die in gebruik zijn tot de transitie):

81% van de eerste groep pensioenfondsen heeft de standaard ingeregelde brieven tijdelijk aangepast in aanloop naar de nieuwe pensioenregeling. Dit geldt voor 28% van de latere groep.

Aanpassingen in de brieven hebben bijvoorbeeld betrekking op het (pro-actief) attenderen op de mogelijke gevolgen van het uit dienst gaan bij een werkgever (het recht op een compensatie vervalt) en het (pro-actief) informeren over de gevolgen van pensioneren (ook dan vervalt het recht op een compensatie).

b. Tijdelijk extra brieven

53% van de eerste groep pensioenfondsen werkt op dit moment met tijdelijke brieven of heeft tijdelijk extra brieven gebruikt, naast de standaard ingeregelde brieven. Dit geldt voor 13% van de latere groep.

Extra brieven kunnen bijvoorbeeld betrekking hebben op onderdelen van de pensioenregeling die vervallen of veranderen en processen die tijdelijk anders verlopen. Ook zijn er verschillende pensioenfondsen die extra communicatie inzetten richting de werkgevers om hen goed mee te nemen bij een wijziging in de administratieve processen en het aanleveren van gegevens in de periode rondom de transitie.

c. Andere aanpassingen in de procescommunicatie

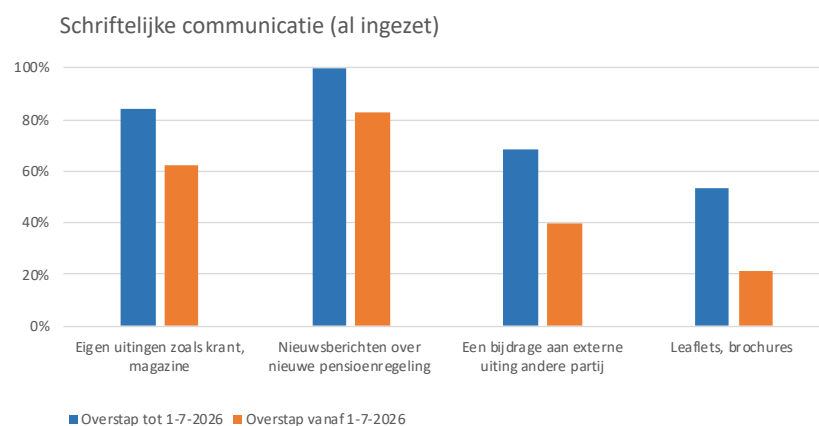
66% van de eerste groep pensioenfondsen geeft aan iets extra te doen, naast het aanpassen van bestaande procesbrieven tot de transitie en de inzet van extra brieven. Dit geldt voor 41% van de latere groep.

Zij noemen als voorbeeld:

- communicatie-inhoud en -momenten in diverse klantreizen al aangepast.
- Het bijvoegen van flyers met uitleg bij de reguliere procescommunicatie. Denk aan een flyer over de aanpassingen van het pensioen na de transitie bij communicatie richting pensioengerechtigden.
- Inzet van QR-codes in schriftelijke communicatie die leidt naar pagina's op de website.
- On- en offboarding pakketten werkgevers worden aangepast.
- Inzet themanieuwsbrieven om deelnemers bij een bepaald life event te activeren om informatie op te vragen (bijvoorbeeld kiezen van de pensioenleeftijd i.c.m. compensatie).
- Wijzigingen in (pensioen)keuzebegeleiding, aanpassing communicatie rond waardeoverdracht en vrijwillig aanvullende ANW communicatie.
- Klantenservice, transitieservicedesk: deelnemers kunnen hier specifiek met vragen over de transitie terecht. Training klantcontactcentrum.
- Webinars voor deelnemers die rondom de transitie met pensioen kunnen.
- Tijdlijn op de website met links naar relevante webpagina's.

2.4 Schriftelijke communicatie, niet wettelijk verplicht

Naast de uitingen die wettelijk verplicht zijn heeft het merendeel van de fondsen extra schriftelijke uitingen, zoals pensioenmagazines en nieuwsbrieven of nieuwsberichten. Daarnaast dragen veel fondsen bij aan uitingen van andere organisaties zoals van werkgevers, vakorganisaties of publieke media. Of bieden zij leaflets of brochures aan via de website.



a. Eigen uitingen (krant, magazine)

84% van de eerste groep pensioenfondsen heeft zelf uitingen ontwikkeld in bijvoorbeeld een pensioenkrant of magazine. Dit geldt voor 62% van de latere groep.

Aanpak POB

Pensioenfonds Openbare Bibliotheken heeft gekozen voor een aanpak die aansluit bij de kenmerken van onze deelnemers.

Als extra communicatie bovenop 'wat moet' hebben we gekozen voor een serie bijeenkomsten en magazines die op maat zijn gemaakt voor de verschillende doelgroepen. We weten inmiddels uit onderzoek dat de bijeenkomsten en de magazines goed gewaardeerd zijn.

b. Nieuwsbrief of nieuwsberichten: schriftelijk of via e-mail

Alle eerste pensioenfondsen gebruiken een nieuwsbrief of nieuwsberichten die zij actief verstrekken. Dit geldt voor 83% van de latere pensioenfondsen.

Sommige pensioenfondsen maken speciale nieuwsbrieven, gericht op deelnemers die een bepaald 'life event' meemaken. Zij krijgen via deze themanieuwsbrieven informatie op maat. Denk aan een nieuwsbrief die gericht is op deelnemers die zich oriënteren op de ingangsdatum van het pensioen waarin ook wordt ingegaan op de gevolgen voor de compensatie.

c. Een bijdrage aan externe uitingen van bijvoorbeeld een andere organisatie of een magazine dat door de doelgroep gelezen wordt.

69% van de eerste groep pensioenfondsen levert een bijdrage aan externe uitingen van bijvoorbeeld een andere organisatie of een magazine dat door de doelgroep gelezen wordt of gaat dit in de nabije toekomst doen. Dit geldt voor 39% van de latere groep.

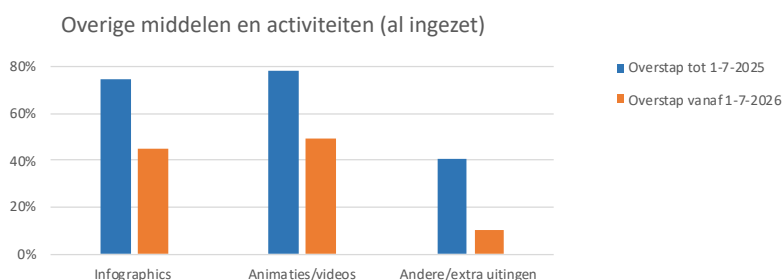
d. Leaflets en brochures

53% van de eerste groep pensioenfondsen heeft een leaflet of brochure ontwikkeld met informatie over de nieuwe pensioenregeling en de overstap. Dit geldt voor 21% van de latere groep.

Daarnaast zet 40% van de eerste groep fondsen andere schriftelijke informatie in. Voorbeelden hiervan staan in paragraaf 2.5 (onderdeel c).

2.5 Overige middelen en activiteiten

In de hiervoor genoemde communicatievormen gebruikt het merendeel van de pensioenfondsen middelen als infographics, video's en animaties om de informatie over de nieuwe regeling en de overstap op een andere, meer laagdrempelige manier te laten landen bij hun deelnemers en andere stakeholders.



Zie voorbeeld 9: Infographics per leeftijd bij Pensioenfonds Rail & Ov



a. Infographics

75% van de eerste groep pensioenfondsen gebruikt infographics in brochures, op de website e.d. Dit geldt voor 45% van de latere groep.

b. Video's en animaties

78% van de eerste groep pensioenfondsen biedt video's en of animaties aan, met een uitleg over de nieuwe pensioenregeling of onderwerpen die hiermee samenhangen. Dit geldt voor 49% van de latere groep.

c. Overige communicatiemiddelen

41% van de eerste groep pensioenfondsen zet naast de hiervoor genoemde middelen nog andere middelen in:

Enkele reacties:

- "Meesturen van een magazine bij het Uniform Pensioenoverzicht." Of pensioenkrant", "We voegen een leeswijzer toe aan het UPO i.c.m. het voorlopig transitieoverzicht." en een ander fonds noemt hiervoor "video's met uitleg van het transitieoverzicht (per doelgroep)."

- "QR-code in schriftelijke communicatie die leidt naar pagina's op de website."
- "Ansichtkaarten om mensen te triggeren de website te bezoeken."
- "Éénmalig blad per post naar gepensioneerden (normaal alleen elektronisch)."
- "Pensioenquiz: laagdrempelige manier voor de deelnemers om hun kennis te testen over het nieuwe pensioenstelsel."
- "E-learnings, blogs en interviews over de (overstap op de) nieuwe regeling."
- "Meettool op de website waarmee de begrijpelijkheid van de informatie wordt getoetst bijvoorbeeld met een quiz."
- "Samenwerking tussen de beroepsvereniging en het pensioenfonds in de communicatie naar deelnemers."
- "Beslisboom om de deelnemer inzicht te geven of hij wel/geen recht heeft op compensatie afschaffing doorsneesystematiek. Hieraan gekoppeld zijn maatmensensberekeningen om inzicht te geven in de hoogte van een mogelijk compensatiebedrag."
- "We zetten een speciale fysieke en digitale transitiekrant in waarin we gesegmenteerd onze nieuwe regeling uitleggen."
- "Via een extra campagne nemen we deelnemers mee in het nieuwe pensioenstelsel. We gaan niet alleen in op de veranderingen, maar ook op wat hetzelfde blijft. Aanvullend hierop organiseren we een extra Wtp-webinar waarin we deelnemers meenemen in de verwachte pensioenbedragen na het omzetten van de pensioenen."
- "We werken met beeldmateriaal op locaties waar we deelnemers en pensioengerechtigden bereiken."
- "explainervideo's voor enerzijds werkgevers en anderzijds deelnemers."
- "We gaan de test je kennis componenten (korte survey/quiz-achtige functionaliteit) uitbreiden, want het is een manier om inzicht te krijgen in het kennisniveau en daarnaast ook een manier om doelgroepen dmv korte vraag en antwoord snel iets bij te brengen."
- "Een informatiebrochure voor werkgevers (ook Engelse versie)."
- "We sturen een pensioenkrant mee met het Uniform Pensioenoverzicht". Of: "een extra uitgave van ons magazine."
- "We hebben een verkorte versie van het communicatieplan online gezet.". En sommige pensioenfondsden noemen een "samenvatting van het transitieplan" voor doelgroepen."
- "We bieden onze communicatie in meerdere talen aan" En: "een Engelstalig deel op de website."
- "In de persoonlijke Mijnomgeving leest de deelnemer informatie over eventuele veranderingen die specifiek voor hem/haar gelden (dus geconditioneerde info)."
- "We hebben berichten op LinkedIn en Instagram geplaatst."
- "Een toolkit voor werkgevers", "We hebben posters gemaakt, voor op de werkvloer" en "een specifieke Wtp-module en voor werkgevers."
- "We hebben een transitie servicedesk: deelnemers kunnen hier specifiek met vragen over de transitie terecht. Er zijn ook pensioenconsulenten (ondersteuning) bij keuzes zoals het beleggingsprofiel."

Zie voorbeeld 10:
TextBuddy bij Pensioenfonds
Schoonmaak



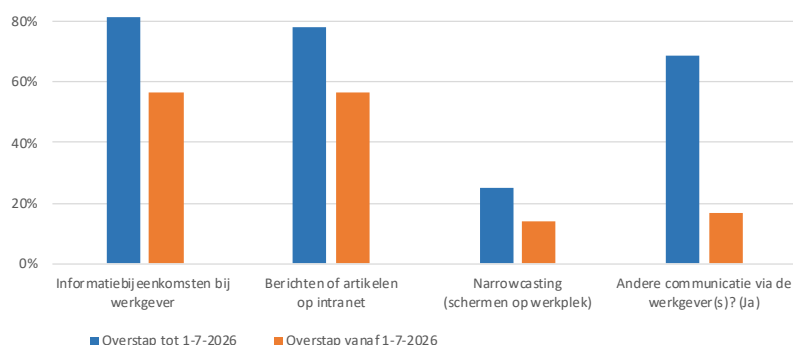
2.6 Communicatie via de werkgever(s)

Zie voorbeeld 11: Toolkit voor werkgevers bij Oak Pensioenfonds



Een meerderheid van de pensioenfondsen probeert hun deelnemers te bereiken via hun werkgever, bijvoorbeeld via intranet, informatiebijeenkomsten, brochures en flyers. Sommige pensioenfondsen vermelden dat zij hiervoor – via hun website – een ‘toolkit’ aanbieden aan werkgevers.

Communicatie via werkgevers (al ingezet)



a. Informatiebijeenkomsten door de werkgever of bijdrage aan een presentatie die door de werkgever wordt gehouden

81% van de eerste groep pensioenfondsen heeft samengewerkt met de werkgever en een bijeenkomst georganiseerd of een bijdrage geleverd aan een bijeenkomst van de werkgever. Dit geldt voor 56% van de latere groep.

b. Intranet: berichten of artikelen op intranet

78% van de eerste groep pensioenfondsen heeft één of meer berichten op het intranet van de (aangesloten) werkgever(s) geplaatst. Dit geldt voor 56% van de latere groep.

c. Narrowcasting (bericht via schermen op de werkplek)

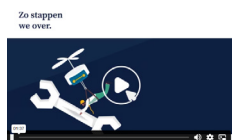
25% van de eerste groep pensioenfondsen maakt gebruik van narrowcasting, dit zijn berichten (digitale flyers) via schermen op de werkplek. Dit geldt voor 14% van de latere groep. Nog eens 3% respectievelijk 18% van deze groepen wil dit nog gaan doen in de toekomst.

d. Overige activiteiten gericht op of via de werkgever:

44% van de pensioenfondsen noemt naast de bovengenoemde activiteiten ook nog andere activiteiten via (of gericht op) de werkgever(s), zoals:

- Webinars gericht op de werkgevers.
- Training / workshop voor HR-medewerkers.
- Campagnes op de werkvloer bij aangesloten werkgevers.
- Toolkit voor werkgevers met communicatiemiddelen (posters, artikelen, voorbeeldteksten, QR-codes etc.) die zij kunnen gebruiken om hun eigen werknemers te informeren over de Wtp (verschillende keren genoemd).
- Leaflets en nieuwsbrieven voor de werkgever.
- Gezamenlijke communicatie op websites.
- “Op verzoek van de werkgever houden we pensioensprekuren.”

Zie voorbeeld 12: Video's en narrowcasting bij PME



- “We doen mee met de ‘learning week’.”
- “We hebben een roadshow georganiseerd voor werkgevers.”
- “Een online werkgeversjournaal over de nieuwe regeling.
- “Aan werkgevers bieden we een digitale toolkit aan. In deze toolkit zitten verschillende communicatiemiddelen (posters, voorbeeldteksten, etc.) die onze werkgevers kunnen gebruiken om hun eigen werknemers te informeren over de Wtp. Verder voeren we enkele campagnes om werkgevers voor te bereiden op de Wtp. Onder het nieuwe stelsel zijn juiste gegevens nog belangrijker, omdat het pensioenvermogen afhankelijk is van het rendement. Hierbij kan gedacht worden aan het actualiseren van je contactgegevens, voorkomen van dubbele nota’s en tijdige gegevensaanlevering.”
- “We informeren werkgevers over de nieuwe pensioenregeling via digitale nieuwsbrieven. Hierin vermelden wij ook altijd de microwebsite die speciaal voor werknemers is opgezet over de nieuwe regeling, zodat zij bij vragen van werknemers zelf antwoord kunnen geven of de werknemer door kunnen verwijzen.”
- “Onze e-learnings zijn opgenomen in het leerportaal, en het intranet heeft een aparte themapagina.”
- “inzet Pensioen Inspiratie Teams (pensioeninformatie op de werkvloer).”
- “We maken communicatie op maat voor grote werkgevers. Magazines en webinars, met eigen voorwoord van de werkgevers, eigen logo op magazine etc.”
- “De werkgever stuurt nieuwsberichten, waar wij regelmatig op meekijken; als we online en live sessies organiseren dan doen we dat samen met de werkgever.”
- “HR medewerkers worden geïnformeerd over effecten van life-event op bijv. compensatie voor afschaffen van de doorsneesystematiek. Met deze informatie kunnen zij de medewerkers bewust maken van gevolgen van keuzes.”
- “De werkgever neemt campagnematig bepaalde onderwerpen mee in haar middelen, denk aan interactieve video, nieuwsberichten, intranet.”
- “Heb je even voor JOU – poster campagne op werkvloer bij aangesloten werkgevers plus een banner campagne op digitale media met bereik onder werkgevers in zorg en welzijn.”
- “We organiseren elk jaar een cursus voor werkgevers. Die zal in het teken staan van Wtp en daarin worden zij gevoed met informatie die ze kunnen delen met hun werknemers.”
- “Presentaties van pensioenconsulenten op locatie bij werkgevers, pensioencursus voor hr-specialisten (door consulenten), presentaties voor ondernemingsraden en hr-specialisten (door consulenten), brochure voor werkgevers (inclusief gedispenseerde werkgevers).”

3. Communicatie afstemmen op de deelnemer

Bij het afstemmen op de verschillende groepen deelnemers staat het doel van de communicatie voorop. Wat wil het pensioenfonds bereiken met de communicatie? En hoe zorgt het ervoor dat gegeven de kenmerken en voorkeuren van de doelgroep dit doel zo goed mogelijk wordt bereikt?

In de administratie zijn harde gegevens beschikbaar, zoals leeftijd, geslacht, inkomensniveau, type dienstverband en woonplaats. Naast deze objectieve kenmerken spelen ook zachtere factoren een rol, zoals leesvaardigheid, digitale vaardigheden en persoonlijke voorkeuren voor toon en vorm. Een deelnemer met beperkte leesvaardigheid kan de voorkeur geven aan visuele ondersteuning en eenvoudige taal, terwijl anderen juist verdieping zoeken en achtergrondinformatie.

Bij het opstellen van communicatie is het van belang rekening te houden met gebeurtenissen uit het verleden, zoals eerdere veranderingen in de pensioenregeling of aanpassingen in het pensioen. Deze ervaringen bepalen hoe ontvankelijk deelnemers zijn voor nieuwe boodschappen.

Zie voorbeeld 13: Gelaagd communiceren bij Stipp



Aanpassingen kunnen plaatsvinden op meerdere elementen:

- vorm (tekstueel, cijfermatig, grafisch, etc.)
- kanaal (schriftelijk, digitaal, persoonlijk, etc.)
- toon (denk aan laagdrempelig of verdiepend, formeel of informeel)
- structuur (kort en puntig of bijvoorbeeld meer verhalend)
- interactie (gericht op uitleggen en/of dialoog)

De aanpak die een pensioenfonds kiest, en de wijze waarop het de communicatie afstemt op de deelnemer, hangt af van verschillende factoren. Uiteraard met de kenmerken en voorkeuren van de verschillende groepen deelnemers, maar ook met de middelen en kanalen die al beschikbaar zijn, mogelijkheden op uitvoeringstechnisch vlak en het budget dat beschikbaar is.

We geven hierna drie uiteenlopende voorbeelden van een mogelijke aanpak:

1. Een pensioenfonds dat tot de top 5 grootste pensioenfonds behoord in Nederland,
2. Een klein pensioenfonds
3. Een pensioenfonds dat nadrukkelijk rekening houdt laaggeletterden.

Een top 5 pensioenfonds: Bouwen aan een duurzame relatie

Bij bpfBOUW nemen veel deelnemers contact op met de werkgever als zij vragen hebben over pensioen. Een aanzienlijk deel van de oudere deelnemers gaat, of wil, vóór de AOW-leeftijd met pensioen. Het pensioen van bpfBOUW is een belangrijke bron van inkomsten. bpfBOUW wil een pensioengids zijn waarop je kunt bouwen. Met communicatie wil bpfBOUW o.a. duidelijkheid, inzicht en houvast te bieden, zodat iedereen tijdig inzicht heeft in het antwoord op de vraag 'Wat heb ik en wat krijg ik?' en weet wat te doen bij belangrijke live events.

BpfBOUW wil een duurzame relatie opbouwen met deelnemers en werkgevers, door voldoende en zo persoonlijk mogelijke communicatie. De focus ligt op digitale kanalen en middelen, omdat deze het mogelijk maken om laagdrempelig en relevant contact te hebben met de verschillende doelgroepen.

Deelnemers:

- Tijdens de transitie wordt de relevante procescommunicatie, nieuwsbrieven en de website verrijkt met informatie over de vernieuwde regeling.
- Het fonds zet animaties, video's en een quiz in om de informatie zo toegankelijk mogelijk te maken. De website kent ook een deel dat alleen toegankelijk is met een login: MijnBouwpensioen. Hier kunnen deelnemers hun persoonlijke situatie inzien. En wijzigingen digitaal doorgeven.
- Drie keer per jaar maakt het fonds een magazine. Het fonds maakt ook 'specials', die zowel digitaal als fysiek worden verstuurd.
- Sociale media: Veel deelnemers van bpfBOUW zijn actief op Facebook, LinkedIn en/of Instagram. Het fonds gebruikt daarom deze kanalen om actualiteiten over de vernieuwde regeling met hen te delen.
- Chatbot: Op de website van bpfBOUW kan een deelnemer een chat starten met een chatbot. Mocht beantwoording door de bot niet lukken, dan kan een deelnemer doorverbonden worden met het Klant Contact Centrum waar hij/zij persoonlijk te woord wordt gestaan.
- Klant Contact Centrum: beantwoordt tijdens kantooruren telefonisch en per mail vragen van deelnemers.
- MijnBouwpensioen: toont het persoonlijke pensioen. Deze laat de (verwachte) bedragen in de oude en nieuwe pensioenregeling zien, met een toelichting.

Werkgever:

- Voor de werkgevers heeft het fonds een toolkit, een HR Checklist en voorbeeldteksten om werknemers te informeren, zodat werkgevers deze in hun organisatie kunnen inzetten.
- BpfBOUW biedt via werkgevers groepspresentaties aan over pensioen in het algemeen en de overstap op de vernieuwde regeling in het bijzonder. Deze bijeenkomsten worden zowel online als fysiek georganiseerd.
- Ook tijdens de overgangsperiode kunnen deelnemers die (bijna) met pensioen gaan een afspraak maken voor een persoonlijk gesprek met een pensioenvoorlichter.
- Er worden kennissessies georganiseerd voor werkgevers, vakbonden, administratiekantoren en medewerkers die (bijna) met pensioen gaan.
- BpfBOUW publiceert meerdere keren per jaar een video-journaal voor werkgevers. Dit is een video-opname waarin actuele onderwerpen voor werkgevers worden besproken.
- Als werkgevers inhoudelijke vragen hebben over de overgang naar de vernieuwde regeling, kunnen zij contact opnemen met de Werkgeversdesk of hun relatiemanager.
- Als werkgevers praktische vragen hebben over het regelen van de pensioenadministratie, bellen ze naar de Werkgeversdesk. Wijzigingen kunnen ze ook zelf doorgeven via het Selfservice Werkgevers portaal.
- Relatiemanagers fungeren als persoonlijk aanspreekpunt voor werkgevers.

Klik [hier](#) als u meer wil weten hoe bpfBOUW communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Een kleiner pensioenfonds: efficiënt, persoonlijk en effectief

Pensioenfonds Gasunie is een kleiner ondernemingspensioenfonds met circa 5.000 deelnemers en € 2,3 miljard vermogen. De deelnemers zijn overwegend hoogopgeleid (hbo/wo) en hebben relatief hoge salarissen. Het overgrote deel van de deelnemers werkt fulltime. Bijna de helft van de actieve deelnemers is langer dan tien jaar in dienst, wat zorgt voor een sterke binding met de werkgever en het fonds.

Het fonds is letterlijk dichtbij: veel deelnemers werken in hetzelfde gebouw als waarin het bestuursbureau is gevestigd. Dit maakt het mogelijk om met relatief beperkte middelen effectieve communicatie te realiseren. Het fonds kiest bewust voor digitale communicatie als voorkeurskanaal, aangevuld met fysieke middelen waar wettelijk vereist of waar persoonlijke aandacht meerwaarde biedt.

Het bestuur wil dat deelnemers begrijpen wat er gebeurt, vertrouwen hebben in het fonds en realistische verwachtingen kunnen vormen. Het fonds wil dat de communicatie bijdraagt aan een gevoel van nabijheid en betrokkenheid.

Pensioenfonds Gasunie werkt met een nieuwsbrief en een maandelijks e-mailservice. In elke nieuwsbrief staat een interview met een bestuurslid, lid van het VO of de RvT, of juist met deelnemers zelf. Ook de website van het fonds wordt voorzien van informatie over het nieuwe pensioenstelsel. Daarnaast benut het bestaande kanalen, zoals het intranet van beide werkgevers. De jaarlijkse samenvatting van het jaarverslag (A3-formaat met duidelijke pictogrammen) wordt opgehangen bij de koffieautomaten. Het fonds werkt samen met de sociale partners en de vereniging van gepensioneerden. Het fonds heeft er ook voor gezorgd dat er een vereniging van slapers is opgericht, waarmee wordt samengewerkt.

Zo realiseren ze een communicatieaanpak die efficiënt, persoonlijk en effectief is. Het fonds organiseert bijeenkomsten en vragenuren. Dit doen ze op verschillende locaties in het land en online. Voor vragen over het nieuwe pensioen hebben ze een apart e-mailadres aangemaakt dat door het bestuursbureau wordt beheerd, zodat het fonds goed zicht heeft op vragen die deelnemers stellen en daar in de communicatie op kunnen inspelen.

Ook organiseert het pensioenfonds regelmatig workshops over pensioen. Deelnemers krijgen tijdens zo'n workshop meer informatie over pensioen in het algemeen, over het nieuwe pensioenstelsel en kunnen dan oefenen met de pensioenplanner. In het najaar van 2025 heeft het fonds bovendien een aparte brochure – een bewaarexemplaar – opgesteld, waarin het nieuwe pensioenstelsel op een begrijpelijke manier wordt toegelicht. Pensioenfonds Gasunie onderzoekt momenteel de inzet van aanvullende interactieve middelen, zoals een online pensioenquiz, om het pensioenbewustzijn verder te vergroten.

Voorbeelden:

- [Wtp-magazine november 2025](#)
- [Landingspagina nieuw pensioen](#)
- [Nieuwsbrief gepensioneerden juni 2025](#)

Een pensioenfonds dat speciale aandacht heeft voor laaggeletterden

Een van de kernwaarden van BPL Pensioen, het pensioenfonds voor de agrarische en groene sectoren, is 'toegankelijk'. Alles draait om de deelnemers. Het krijgen van inzicht in je pensioen moet voor iedereen laagdrempelig toegankelijk zijn. Dus ook voor laaggeletterden. Het pensioenfonds vertelt over de lessen die het geleerd heeft:

[Artikel over aanpak BPL Pensioen](#)

Klik [hier](#) als u wil weten hoe BPL Pensioen communiceert over de overstap op de nieuwe regeling. In 2026 staat een vervolgonderzoek gepland, waarbij specifiek naar de transitiecommunicatie gekeken wordt.

4. Dialoog met deelnemers in het tweede halfjaar van 2025

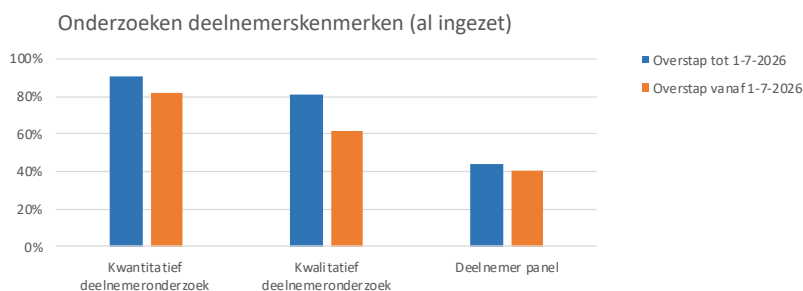
Bijna alle pensioenfondsen vormen zich op enigerlei wijze een beeld van de kennis, de houding en overtuigingen en het gedrag van hun deelnemers.

Bij veel pensioenfondsen maakt het stellen van doelen, het meten van de resultaten en het verwerken van de inzichten uit onderzoek al deel uit van de normale cyclus die doorlopen wordt voor de deelnemerscommunicatie. De AFM ziet erop toe dat pensioenfondsen actief toetsen in hoeverre de communicatie doelen behaald worden en wat het fonds doet met de inzichten uit onderzoek.

Pensioenfondsen zetten de volgende instrumenten in om in dialoog te zijn met hun deelnemers en een goed beeld te hebben van wat er leeft:

4.1 Onderzoeken deelnemerskenmerken

Het merendeel van de pensioenfondsen onderzoekt kenmerken en voorkeuren van hun deelnemers via kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Daarnaast werkt een grote groep met deelnemerspanels om in beeld te krijgen wat er leeft.



a. Kwantitatief onderzoek (verkrijgen van cijfermatig inzicht)

91% van de eerste groep heeft de afgelopen tijd kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Dit geldt voor 82% van de latere groep.

Verschillende pensioenfondsen nemen open vragen op in vragenlijsten, waardoor zij ook een beeld kunnen vormen van spontane reacties en zaken waar niet actief naar gevraagd wordt. Verder zijn open vragen een goed middel om dieper inzicht te krijgen in overtuigingen, emoties en eventuele misverstanden.

b. Kwalitatief onderzoek

81% van de eerste groep pensioenfondsen heeft via kwalitatief onderzoek niet-cijfermatige inzichten verzameld bij hun deelnemers. Dit geldt voor 62% van de latere groep.

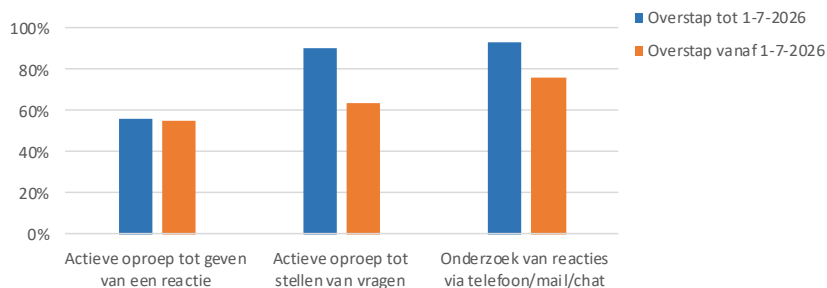
c. Een deelnemerspanel

42% van de pensioenfondsen werkt op dit moment al met een deelnemerspanel, dat wil zeggen een (vaste) groep mensen die het pensioenfonds periodiek bevrage of laat toetsen. Die verhouding is ongeveer gelijk voor de eerste en latere groep.

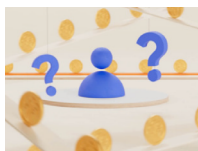
4.2 Onderzoeken reacties deelnemers bij het fonds

Bijna alle pensioenfondsen in de eerste groep roepen op tot het stellen van vragen en onderzoeken reacties van deelnemers die via de telefoon, mail of chat binnenkomen. Dit geldt ook voor het merendeel van de latere pensioenfondsen. Daarnaast onderzoekt ruim de helft van de pensioenfondsen de reacties van deelnemers op een actieve oproep via een brief of andere uiting.

Onderzoeken reacties deelnemers bij het fonds
(al ingezet)



Zie voorbeeld 14: Quiz en peiling bij Pensioenfonds ING

**a. Actieve oproep tot het geven van een reactie (bijv. via een brief of een andere uiting)***

55% van de pensioenfondsen heeft in één of meerdere uitingen actief opgeroepen een reactie te geven op de plannen voor overgang op een nieuwe regeling.

b. Actieve oproep tot het stellen van vragen (bijvoorbeeld via een brief of een andere uiting)

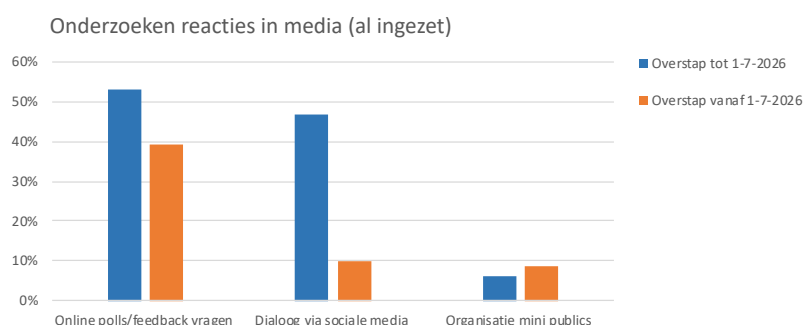
91% van de eerste groep pensioenfondsen heeft in één of meerdere uitingen actief opgeroepen eventuele vragen over de nieuwe pensioenregeling te stellen. Vaak doen pensioenfondsen dit met de tekst 'Heeft u vragen, stel ze gerust. Wij staan voor u klaar'. Of 'daar zijn we voor'. Het doel is het stellen van vragen zo laagdrempelig mogelijk te maken. Dit geldt voor 63% van de latere groep.

c. Inventarisatie van reacties en signalen via de telefoon/e-mail/chat

De meeste pensioenfondsen houden signalen bij die telefonisch of via e-mail/chat binnenkomen: dit geldt voor 94% van de eerste groep pensioenfondsen en 76% van de latere groep. Zie hoofdstuk 6 voor een beeld van het aantal en type vragen dat tot dusverre is binnengekomen bij pensioenfondsen.

4.3 Onderzoeken van reacties in media

Veel pensioenfondsen onderzoeken reacties op internet, bijvoorbeeld via online polls of feedbackvragen. Daarnaast voeren sommige pensioenfondsen dialoog via social media of organiseren mini publics.

**a. Online polls/online feedback vragen**

53% van de eerste groep pensioenfondsen werkt aan een dialoog door middel van online polls (het uitzetten van korte vragen via internet, bijvoorbeeld bij het bezoeken van bepaalde pagina's of tijdens een bijeenkomst) of vragen online om feedback. Dit geldt voor 39% van de latere pensioenfondsen.

b. Dialoog via sociale media

47% van de eerste groep pensioenfondsen heeft contact met hun deelnemers via sociale media. Dit geldt voor 10% van de latere groep.

Veel pensioenfondsen ervaren dat dialoog via sociale media complex is, omdat 'pensioen' meestal niet spontaan binnen de interessesfeer van de gebruikers van sociale media valt. De pensioenfondsen die dit middel inzetten, hebben capaciteit vrijgemaakt voor het opstellen en plaatsen van de berichten en het en modereren van de reacties.

c. Organisatie van mini publics

8% van de pensioenfondsen geeft aan dat zij met 'mini publics' werken. Dit zijn open discussies met een representatieve groep deelnemers of gepensioneerden, waarbij de groep aanbevelingen kan doen of conclusies kan trekken. Nog eens 11% van de pensioenfondsen wil dit gaan doen.

5. Dialoog met hoorrechtverenigingen

Veel pensioenfondsen houden na afloop van de formele hoorrechtprocedure (voor het transitieplan) vrijwillig goed contact met verenigingen van gepensioneerden en/of gewezen deelnemers. Deze rechtstreekse contacten helpen pensioenfondsen dan vaak weer bij de voorbereidingen op de nieuwe regeling en de communicatie hierover. Uit de uitvraag blijkt dat deze pensioenfondsen door deze contacten vaak een duidelijker beeld krijgen wat er leeft bij deze deelnemersgroepen en hier dan ook beter op in konden spelen bij de verenigingen en in de communicatie.

5.1 Hoorrechtprocedure

Het hoorrecht is een belangrijk onderdeel van de transitie naar een van de nieuwe pensioenregelingen. Het hoorrecht houdt in dat sociale partners bij het opstellen van de transitieplannen verplicht zijn om de pensioengerechtigden en de gewezen deelnemers te informeren over de voorgenomen wijzigingen. Ook moeten zij verenigingen van deelnemers, gepensioneerden en andere belanghebbenden de gelegenheid geven om standpunten en eventuele bezwaren kenbaar te maken. Zo kunnen ook deze groepen (die niet altijd vertegenwoordigd zijn via de sociale partners) inbreng hebben bij de besluitvorming rond het transitieplan voor de overstap op een nieuwe premieregeling. Het hoorrecht is niet bedoeld voor individuele reacties of bezwaren: Alleen verenigingen van (gewezen) deelnemers of pensioengerechtigden kunnen gebruik maken van het hoorrecht.

Inmiddels hebben alle pensioenfondsen een transitieplan ontvangen van de betrokken sociale partners en hebben hoorrechtverenigingen de mogelijkheid gehad om sociale partners (voor vaststelling) een reactie te geven op het transitieplan.

5.2 Dialoog via het hoorrecht

Vaak ondersteunen pensioenfondsen sociale partners bij het informeren over het hoorrecht. Ongeveer de helft van de pensioenfondsen heeft ook na de formele route, rechtstreeks contact gehouden/gehad met één of meer hoorrechtverenigingen voor gewezen deelnemers en/of gepensioneerden. Hiervoor is weinig verschil tussen de eerste en latere groep (respectievelijk 56% en 51%).

Zij geven de onderstaande toelichtingen op deze dialoog. Hieruit blijkt dat deze pensioenfondsen door deze extra dialoog met de hoorrechtverenigingen over het algemeen een beter beeld hebben gekregen van de vragen en ideeën die leven bij deze deelnemersgroepen en hen meer gericht konden adresseren in de communicatie, soms via de hoorrechtvereniging. Sommige fondsen noemen dat het contact niet leidde tot aanpassingen in de regeling, maar wel tot meer begrip over en weer, betrokkenheid en draagvlak voor de veranderingen in de regeling. Hieronder enkele reacties.

Dialogoog

- “Fysieke bijeenkomsten met gepensioneerdverenigingen en jongerenbijeenkomsten (Future Talks). De inbreng wordt meegenomen in besluitvorming en het communicatiebeleid en draagt bij aan wederzijds begrip en draagvlak.”
- “Er is goed contact met de gepensioneerdvereniging VVGP en ze zijn gedurende het traject goed op de hoogte gehouden. De VVGP wordt o.a. gebruikt om communicatie uitingen van het pensioenfonds via hun website/nieuwsbrief te promoten en er is een presentatie tijdens de ALV van de VVGP geweest. Ook gepensioneerd worden van meerdere kanten geïnformeerd en opgeroepen om bij te dragen aan kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeken. Responsrate onder gepensioneerd is hoog.”
- “Meerdere fysieke kennissessies per jaar in de afgelopen jaren. Goed helder wat de aandachtspunten van pensioengerechtigden zijn.”
- “Dit heeft geresulteerd in een advies van de vereniging en een beeld bij wat er bij deze doelgroep leeft. We hebben ook oproepen om lid te worden van deze vereniging gefaciliteerd.”
- “De vereniging van gepensioneerd (VGC) heeft 2-3 maandelijks contact met het fonds zowel inhoudelijk als alles rondom communicatie. Nieuwsbrieven worden onderling afgestemd.”
- “Vooral met Verenigingen van Gepensioneerd: vooral informatief en om daarmee rechtstreeks in contract te zijn met de deelnemer.”
- “Wij hebben een bijdrage geleverd aan de Algemene Ledenvergaderingen van beide gepensioneerdverenigingen. Kans om uitleg te geven over wat er verandert en hoe gepensioneerd dat gaan merken.”
- “Er is een helder beeld van de zorgen die leven bij de gepensioneerd.”

Communicatie

- “Vragen uit de vereniging dienen mede als input voor de communicatie (Q&A's, video's).”
- “We werken samen met de verenigingen om hun achterban te bereiken. Op de website van het pensioenfonds hebben we voor beide verenigingen een pagina ingericht.”
- “Klankbord om communicatie op aan te scherpen of onderwerpen te behandelen. Bijvoorbeeld de bijeenkomsten in het land voor gepensioneerd.”
- “We hebben een WTP klankbordgroep ingericht, met deelname van de sociale partners (Bestuurder en OR), gepensioneerd, het pensioen-fondsbestuur, VO, RvT en WTP projectleider(s).”
- “Periodiek overleg met de vereniging van gepensioneerd heeft geleid tot relevante communicatie voor gepensioneerd over bijvoorbeeld de toeslagen in het zicht van de transitie.”
- “Periodiek overleg met de vereniging van gepensioneerd heeft geleid tot een uitlegvideo en een video met interview van een bestuurder over het invaarbesluit.”
- “Wij spreken op kwartaalbasis met de vereniging van gepensioneerd over onder andere het pensioenstelsel en hebben als toehoorder een ledenberaad bijgewoond om te horen welke vragen en zorgen er leven bij pensioenontvangers. Deze kwartaalgesprekken worden gedurende de gehele

transitieperiode voortgezet. Ook wordt de communicatie van de gepensioneerdvereniging nauw gevolgd om hierop in te kunnen spelen met onze eigen communicatie. Zo hebben wij op de website vragen en antwoorden opgenomen over bijvoorbeeld het nabestaandenpensioen, omdat we via de gepensioneerdvereniging het signaal kregen dat dit onderwerp erg leeft onder pensioenontvangers.”

- “Vanaf de start is de Vereniging van Gepensioneerden meegenomen in de stappen naar het nieuwe pensioen. De VVG heeft hiervoor een aparte werkgroep gevormd. De wensen van de VVG op het gebied van evenwichtigheid zijn meegenomen in het ontwerp van de regelingen. De VVG heeft een eigen position paper opgesteld over hoe zij kijken naar Wtp, evenwichtigheid en voorkeurspositie ten opzichte van het ontwerp van de regeling. Daarnaast hebben we gezamenlijk een sessie met de leden. Uitkomsten hiervan worden in de communicatie verwerkt.”
- “De vereniging is aanwezig bij bijeenkomsten die het pensioenfonds organiseert voor actieve deelnemers en gepensioneerden. De vereniging krijgt daarbij spreektijd op het podium en is aanwezig met een stand. Het pensioenfonds heeft feedback van de vereniging meegenomen in de doelgroepsamenvattingen van het transitieplan.”

6. Helpdesk en klachtenprocedure als onderdeel dialoog

De helpdesk en de klachtenprocedure zijn de ogen en oren van een pensioenfonds. Via deze kanalen ontvangen pensioenfondsen directe signalen van deelnemers over hun vragen, zorgen en uitvoering van hun regeling. Deze informatie is ook van waarde om communicatie continu te verbeteren en af te stemmen op de voorkeuren en behoefte van deelnemers, zowel qua vorm als inhoud.

De koploperfondsen en pensioenfondsen die tot 1 juli 2026 overstappen, hebben tot op het moment van de uitvraag weinig vragen binnengekregen. En de vragen gaan vooral over wat de nieuwe regeling betekent voor de deelnemers. Het inventariseren van de vragen helpt pensioenfondsen hun communicatie te verbeteren. Deze inzichten zijn ook waardevol voor de pensioenfondsen die in een later stadium overstappen op een nieuwe pensioenregeling om hun communicatie en helpdesk vorm te geven.

6.1 Signalen via helpdesk

Alle pensioenfondsen zijn telefonisch bereikbaar. In sommige gevallen wordt het telefonisch contact verzorgd door de pensioenuitvoeringsorganisatie. Daarnaast is altijd contact via e-mail mogelijk. Verder kunnen deelnemers bij veel pensioenfondsen contact opnemen via aanvullende kanalen, zoals een chat, videobellen of simpelweg door binnen te lopen. Deze verschillende kanalen komen tegemoet aan de variëteit aan voorkeuren van verschillende groepen deelnemers en dragen zo bij aan toegankelijkheid.

Tot op heden is de bereikbaarheid goed. De eerste berekeningen die pensioenfondsen aan hun deelnemers hebben verstrekt, leidden tot weinig extra telefoonverkeer. Dit betekent dat de contactcapaciteit in deze fase voldoende is.

6.2 Klachtenprocedure

Alle pensioenfondsen hebben een klachtenprocedure ingericht. Op de website moet binnen enkele klikken duidelijk zijn hoe een belanghebbende een klacht kan indienen en hoe de klachtenprocedure is ingericht. In de eerste en tweede berekening met de prognoses wordt actief verwezen naar de klachtenprocedure.

Dit toont dat pensioenfondsen openstaan voor feedback en vragen en zorgen serieus nemen. Ook eventuele klachten zijn een bron om zo nodig de klantbediening of de communicatie aan te passen.

Hoewel het aantal klachten beperkt is, is het voor pensioenfondsen belangrijk om alert te zijn op mogelijke georkestreerde klachtengolven. Deze komen vaak vroeg in het proces en kunnen een vertekend beeld geven van de situatie onder deelnemers.

6.3 Vragen van deelnemers in het tweede halfjaar van 2025

Deze paragraaf geeft een overzicht van de vragen die in de tweede helft van 2025 binnenkwamen bij pensioenfondsen. Het gaat om vragen en signalen van deelnemers, die inzicht geven in hun zorgen, informatiebehoefte en onduidelijkheden rondom de pensioentransitie.

90% van de pensioenfondsen geeft aan dat er 'geen' of 'weinig' vragen binnenkomen en 10 pensioenfondsen (van de 103) geven aan dat er 'veel' tot 'zeer veel' vragen binnenkomen. Hieronder zijn relatief meer 'eerste pensioenfondsen' (overstap tot 1-7-2026), nl. 4, maar de 2 pensioenfondsen met 'zeer veel vragen' stappen pas in 2027 over.

86 pensioenfondsen hebben aangegeven waarop de vragen die zij hebben ontvangen betrekking hebben (belangrijkste thema's). Deze thema's geven een indruk van de onderwerpen waarover deelnemers contact opnemen met het pensioenfonds.

Thema 1 Persoonlijke impact

- | | |
|---|------------|
| • Wat betekent de nieuwe pensioenregeling voor mij? | 18 fondsen |
| • Overstap en keuzes maken (welke impact) | 18 fondsen |
| • Geldt de verandering ook voor mij? (vooral gepensioneerden) | 3 fondsen |
| • Moet ik iets doen? | 2 fondsen |
| • Kan ik een vast pensioen krijgen? | 2 fondsen |
| • Kan het kapitaal opraken? | 2 fondsen |
| • Wat is de kans dat mijn pensioen omlaaggaat? | 1 fonds |
| • Fiscaal bovenmatig pensioen (bij niet halen deadline) | 1 fonds |

Thema 2 De eerste berekening

- | | |
|---|-----------|
| • Wanneer krijg ik duidelijkheid over bedragen? | 8 fondsen |
| • Hoe is de berekening gemaakt? | 4 fondsen |
| • Betekenis bedragen in eerste berekening? | 3 fondsen |
| • Wat betekent 'koopkracht'? | 1 fonds |

Thema 3 Omzetten van de opgebouwde en ingegane pensioenen

- | | |
|--|-----------|
| • Bezwaar tegen het omzetten | 8 fondsen |
| • Verdelen van het fondsvermogen | 7 fondsen |
| • Waarom niet omzetten? | 3 fondsen |
| • Waarom niet nu al omzetten? (i.v.m. hoge dekkingsgraad)? | 2 fondsen |

Thema 4 Beleid en afspraken over de pensioenregeling

• Compensatie	19 fondsen
• Partnerpensioen in de nieuwe pensioenregeling	8 fondsen
• Beleggingsbeleid in nieuwe pensioenregeling	6 fondsen
• Aanpassen van de uitkeringen	5 fondsen
• Inhaalindexaties	4 fondsen
• Spreidingstermijn	1 fonds
• Arbeidsongeschikt zijn en de gevolgen van de transitie	1 fonds

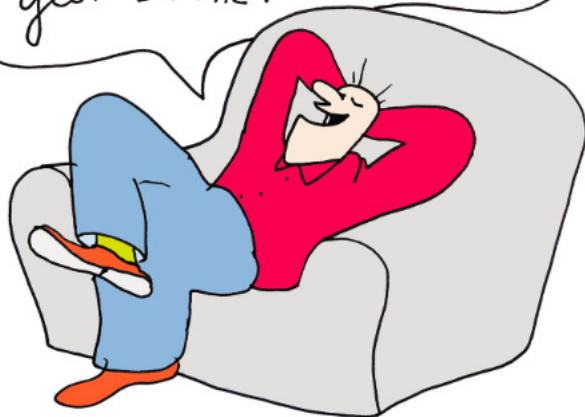
Bijlage: Voorbeelden uit de praktijk

Voorbeeld 1 – Cartoons bij Pensioenfonds Detailhandel

Pensioenfonds Detailhandel gebruikt cartoons van Kamagurka om een complex en vaak als saai ervaren onderwerp – pensioen – op een luchtige en toegankelijke manier onder de aandacht te brengen. Humor en herkenbare situaties trekken de aandacht, verlagen de drempel om informatie te lezen en zorgen voor meer betrokkenheid bij deelnemers. Deelnemers worden zo eerder getriggerd om te kijken wat de (nieuwe) pensioenregeling inhoudt. Deze cartoons worden ingezet in verschillende communicatiemiddelen van het pensioenfonds, waaronder het tijdschrift JIJ&WIJ Magazine. Dit is een lifestyle magazine over werken in de retail én pensioen. Op het online platform Jij&Wij Online (www.jijenwijonline.nl) zijn alle cartoons te vinden.

NA EEN SPETTERENDE CARRIÈRE
in de DÉTAILHANDEL...

...is een GOED PENSIOEN
geen DÉTAIL!



KAMAGURKA

Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds Detailhandel communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 2 – Infographic nieuwe regeling bij PMT

PMT maakt onder meer gebruik van onderstaande infographic om hun deelnemers te informeren over de nieuwe regeling. Op de site worden belangrijke thema's uitgebreider toegelicht, voor wie daar behoefte aan heeft. Om in de verschillende behoeften van deelnemers te voorzien is er zowel uitgebreide informatievoorziening, als een beknopt en aantrekkelijk overzicht van de belangrijke zaken.

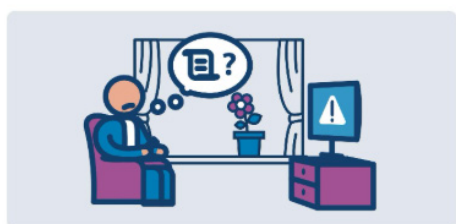


Klik [hier](#) als u wil weten hoe PMT communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 3 – Persona's bij Pensioenfonds KLM Algemeen

Pensioenfonds KLM Algemeen gebruikt 'persona's', dat wil zeggen voorbeelddeelnemers, zoals mensen die een huis willen kopen, die van baan zijn gewisseld, of die met pensioen willen voor zij AOW krijgen. Aan de hand van persona's laat Pensioenfonds KLM zien wat de verwachte gevolgen zijn van de overstap naar de nieuwe pensioenregeling.

Onderstaand het voorbeeld van een gepensioneerde die met spanning kijkt naar de veranderingen die de transitie met zich meebrengt. De nieuwe pensioenregeling wordt helder uitgelegd, waardoor de gepensioneerde deelnemer een realistisch beeld krijgt van wat hij of zij kan verwachten.



De gepensioneerde met het blauwe hart die met spanning kijkt naar wat gaat veranderen

Naam: Armand (72 jaar)

Voormalig beroep: Capacity planner

Armand ontvangt al jaren pensioen en vraagt zich af of de nieuwe regels ook voor hem gaan gelden. Hij gaat ervan uit dat KLM alles goed regelt, maar hoort ook veel slechte verhalen in de media.

- Zijn pensioenuitkering gaat over naar de nieuwe pensioenregeling. Die blijft hij, net zoals nu, ontvangen zolang hij leeft.
- In het huidige pensioenstelsel moet elk pensioenfonds een flinke financiële buffer aanhouden. Voor elke euro gereserveerd pensioen moeten we meer dan 30 cent extra buffer hebben. In het nieuwe stelsel is deze **verplichte buffer veel kleiner**. Het geld dat na verlaging van de buffer overblijft op 1 januari 2026, wordt verdeeld over de persoonlijk pensioenvermogens en pensioenuitkeringen.
- Armand kan aan de hand van de dekkingsgraad zien hoe hoog de buffer van het fonds nu is. De dekkingsgraad laat namelijk de verhouding tussen het gereserveerde pensioen en de buffer zien. Eind mei 2025 is de dekkingsgraad ongeveer 135 procent.
- Een gedeelte van de buffer gebruiken we voor het verhogen van zijn pensioenuitkering om gemiste indexaties uit het verleden te compenseren.
- Is er daarna nog vermogen over? Dan wordt dat onder andere gebruikt voor het verhogen van de bestaande pensioenuitkeringen en de persoonlijke pensioenvermogens.
- Armand zijn pensioenuitkering gaat **meebewegen met de financiële markten**. In de praktijk betekent dit dat het pensioenfonds één keer per jaar op 1 juli het resultaat van de financiële markten verwerkt in de pensioenuitkering.
- Of zijn pensioen dan omhoog- of omlaag gaat, hangt af van onder andere het **resultaat op de beleggingen en de stand van de rente**. De pensioenuitkering kan eerder omhoog als het goed gaat, maar als het slecht gaat, ook verlaagd worden.
- Het pensioen kan lager worden, bijvoorbeeld als de beleggingen in een jaar tegenvallen. Om verlagingen te beperken vormt het fonds een **gezamenlijke reserve**: de solidariteitsreserve. Deze reserve gebruiken we om onder bepaalde voorwaarden de ingegane pensioenen aan te vullen. Het doel is om zo veel mogelijk te voorkomen dat uitkeringen omlaag gaan en als dat nodig is een deel van de onvoorziene stijging van de prijzen te compenseren.
- De **pensioenkeuzes** die Armand heeft gemaakt op zijn pensioendatum blijven gelden. Hij heeft bijvoorbeeld geregeld dat zijn partner een partnerpensioen ontvangt als hij overlijdt. Dat geldt ook in de nieuwe pensioenregeling. Wel gaat het partnerpensioen, net als het ouderdomspensioen, meebewegen met de financiële markten.

Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds KLM Algemeen communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 4 – Bijeenkomsten bij Pensioenfonds Heineken

Pensioenfonds Heineken organiseert veel bijeenkomsten over pensioen en de nieuwe regeling. Daarnaast organiseert het pensioenfonds ook webinars. Je kunt al je vragen direct stellen. Dit is een mooi voorbeeld van dialoog met deelnemers als communicatiemiddel (evt. naast brieven, informatie op de website en de mogelijkheid tot telefonisch contact).



Bijeenkomsten over jouw pensioen en de nieuwe regeling

31 oktober 2025 | Blog

Het moment waarop we verwachten over te stappen op de nieuwe pensioenregeling komt steeds dichterbij. We kunnen ons voorstellen dat dit vragen oproept. Daarom organiseren we in november en december diverse (online) bijeenkomsten voor onze verschillende doelgroepen.

De webinars worden opgenomen en op deze website gepubliceerd om terug te kijken.

Alle bijeenkomsten staan op de kalender hieronder. Bezoek de bijeenkomst die bij jou past. Zo zorg je dat je goed geïnformeerd bent over jouw toekomst. Samen zorgen we voor duidelijkheid over jouw pensioen bij Heineken Pensioenfonds!

Goed om te weten: het is niet nodig om je aan te melden voor de Q&A sessies. Je kunt met je vraag gewoon bij ons binnenlopen. Als de Q&A digitaal is, kun je gewoon inbellen. Zet de link in je eigen agenda.

Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds Heineken communiceert over de overstap op de nieuwe regeling..

Voorbeeld 5 – Website nieuwe regeling bij PMA

Pensioenfonds Medewerkers Apotheken (PMA) heeft een aparte pagina op de website gewijd aan de nieuwe regeling. De pagina bevat uitgebreide informatie over de nieuwe pensioenregeling, die in een gevarieerde vorm wordt aangeboden.

Tijdslijn

In onderstaande tijdslijn geven wij de belangrijkste stappen voor u weer. De tijdslijn is nog aan verandering onderhevig maar geeft in grove lijnen weer wat de planning is met de huidige kennis. We houden de tijdslijn voor u bij zodat u weet wanneer u wat kunt verwachten.

- 1 juli 2023**
De Wet toekomst pensioenen is van kracht geworden
- 2023-2024**
Sociale partners werken de nieuwe pensioenregeling van PMA uit en beschrijven hoe ze deze in willen voeren
- 2025 - 2026 - 2027**
PMA werkt de afspraken over de nieuwe pensioenregeling uit en bereidt de overgang voor in de systemen en administratie. PMA gaat op zijn vroegst per 1 juli 2027 de overgang naar de nieuwe regeling maken.
- Voorlopige berekening**
Vlak voor de transitie ontvangt u een voorlopige berekening van uw verwachte pensioenvermogen en andere pensioenbedragen vanaf het moment van de overstap. De berekeningen zijn nog niet helemaal zeker, maar we kunnen dan wel een goede inschatting maken.
- Definitieve berekening, enkele maanden na de overstap**
U ontvangt de definitieve berekeningen van uw pensioenvermogen en andere pensioenbedragen. U kunt dat ook altijd in MijnPMA bekijken.
- 1 januari 2028**
Alle pensioenfonds zijn klaar voor de nieuwe regels voor pensioen

Waarom zijn er nieuwe regels voor pensioen?

De overheid, vakbonden en pensioenfonds vonden dat de regels voor pensioen niet meer pasten bij deze tijd. Binnen de huidige regeling bouwen jongeren naar verhouding weinig pensioen op in verhouding tot het geld dat zij inleggen. Dat levert een relatief laag pensioen op als zij na verloop van tijd voor zichzelf beginnen en weggaan bij een pensioenfonds. En pensioenfonds kunnen met de huidige regels de pensioenen minder snel verhogen.

Vragen en antwoorden over de nieuwe pensioenregeling

- Waarom krijgt PMA een nieuwe pensioenregeling?
- Wat verandert er?
- Wat blijft hetzelfde?
- Wat zijn de gevolgen van het omzetten van mijn pensioen naar een kapitaal in de nieuwe regeling?
- Wat merk ik ervan?
- Hoe zit het met compensatie?
- Wie beslist over de nieuwe pensioenregeling en de overgang naar de nieuwe regeling?

“Wat wordt anders en wat blijft hetzelfde?”

Wat wordt anders? ☒ Wat blijft hetzelfde?

Wat gaat er veranderen met de nieuwe regels voor pensioen?

- U bouwt een kapitaal op voor uw pensioen
- Naarmate u ouder wordt, beleggen we het geld minder risicovol
- Op het moment dat u met pensioen gaat wordt het kapitaal omgezet in een pensioen
- Uw pensioen gaat eerder omhoog als het economisch gezien meezit
- Uw pensioen gaat eerder omlaag als het tegenzit
- U ziet duidelijker hoeveel u en uw werkgever maandelijks in uw pensioen stoppen. En hoe snel uw pensioen eruit komt



De nieuwe regeling in een notendop

PMA ontwikkelt verschillende filmpjes met uitleg over de nieuwe pensioenregeling. Hieronder vindt u deze filmpjes:

- Filmpje: [Waarom komt er een nieuwe pensioenregeling](#)
- Filmpje: [Uitleg koopkracht](#)

7 feiten over de nieuwe pensioenregeling van PMA

PMA is ervan overtuigd dat de nieuwe pensioenregeling een verbetering is. Toch horen we dat er nog zorgen, vragen en misverstanden leven bij een deel van onze deelnemers en gepensioneerden. We zetten daarom de belangrijkste feiten kort op een rijtje.

Klik [hier](#) als u wil weten hoe PMA communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 6 – Webpagina nieuwe regeling bij SPW

Pensioenfonds voor de Woningcorporaties (SPW) legt op hun webpagina heel helder uit wat de compensatie inhoudt en wat het vernieuwde stelsel voor deelnemers met zich meebrengt.

Wat er gebeurt op 1 januari 2026

Als we overgaan op het vernieuwde pensioen

Samenvatting: Op 1 januari 2026 verwacht SPW over te stappen op de nieuwe regels voor pensioen. We berekenen dan precies hoeveel ieder pensioen in totaal waard is. Al deze bedragen zetten we over naar het vernieuwde pensioen. Het geld dat daarna over is, verdelen we verder.

Op deze pagina

1. **U hoeft niets te doen**
2. **Verdeling van het geld**
3. **Vullen van de buffer**
4. **U krijgt mogelijk compensatie**
5. **Extra aanvulling van de pensioenen**

Bekijk in de tabel hoeveel procent compensatie u maximaal krijgt



Lees hoe we uw compensatie berekenen en bekijk het voorbeeld



Hoe we uw compensatie berekenen als u arbeidsongeschikt bent



Hoe we uw compensatie berekenen als u meer verdient dan € 137.800



Uw definitieve compensatie



Hoe u de compensatie krijgt



Klik [hier](#) als u wil weten hoe SPW communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 7 – Voorbeeldberekening bij PFZW

Pensioenfonds Zorg & Welzijn (PFZW) heeft op de site een pagina gewijd aan de transitie met een complete informatievoorziening: op de pagina vindt een deelnemer verschillende balken met informatie, van tijdlijn tot voorbeeldberekeningen. Op de site zijn informatieve filmpjes over de betreffende onderwerpen te vinden.

Bij die voorbeeldberekening wordt gebruik gemaakt van voorbeeldpersonen. Aan de hand van een aantal vragen wordt de bezoeker naar de meest passende voorbeeldpersoon geleid. Deze manier van communiceren houdt rekening met de diversiteit in deelnemers. Denk aan verschillen tussen jong en oud, verschil in inkomen en werkend of arbeidsongeschikt. Deze voorbeeldberekeningen zijn in de zomer 2025 toegestuurd en op de website geplaatst. Inmiddels hebben de deelnemers een persoonlijk (voorlopig) transitieoverzicht ontvangen.



De voorbeeldberekening

In juli en augustus 2025 hebben (oud-)werknemers in zorg en welzijn en gepensioneerden een voorbeeldberekening ontvangen. Zij kregen die per post of per e-mail. De voorbeeldberekening is een berekening voor iemand in een vergelijkbare situatie als jij. Jouw bedragen zijn anders. In de berekening zag je het pensioen in de huidige en nieuwe regeling van de voorbeeldpersoon. Op deze pagina vind je je voorbeeldberekening terug.

17 voorbeeldpersonen

Voor 17 voorbeeldpersonen hebben we de voorbeeldberekening gemaakt. Ze zijn allemaal een beetje verschillend: werkend, gepensioneerd, jong, oud, arbeidsongeschikt, mensen met een partnerpensioen of mensen die vroeger in de sector werkten. Per post of per e-mail ontvang je de voorbeeldberekening die het beste bij je past.

Je kunt ook zelf op zoek. Ga dan naar de pagina [Vind de juiste voorbeeldberekening](#). Door het beantwoorden van maximaal vier vragen over jezelf, kom je bij de best passende voorbeeldpersoon uit.



Klik [hier](#) als u wil weten hoe PFZW communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 8 – Voorbeelddeelnemers bij Pensioenfonds Philips

Bij pensioenfonds Philips kunnen deelnemers die de website bezoeken via het [communicatieplan](#) op een persoon klikken die het best overeenkomt met hun situatie. Na het klikken volgt relevante informatie. Deze benadering is doelgroepgericht en maakt de informatie specifiek en behulpzamer voor deelnemers.

Informatie over uw nieuwe pensioen

Wat is uw situatie op 1 januari 2027?

Meer informatie vindt u op onze website
philippensioenfonds.nl/nieuwepensioenregels

Tamar, 29 jaar

U **bouwt pensioen op** bij ons en u bent jonger dan 40 jaar, net als Tamar.

[Lees meer](#)

Rajesh, 49 jaar

U **bouwt pensioen op** bij ons en u bent tussen 40 en 60 jaar, net als Rajesh.

[Lees meer](#)

Brigitte, 64 jaar

U **bouwt pensioen op** bij ons en u bent 60 jaar of ouder, net als Brigitte.

[Lees meer](#)

Hans, 75 jaar

U **ontvangt pensioen**, zoals ouderdomspensioen of nabestaandenspensioen, net als Hans.

[Lees meer](#)

Karin, 44 jaar

U heeft in het **verleden pensioen bij ons opgebouwd** en u bent jonger dan 55 jaar, net als Karin.

[Lees meer](#)

Frank, 56 jaar

U heeft in het **verleden pensioen bij ons opgebouwd** en u bent 55 jaar of ouder, net als Frank.

[Lees meer](#)

Verandert uw persoonlijke situatie? Neem contact met ons op

Verandert er iets in uw persoonlijke situatie rond het moment van de overgang naar de nieuwe pensioenregeling? Bijvoorbeeld: u komt net in dienst, u heeft een nieuwe relatie of uw relatie eindigt, u gaat uw pensioenleeftijd kiezen of met pensioen, uw partner is net overleden, u gaat uit dienst of u raakt arbeidsongeschikt. Neem dan contact op met onze Klantservice via 088 - 015 79 00 (geopend op werkdagen van 9.00 tot 17.00 uur) of via e-mail: info@philippensioenfonds.nl om te horen wat de nieuwe regeling voor u persoonlijk betekent.

Tamar

Tamar werkt op het hoofdkantoor van Philips in Amsterdam. Ze is 29, woont samen en denkt zelden aan pensioen; het voelt ver weg en ze heeft nog niet veel opgebouwd. Wat betekent de nieuwe regeling voor deelnemers zoals Tamar?

Wat is belangrijk om te weten?

U bent net als Tamar jonger dan 40 jaar en bouwt pensioen bij ons op.

- Een **persoonlijk pensioenvermogen**: de premie die de werkgever en Tamar elke maand inleggen, wordt rechtstreeks toegevoegd aan haar persoonlijk pensioenvermogen. Haar premie wordt niet meer deels gebruikt voor het pensioen van oudere collega's. Dat is voordelig voor Tamar, omdat zij het grootste deel van haar pensioen gaat opbouwen in de nieuwe pensioenregeling. Het pensioen wordt daardoor persoonlijker, maar ook minder solidair. Als Tamar met pensioen gaat, stellen we vast hoeveel pensioen ze krijgt uit haar persoonlijk pensioenvermogen.
- Beleggen met relatief veel risico**: het persoonlijk pensioenvermogen wordt belegd. Tot een bepaalde leeftijd nemen we relatief veel beleggingsrisico, omdat Tamar nog lange tijd te gaan heeft tot haar pensioen. Voor haar generatie betekent dit vaak een hoger verwacht pensioen dan in de huidige pensioenregeling. Met positieve uitschieters als het economisch heel erg meezit. Het is belangrijk dat Tamar zich niet rijk rekent: bij tegenvallende economische ontwikkelingen kan het pensioen fors lager uitvallen, ook lager dan in de huidige regeling. Tot pensionering zijn er voor Tamar nog geen maatregelen genomen om dalingen te voorkomen. Het is voor Tamar belangrijk om de ontwikkeling van haar pensioen te blijven volgen.
- Eigen keuzes maken**: Tamar kan zelf geen keuzes maken als het om het beleggingsbeleid gaat. Wel kan zij zelf 4% extra pensioenpremie inleggen. Ook kunnen pensioenopbouwers die een inkomen hebben dat hoger is dan € 87.500 ervoor kiezen om (tijdelijk) zelf minder premie in te leggen voor pensioen over het salaris boven dit niveau. Dat betekent een hoger inkomen nu, maar straks een lager pensioen.

Kijk voor meer informatie, ook over wat er geregeld is bij arbeidsongeschiktheid en overlijden, en specifieke vragen en antwoorden voor deelnemers jonger dan 40 jaar op: philippensioenfonds.nl/nieuwepensioenregels/tamar

Wat gaat er veranderen? Klik op het thema voor meer informatie

- Van aanspraak naar pensioenvermogen
- Beleggen pensioenvermogen
- Keuzes pensioenpremie
- Omzetten opgebouwd pensioen
- Nabestaandenspensioen
- Verhogingen in transitieperiode

Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds Philips communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 9 – Infographics per leeftijd bij Pensioenfonds Rail & Ov

Pensioenfonds Rail&OV werkt met infographics per leeftijdscategorie. De deelnemer klikt op zijn of haar leeftijdscategorie, waarna een pagina met een infographic getoond wordt, die uitlegt wat de nieuwe regeling betekent voor deze doelgroep. Een mooi voorbeeld van het inspelen op de verschillende doelgroepen van een pensioenfonds.

Tijdljn tot 55 jaar



Tijdljn vanaf 55 jaar



Tijdljn gepensioneerd



Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds Rail & Ov communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 10 – TextBuddy bij Pensioenfonds Schoonmaak

Pensioenfonds Schoonmaak gaat TextBuddy gebruiken om anderstalige en laaggeletterde deelnemers te ondersteunen. Met deze tool kunnen deelnemers teksten vertalen in 20 verschillende talen. Daarnaast kan de tool tekst versimpelen en voorlezen, wat de drempel om informatie op te nemen verlaagt. Pensioenfonds Schoonmaak kan op deze manier een veel grotere groep deelnemers voorzien van begrijpelijke informatie over hun pensioen. TextBuddy heeft de Pensioenwegwijzer 2025 gewonnen tijdens de Pensioen3daagse.

Hoe TextBuddy drempels verlaagt voor anderstalige deelnemers — juist tijdens de transitie

De overgang naar het nieuwe pensioenstelsel brengt voor miljoenen deelnemers veel vragen en onzekerheden met zich mee. Voor pensioenfondsen betekent dat: communiceren. En wel op een manier die iedereen begrijpt — ook deelnemers die moeite hebben met complexe teksten, of Nederlands niet als moedertaal spreken.

Dat is precies waar TextBuddy bij helpt: een slimme tool die ingewikkelde pensioenteksten omzet in begrijpelijke taal, en bovendien vertaalt naar 20 talen.

Wat doet TextBuddy?

TextBuddy heeft twee krachtige functionaliteiten:

Versimpelen: De tool analyseert bestaande communicatie-uitingen en herschrijft ze automatisch naar eenvoudige, begrijpelijke taal in heldere blokken— zonder afbreuk te doen aan de inhoud.

Vertalen: TextBuddy vertaalt zowel de originele als de versimpelde tekst naar meer dan 20 talen, zodat ook anderstalige deelnemers precies begrijpen wat er speelt.

Daarnaast is TextBuddy ontwikkeld in lijn met toegankelijkheidseisen en biedt het via 'tekst-naar-spraak' de mogelijkheid om teksten voor te lezen. Ook bevat TextBuddy in iedere taal een woordenboek om moeilijke pensioentermen uit te leggen.

Hiermee biedt TextBuddy een tool voor pensioenfondsen die helpt om naast de formele communicatie laagdrempelig én inclusief te communiceren — en dat in een periode waarin heldere uitleg cruciaal is.



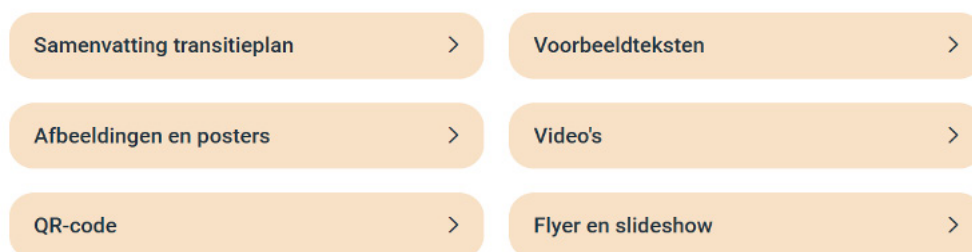
Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds Schoonmaak communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 11 – Toolkit voor werkgevers bij Oak Pensioenfonds

De toolkit van Oak Pensioenfonds is ontwikkeld om werkgevers actief te ondersteunen bij het informeren van hun werknemers over de nieuwe pensioenregels. Oak Pensioenfonds doet dit zelf natuurlijk ook, maar wil werkgevers op deze manier stimuleren hieraan bij te dragen. De toolkit bevat praktische communicatiemiddelen die eenvoudig binnen het bedrijf ingezet kunnen worden zoals de flyer hieronder. De toolkit maakt het voor werkgevers makkelijker om duidelijke en consistente informatie te delen over pensioen en de betrokkenheid van werknemers te vergroten.

Zo gebruik je de toolkit

In de toolkit vind je teksten, foto's, video's, een flyer en een QR-code. Die kun je binnen je eigen bedrijf gebruiken. Denk aan een nieuwsbrief, intranet, beeldschermen op locatie of jullie personeelsmagazine. Zo neem je jouw werknemers stap voor stap mee naar de nieuwe regels voor pensioen. We vullen de toolkit steeds verder aan.



Dit verandert

De belangrijkste veranderingen op een rij:



Dit blijft hetzelfde

Niet alles verandert. De sterke punten uit het pensioenstelsel van nu blijven bestaan.

Deze punten zijn:

- Je blijft pensioen opbouwen via je werkgever.
- Je ontvangt pensioen zolang je leeft.
- Naast pensioen krijg je later nog steeds AOW van de overheid.

Meer weten over je nieuwe pensioenregeling?

Ga dan naar www.oakpensioenfonds.nl/nieuw-pensioenstelsel



Klik [hier](#) als u wil weten hoe Oak Pensioenfonds communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 12 – Video's en narrowcasting bij PME

Pensioenfonds PME heeft in de [toolkit](#) voor werkgevers meerdere video's en 'digitale posters' (narrow casting) op de website geplaatst. Deze kunnen werkgevers gebruiken om hun werknemers te informeren over de veranderingen in de pensioenregeling. De video's zijn visueel aantrekkelijk en deelnemers kunnen luisteren en kijken. Die combinatie zorgt ervoor dat veel mensen de informatie sneller oppakken.

Video's (Nederlandse ondertiteling)

Nieuwe regels voor pensioen	+
Zekerheid voor je partner	+
Drie zekerheden voor je pensioen	+
Zo stappen we over	+
Zo ontwikkelt je pensioen zich straks	+



Materiaal voor narrowcasting



Klik [hier](#) als u wil weten hoe PME communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 13 – Gelaagd communiceren bij Pensioenfonds StIPP

Pensioenfonds StIPP maakt gebruik van een simpele en overzichtelijke infographic over de nieuwe pensioenregeling, van waaruit doorgeklikt kan worden voor meer gedetailleerde informatie. Dit is een uitstekend voorbeeld van gelaagd communiceren: in 'laag 1' staat alles duidelijk op een rijtje, met een zeer beknopte uitleg.



Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds StIPP communiceert over de overstap op de nieuwe regeling.

Voorbeeld 14 – Quiz en peiling bij Pensioenfonds ING

Pensioenfonds ING heeft op hun website een quiz en peiling ineen staan. Deelnemers kunnen hun kennis testen, en het pensioenfonds kan de uitslag gebruiken om gericht te communiceren aan hun deelnemers. Een mooi voorbeeld van dialoog.

Uitslag poll nieuw pensioenstelsel

Hoe is het gesteld met uw kennis over de Wet toekomst pensioenen?

Onlangs hebben we u via onze website een aantal stellingen voorgelegd over uw kennis rondom het nieuwe pensioenstelsel. De poll werd ruim 2.360 keer ingevuld, waarvoor dank. De uitslag gebruiken we om onze communicatie verder te verbeteren.



Test hier uw kennis rondom het nieuwe pensioenstelsel

Vink aan wat van toepassing is

☐ Ik ben al met pensioen

☐ Ik ben nog niet met pensioen

In het nieuwe pensioenstelsel bewegen het ouderdomspensioen en partnerpensioen mee met de economie, en worden ze eens per jaar vastgesteld.

☐ Waar

☐ Niet waar

Het is nog niet 100% zeker dat Pensioenfonds ING overgaat naar het nieuwe stelsel.

☐ Waar

☐ Niet waar

Of het pensioenvermogen van Pensioenfonds ING evenwichtig wordt verdeeld wordt alleen getoetst door De Nederlandsche Bank.

☐ Waar

☐ Niet waar

Zodra het Bestuur van Pensioenfonds ING een definitief besluit heeft genomen om over te gaan naar het nieuwe stelsel, ontvang ik direct een prognose van mijn persoonlijke pensioenvermogen.

☐ Waar

☐ Niet waar

In het geval van overlijden komt, ook in het nieuwe pensioenstelsel, uw pensioenvermogen te vervallen aan het Fonds.

☐ Waar

☐ Niet waar

Verzenden



Klik [hier](#) als u wil weten hoe Pensioenfonds ING communiceert over de overstap op de nieuwe regeling..