

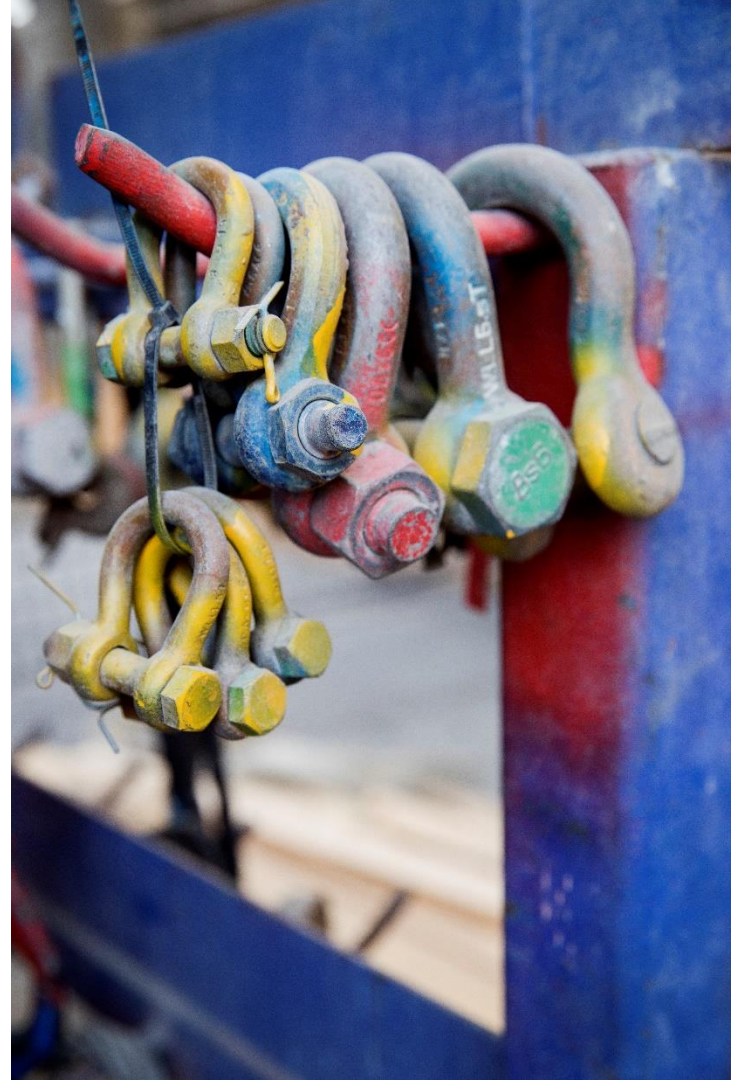


Stichting Bedrijfstakpensioenfonds  
voor de Betonproductenindustrie

# Resultaten deelnemersonderzoek 2020

## Stichting Bedrijfstakpensioenfonds voor de Betonproductenindustrie

April 2021



# Inhoud

1

## Doel en aanleiding van het onderzoek

2

### Resultaten:

1. Respons
2. Pensioenkennis
3. Communicatie en communicatiemiddelen
4. Pensioenbeleving en interesse

3

1. Samenvatting en conclusies
2. Aanbevelingen en overwegingen



# 1. Doel en aanleiding van het deelnemersonderzoek

## Communicatie en pensioenbewustzijn:

Het pensioenfonds is verplicht om deelnemers op een begrijpelijke manier te informeren over hun pensioen, de pensioenresultaten en over (aanstaande) pensioenontwikkelingen. Bpf Beton voldoet aan de verplichtingen die de wetgever hiervoor heeft opgesteld, maar pakt haar rol breder op. Dit onderzoek is een toets naar:

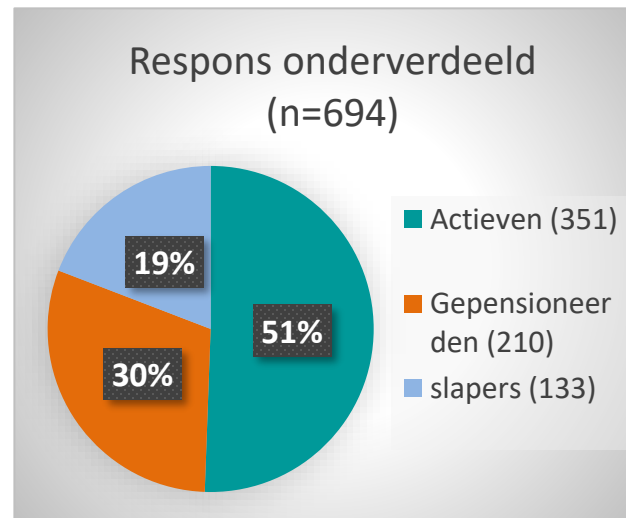
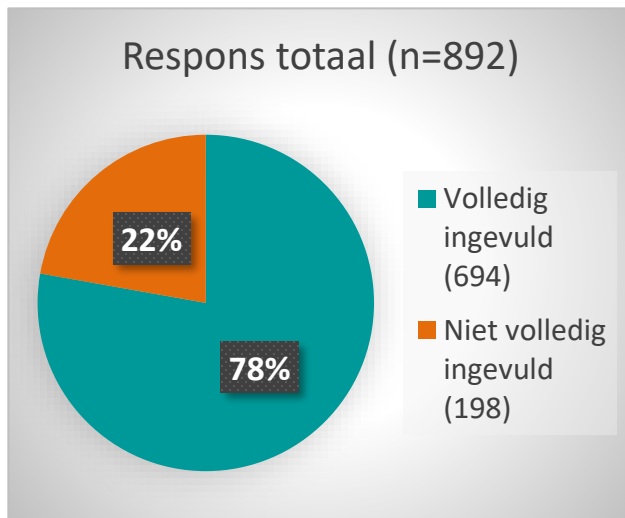
1. De effectiviteit en begrijpelijkheid van de wettelijke en aanvullende communicatie, door onder andere vragen te stellen over:
  - De inhoud van de informatie (begrijpelijkheid en tevredenheid)
  - De toegankelijkheid en het gebruik van de communicatiemiddelen (bronnen en tevredenheid)
2. Dit deelnemersonderzoek toetst ook de huidige pensioen kennis en pensioenbeleving/-interesse. Onder andere door het stellen van vragen over de inhoud van pensioenen en te vragen naar hoe belangrijk deelnemers hun pensioen vinden.

## Doel:

De uitkomsten ondersteunen Bpf Beton bij het verder optimaliseren van de communicatie (inhoud en begrijpelijkheid), de keuze van de boodschappen en communicatiemiddelen aan de deelnemers.

De respons is goed (bruto 16,8%\*). De respons onder de actieven is het hoogst (51%). Van de gepensioneerden reageerden 30%. Ook slapers waren zeer actief met 19% deelname aan het onderzoek.

- \* Respondenten zijn via diverse kanalen (ook niet meetbare) uitgenodigd om de enquête anoniem in te vullen. Een respons o.b.v. het totaal aantal aangeschrevenen is daarom niet te meten.
- \* De respons op de uitnodiging per e-mail (meetbaar) laat zien dat er 3.740 genodigden zijn en 630 unieke reacties = 16,8%



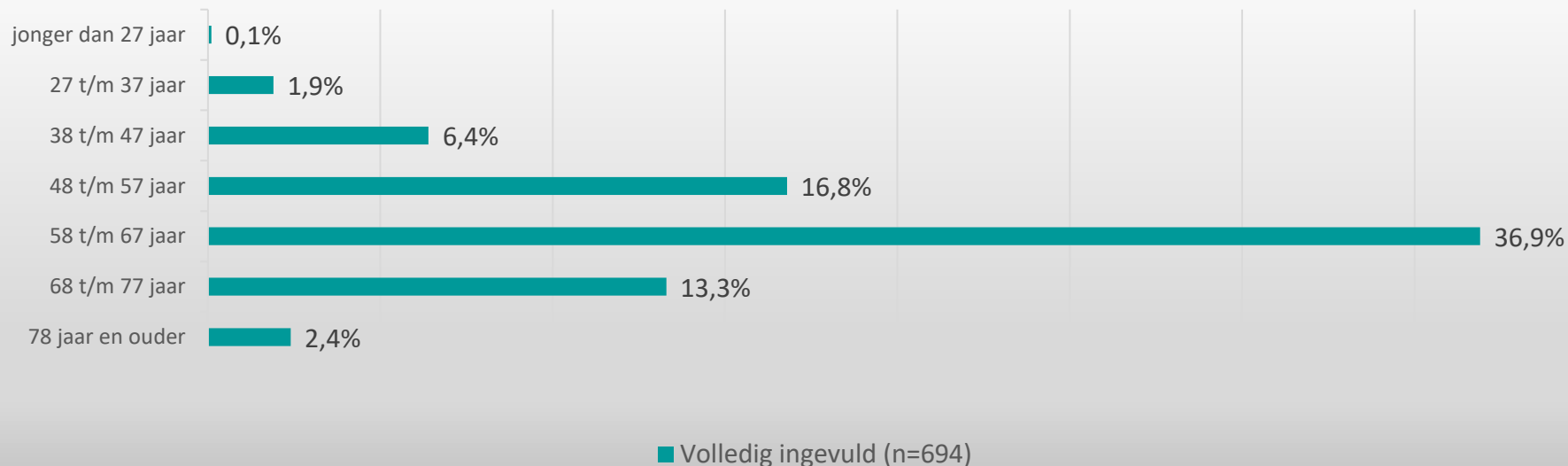
### Gepensioneerden:

- 196 OP
- 8 NP
- 6 bijz.NP

## 2.1 Respons

De leeftijdsgroep 58 t/m 67 heeft het vaakst de enquête ingevuld. Concluderend uit onderstaand overzicht per leeftijd, kunnen we aannemen dat de interesse in pensioen toeneemt naarmate men dichterbij de pensioenleeftijd komt (50+). Dit blijkt ook uit vele andere marktonderzoeken.

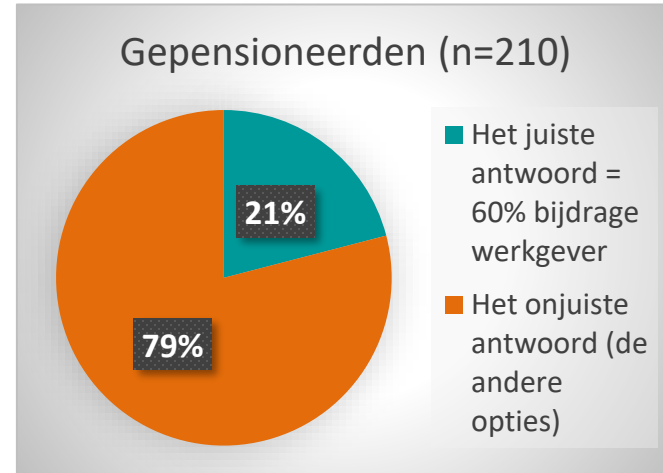
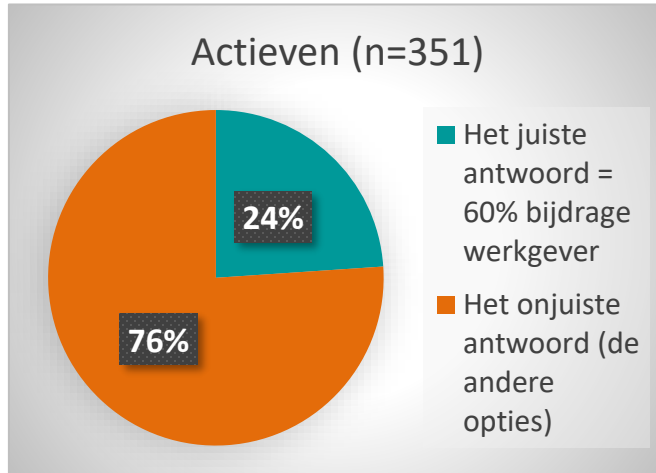
### Leeftijdsverdeling onderzoek



## 2.2 Pensioen kennis: stelling 1

### Stelling 1:

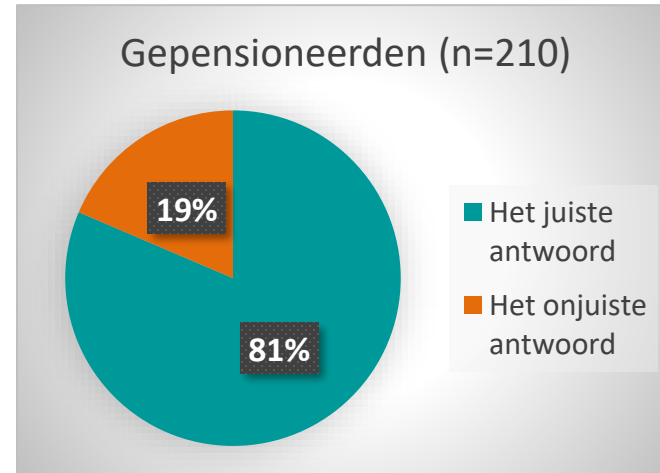
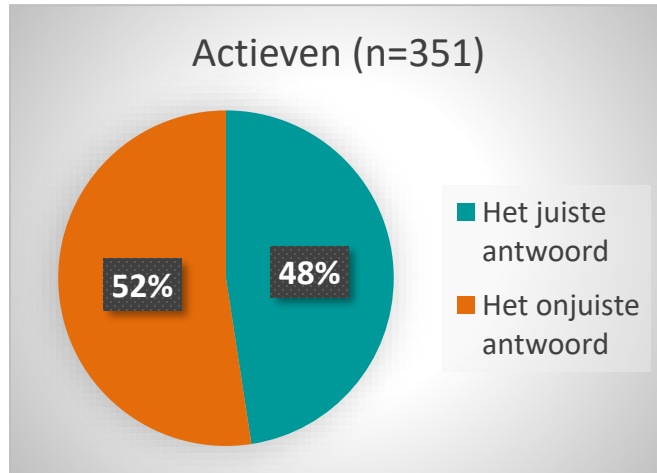
- **Actieven:** U betaalt via uw salaris een deel van de inleg van uw pensioen. Daarnaast betaalt uw werkgever een deel mee. Hoe groot schat u het aandeel van uw werkgever?
- **Gepensioneerden:** Een deel van uw pensioenpremie werd ingehouden op uw salaris. Daarnaast betaalde uw werkgever een percentage mee. Hoe groot schat u het aandeel van uw werkgever?



## 2.2 Pensioen kennis: stelling 2

Stelling 2:

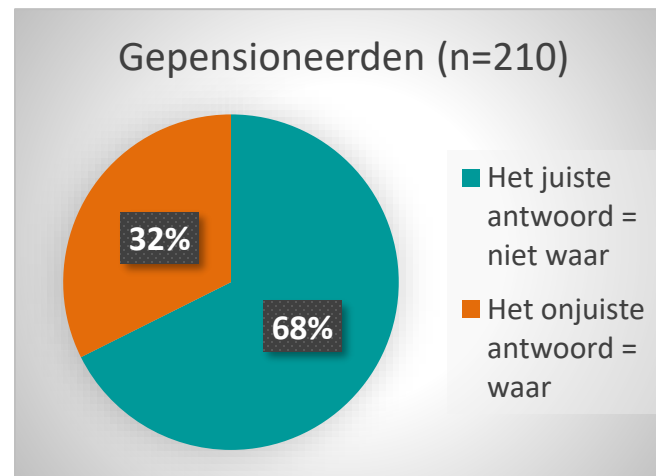
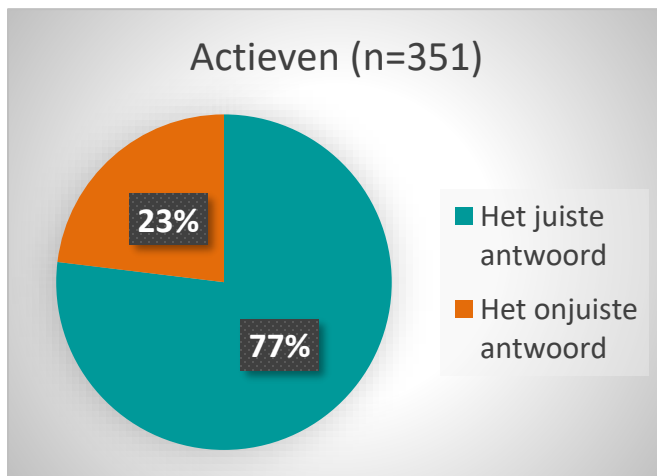
- **Actieven:** Waar of niet waar?: De pensioenpremie die ik nu betaal, wordt nu gebruikt om pensioenen uit te keren.
- **Gepensioneerden:** Waar of niet waar?: De pensioenpremies die werkenden nu betalen, worden direct gebruikt om pensioenen uit te keren.



## 2.2 Pensioen kennis: stelling 3

Stelling 3:

- **Actieven:** Waar of niet waar?: De pensioenpremie die ik en mijn werkgever betalen, wordt apart gezet in mijn eigen pensioenpotje.
- **Gepensioneerden:** Waar of niet waar?: De pensioenuitkering die ik nu ontvang, komt uit mijn eigen pensioenpot.

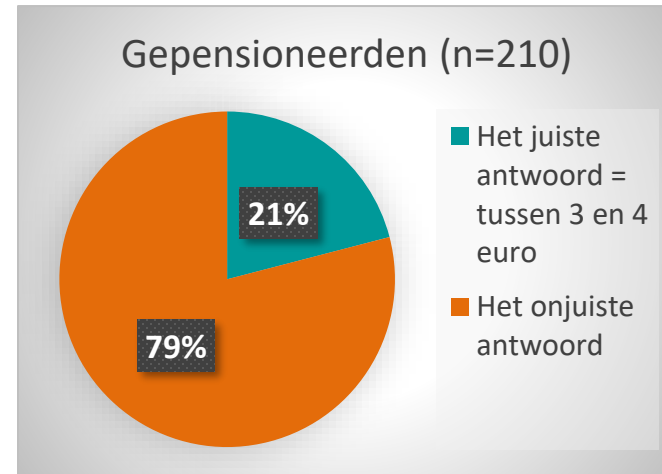
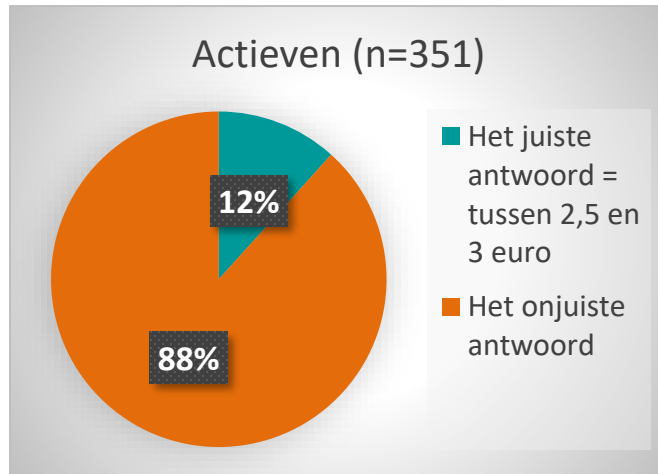




## 2.2 Pensioen kennis: stelling 4

Stelling 4:

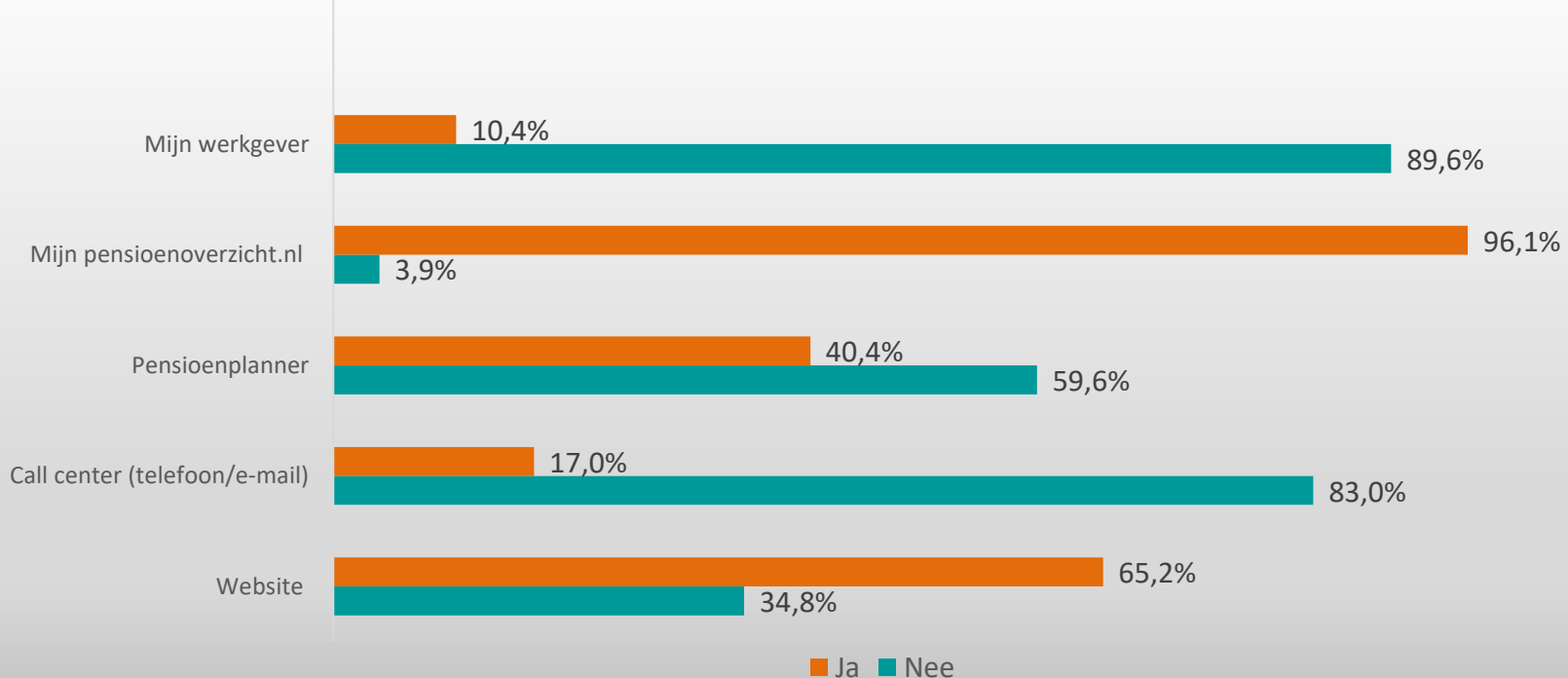
- **Actieven:** Wat levert het door u en uw werkgever ingelegde pensioengeld gemiddeld op (als u blijft werken tot uw AOW en zo oud wordt als de gemiddelde Nederlander)?
- **Gepensioneerden:** Wat levert uw pensioeninleg gemiddeld op (als u op uw AOW-leeftijd uw pensioen liet ingaan en u wordt zo oud als de gemiddelde Nederlander)?



## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen

230 respondenten hebben aangegeven zelf contact opgenomen te hebben met Bpf Beton en/of zelf informatie te hebben gezocht. Relevante reacties op de open vraag vindt u in sheet 13.

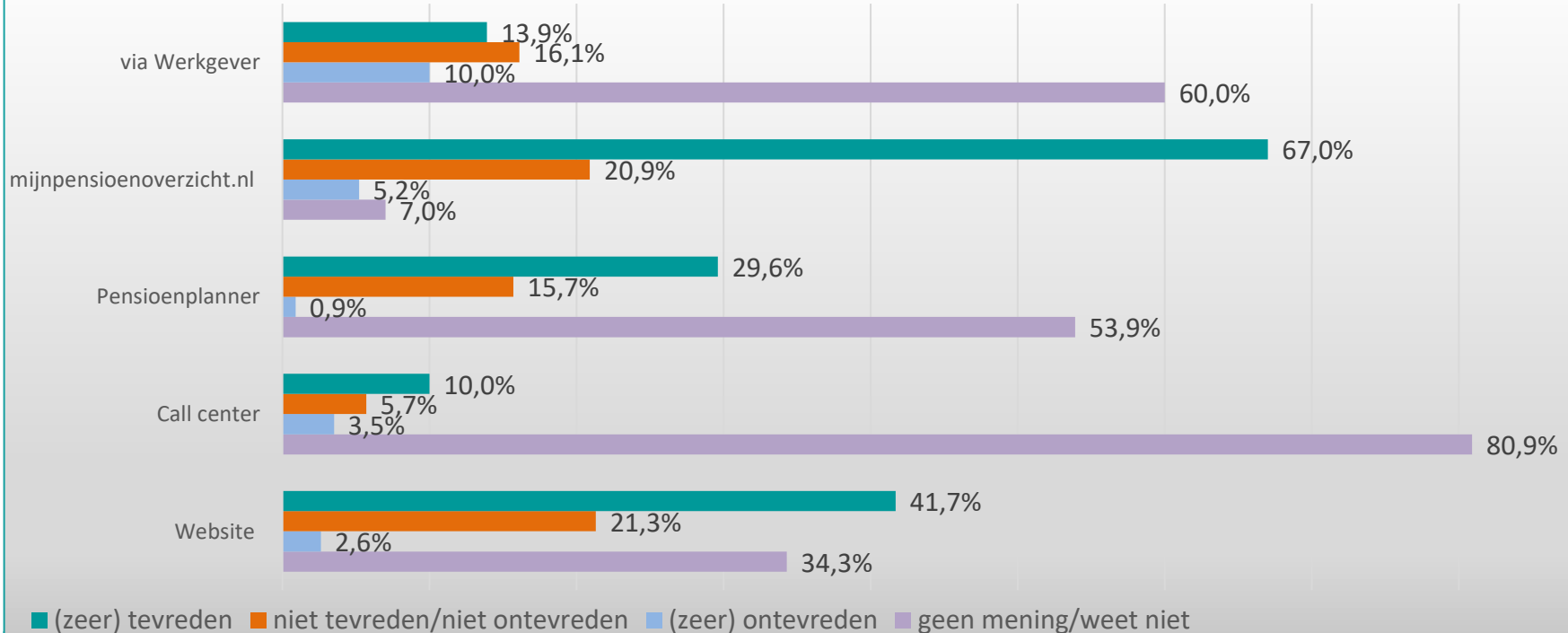
Meest gebruikte communicatiemiddelen (n=230)



## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen

230 respondenten hebben aangegeven zelf contact opgenomen te hebben met Bpf Beton en/of zelf informatie te hebben gezocht. Relevante reacties op de open vraag vindt u in sheet 13.

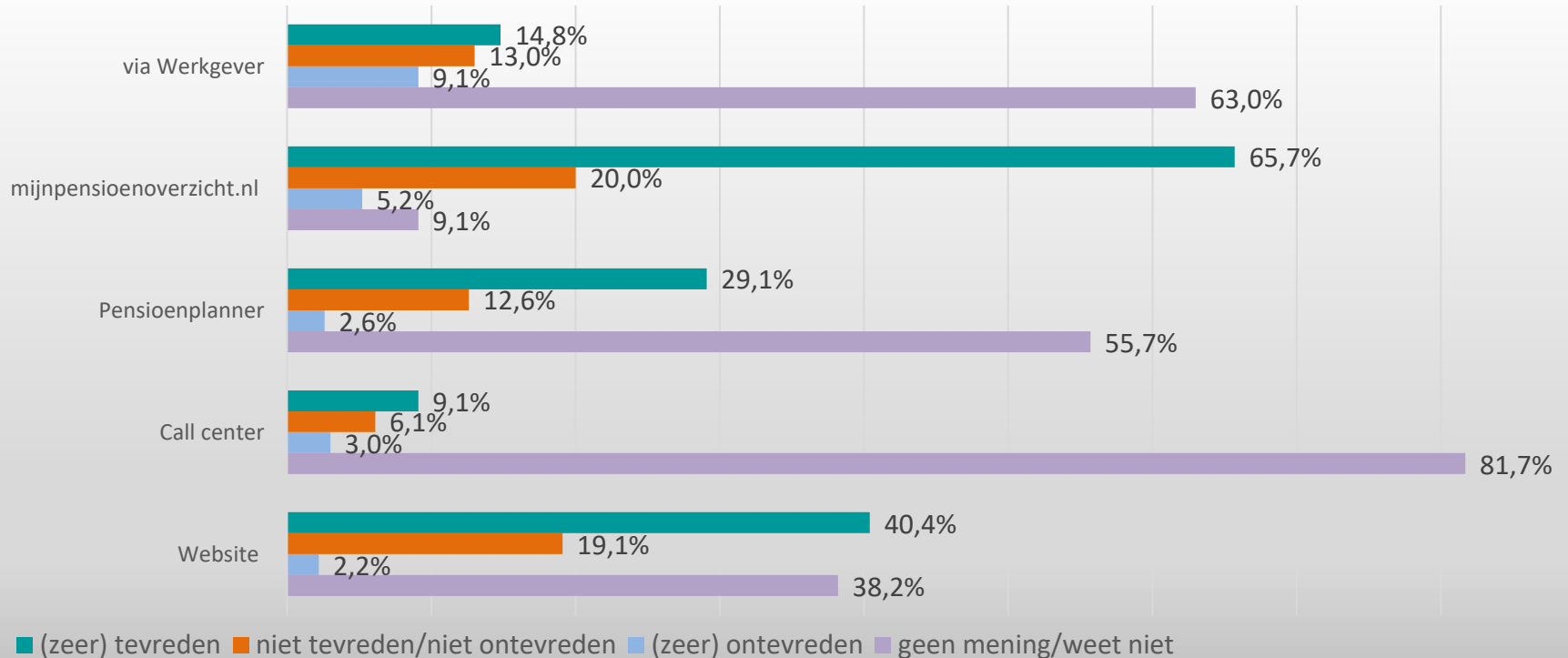
Tevredenheid inhoud communicatiemiddelen (n=230)



## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen

230 respondenten hebben aangegeven zelf contact opgenomen te hebben met Bpf Beton en/of zelf informatie te hebben gezocht. Relevante reacties op de open vraag vindt u in sheet 13.

Tevredenheid begrijpelijkheid communicatiemiddelen (n=230)



## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen

**230 respondenten hebben aangegeven zelf contact opgenomen te hebben met Bpf Beton en/of zelf informatie te hebben gezocht. Dit zijn de relevante reacties op de open vraag:**

- Het meeste begrijp ik wel / het staat er duidelijk / zeer tevreden, kort en bondig uitgelegd.
- Ik kon de pensioenplanner niet openen.
- Ik maak niet overal gebruik van, maar de beschikbare informatie is mij duidelijk.
- Pensioen blijft een ondoorzichtig onderwerp, maar ik kan wel de info vinden die ik nodig heb.
- Ik begrijp het wel, maar – we kijken elk jaar omdat het eraan komt – het blijft onzeker, dat stoort.
- Ik weet niet goed of het allemaal waar is wat men schrijft en hoe men het voorstelt.

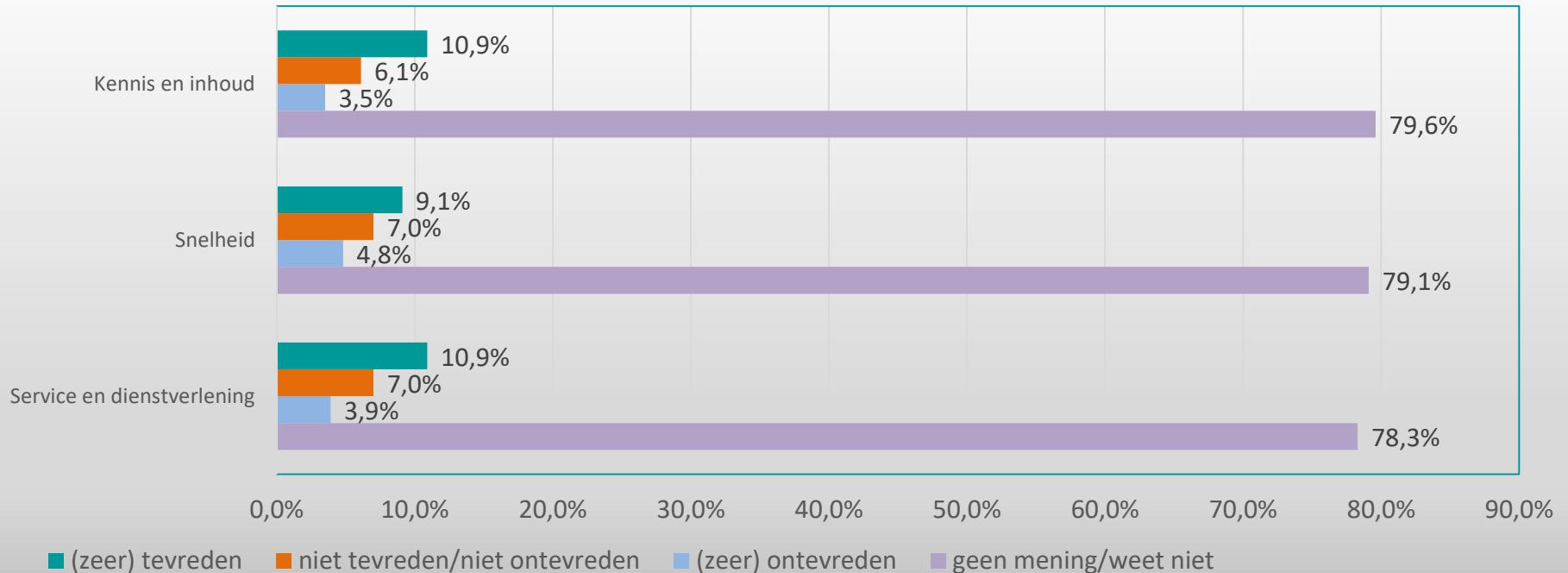
**Interessante boodschappen om in de communicatie nader op in te gaan:**

- Ik heb mijn werkgever gevraagd om mijn pensioenpremie te stoppen.
- Mijn werkgever wil dat ik meer ga betalen voor pensioen, dat was niet afgesproken.
- Mijn werkgever heeft altijd te weinig afgedragen naar mijn mening.
- 2x opmerking over een failliete werkgever en de onduidelijke gevolgen.
- Ik heb nooit met mijn werkgever over pensioen gesproken / wij krijgen geen informatie van de werkgever.
- Ik mis een deskundig adviseur.
- Ik kende alleen mijnpensioenoverzicht.nl dat voegt waarde toe, ik kende de pensioenplanner niet (6x).

## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen: specifiek call center

230 respondenten hebben aangegeven contact te hebben gehad met het call center. Relevante reacties op de open vraag vindt u in sheet 15.

Ervaringen met het call center (n=230)



In lijn met de antwoorden op de vorige vragen over het call center, is te verwachten dat niet veel van de 230 respondenten hierover nadere informatie kunnen geven. Dit zijn de relevante reacties op de open vraag:

- Geen contact gehad (30x)
- Ik wist niet dat er een call center is / hoe moet ik het call center bereiken? e.a. (4x)

### **Positief (n=1)**

- Mijn vorige werkgever betaalde geen pensioenpremie. Via het call center kon ik dat controleren. Later heeft de werkgever alsnog betaald.
- Na mijn mail kreeg ik de volgende dag meteen een reactie.

### **Negatief (n=1)**

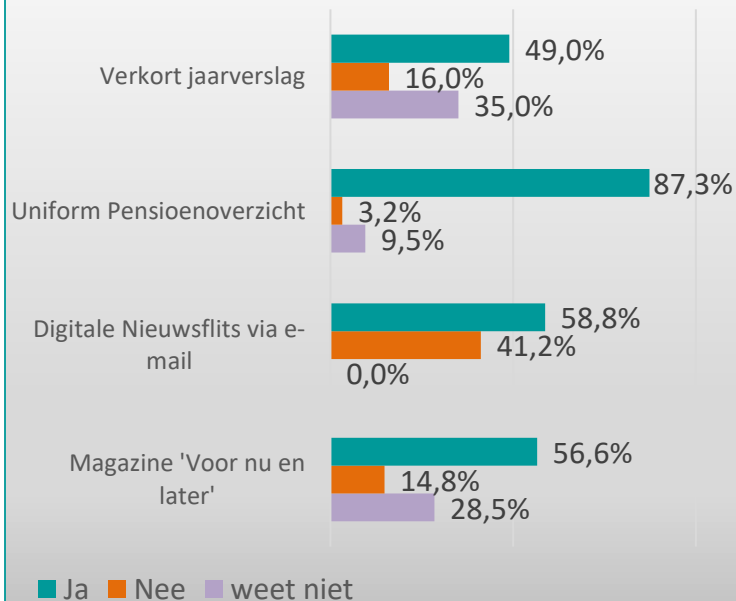
- Reactie is traag, ik moet vaak doorverbonden worden wegens gebrek aan kennis.
- Volgens jullie had ik de laatste jaren geen pensioenopbouw i.v.m. 80/100% ao. Normaal gesproken bouw je dan premievrij pensioen op.

## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen

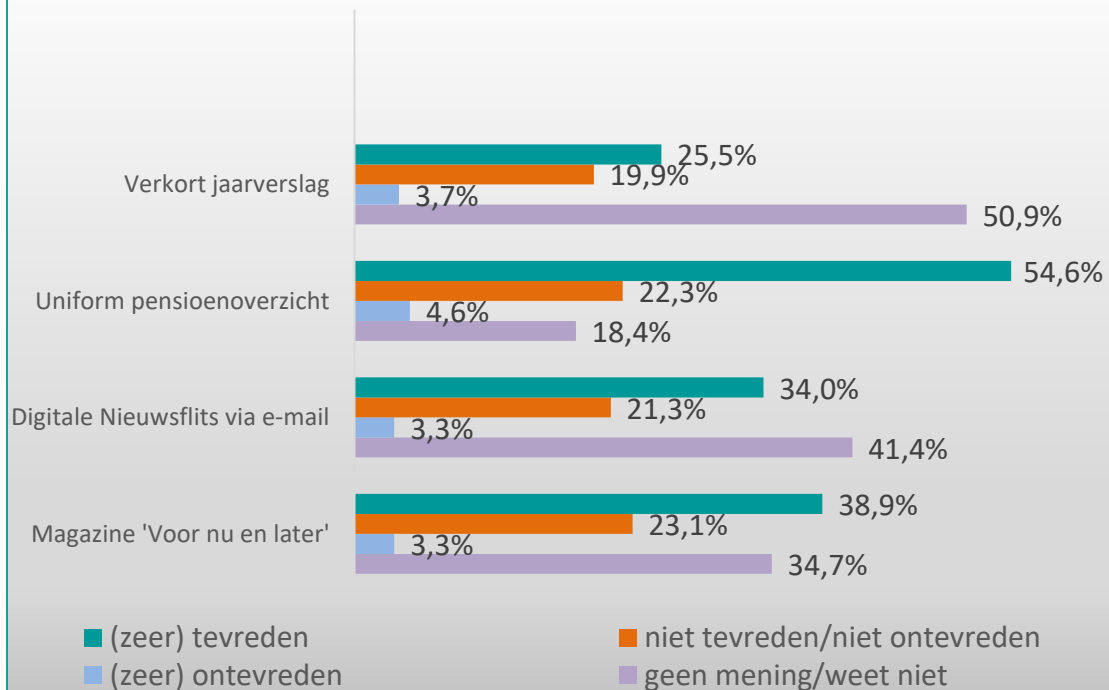
2

Aan alle respondenten (694) is gevraagd of zij de volgende communicatiemiddelen kennen en, zo ja, hoe tevreden ze over het communicatiemiddel zijn.

### Bekendheid met communicatiemiddel (n=694)



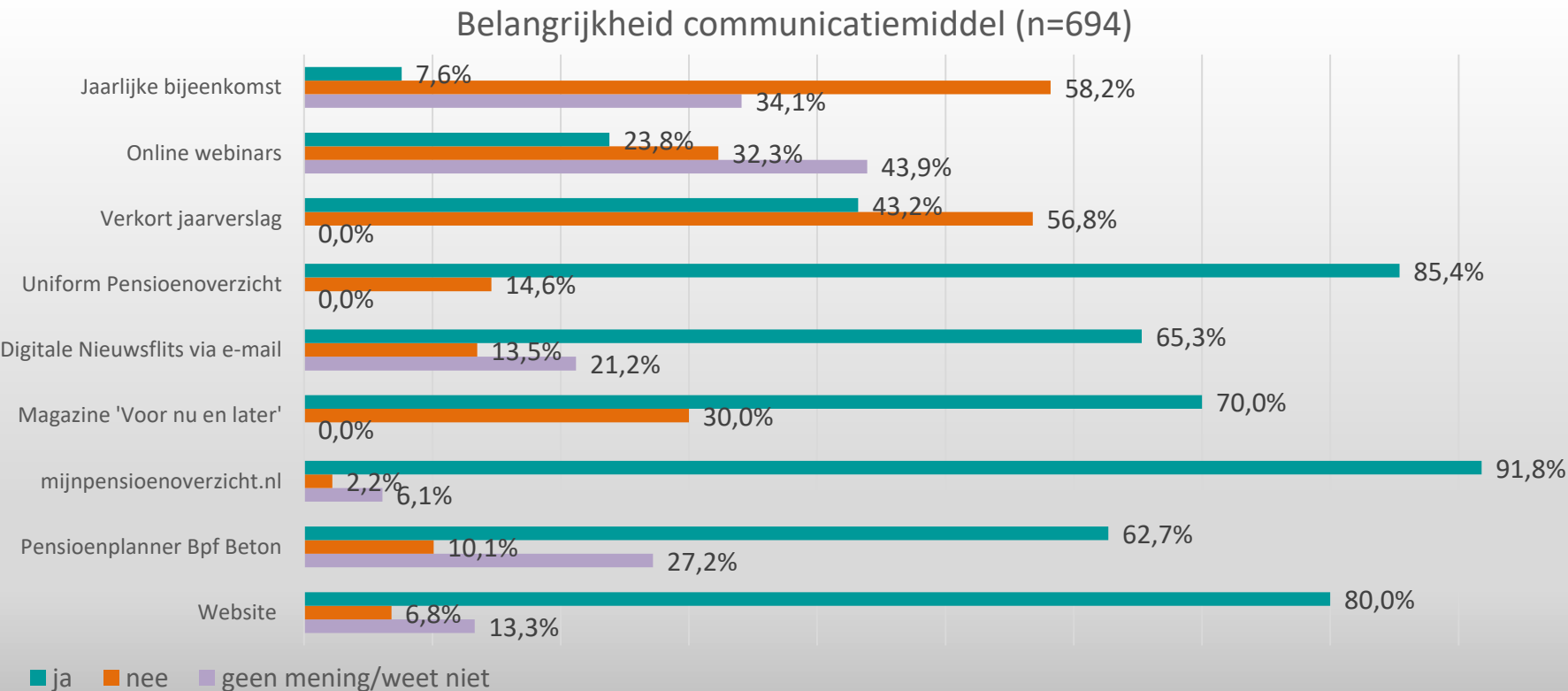
### Tevredenheid met communicatiemiddel (n=694)





## 2.3 Communicatie en communicatiemiddelen: belangrijkheid

We vroegen 694 respondenten aan te geven per communicatiemiddel welke zij wel/niet belangrijk vinden. De respondenten geven verder geen aanvullende communicatiemiddelen die zij eventueel missen:



### **De hoogte van mijn pensioenuitkering (nu of later) staat niet vast, dat vind ik vervelend.**

Het doel van deze vraag was duidelijk te maken dat de hoogte van het pensioen niet vaststaat. Van de 694 respondenten vindt 69,5% dit vervelend, 9,1% vindt dit niet vervelend. 21,5% is het niet eens of oneens of heeft geen mening.

### **Ik weet welke veranderingen in mijn werk- en privéomstandigheden ('Life events') van invloed zijn op mijn pensioen.**

De uitkomst is redelijk gelijk, want betekent dat er (nog) meer aandacht aan besteed kan worden. 45,4% zegt geen idee te hebben welke veranderingen van invloed zijn.

### **Door de veranderingen in de pensioenen en het nieuwe pensioenakkoord, ben ik me bewuster van mijn pensioen.**

58,8% zegt dat het ze om deze redenen inderdaad meer bezig houdt. 24,8% doet dat niet en 16,4% heeft hier geen mening over.

### **Ik vind het interessant om de ontwikkelingen in het pensioenstelsel (pensioenakkoord) de komende jaren te volgen.**

Een aanzienlijke hoeveelheid van de respondenten geeft aan de ontwikkelingen interessant te vinden om te volgen (74,6%). 9,4% van de respondenten vindt dat niet en 16% heeft geen mening.

### Het onderzoek

Met een bruto respons van 16,8% is de deelname goed. De respons is onder alle doelgroepen (actieven, gepensioneerden, slapers) goed te noemen. De interesse in het onderwerp pensioen neemt toe naarmate de pensioenleeftijd dichterbij komt. In de leeftijdscategorie 48 t/m 67 jaar is de respons meer dan de helft (53,7%). De interesse neemt duidelijk af onder groepen die jonger zijn en (snel na) de pensioengerechtigde leeftijd.

### Pensioenkennis: 4 stellingen

De stellingen gaan over de werkgever en het pensioenfonds in de kern van hun rol. Ze gaan bewust niet over actualiteiten, wetgeving of inhoud. Alleen actieven en gepensioneerden is om reactie gevraagd.

Actieven: Kennis over wat er gebeurt met hun pensioenpremie is gemiddeld (48%) tot groot (77%). Interessant is dat de vraag over de pensioenpot door 3/4 nu correct wordt beantwoord (er is geen potje), maar hierin verandering op komst is. Het meenemen van huidige kennis naar nieuwe kennis is belangrijk. Kennis over de rol/bijdrage van de werkgever is laag. Ook is de waarde van een collectieve regeling onvoldoende bekend.

Gepensioneerden: Hier zien we dezelfde respons. Gezien de status van de groep, is de vraag of het zinvol is om de rol/bijdrage van de hier ex-werkgever nader te duiden. Evident is dat het nieuwe stelsel ook van invloed is op deze doelgroep, wat blijvende aandacht vraagt.

### Communicatie en communicatiemiddelen

#### Informatie halen:

1. Van de 694 respondenten geeft 33% (230) aan dat ze zelf actief informatie hebben gehaald. Opvallend is dat ze dit nauwelijks doen bij hun werkgever. Zij herkennen dit kanaal niet als optie. Ook het call center geniet weinig bekendheid.
2. De pensioenplanner van Bpf Beton is gemiddeld bekend. De personen die de planner kennen geven een iets lager dan gemiddelde beoordeling aan de inhoud en de begrijpelijkheid. Daartegenover staat dat mijnpensioenoverzicht.nl een enorme bekendheid en hoge waardering heeft.
3. Het primaire kanaal om informatie te halen bij Bpf Beton is de website.

## 3.1. Samenvatting en conclusies

### Communicatie en communicatiemiddelen

#### Bekendheid en tevredenheid communicatiemiddelen:

Alle respondenten (694) gaven hun mening over andere communicatiemiddelen. Opvallend is de bekendheid (88%) en tevredenheid (55%) met de UPO. De andere middelen (verkort jaarverslag, digitale nieuwsbrief, magazine) genieten een gemiddelde bekendheid en 1/3 tevredenheid. Nog geen 5% is er ontevreden mee.

#### Specifieke vragen over het call center:

Van de 230 respondenten geeft ca. 80% (= 184) aan dat ze geen ervaring hebben met het call center (geen mening/weet niet). Van de overige kleine groep respondenten is ca. 10% tevreden en 7% niet ontevreden. Indien gewenst en in overleg met het call center is het mogelijk om de bekendheid van het call center als informatiebron te verhogen. Aan vragen over inhoud, kennis, service e.a. verbinden we verder geen conclusies i.v.m. de lage respons.

#### Belangrijkheid communicatiemiddelen:

De volgende middelen worden belangrijk gevonden in volgorde van belangrijkheid: mijnpensioenoverzicht.nl; UPO; website; Magazine; digitale nieuwsbrief; pensioenplanner (allen tussen 60% en 100%). De Bpf pensioenplanner scoort minder dan mijnpensioenoverzicht.nl (resp. 91,8% en 62,7%). Als minder belangrijk worden beschouwd resp. van hoog naar laag: verkort jaarverslag, webinars en jaarlijkse bijeenkomst(en). Conclusie kan zijn 'onbekend maakt onbemind'. Het verkorte jaarverslag is er nu 2 jaar en kent een score van 43%. De webinars en bijeenkomsten kennen wellicht geen referentie. Vraag is of het effectief is deze middelen te ontwikkelen.

### Pensioenbeleving en interesse

Het pensioenakkoord is een enorme katalysator in de interesse in pensioen. 75% vindt het interessant om de ontwikkelingen hierin te volgen. Bpf Beton kan hierop regelmatig inspelen. Dat kan ook – indien de gelegenheid zich voordoet – (meer) op basis van actualiteit.

Andere onderwerpen zijn/blijven de concrete informatie en instructie in verband met life-events. Gezien de aard ervan vraagt dat om doelgroepgerichte communicatie.

Aan 'onrust' over de hoogte, onzekerheden en onduidelijkheden over specifiek de individuele situatie, kan Bpf Beton weinig veranderen maar wel regelmatig begrip voor uiten.

## 3.2. Aanbevelingen, overwegingen

### Doelgroepcommunicatie en leeftijdsegmentatie:

De resultaten van dit onderzoek geven duidelijkheid en aanknopingspunten over (mis)percepties, pensioenbewustzijn, behoefte aan kennis en informatie en betrokkenheid bij pensioenzaken. Er is veel interesse bij de respondenten. Aan te bevelen is om veel meer in te zetten op specifieke boodschappen aan specifieke doelgroepen. Bepaal in deze volgorde:

1. Doelgroep (werknemers, gepensioneerden en 'slapers'). Ook verdeling binnen doelgroep o.b.v. leeftijd en boodschap.
2. Boodschap per doelgroep/leeftijd doelgroep (content is leidend).
3. Inzet communicatie middel (per doelgroep, boodschap, moment).
4. Hoe houden we met enig regelmaat maar zonder overload bepaalde doelgroepen geïnteresseerd? (kalender).

## 3.2. Aanbevelingen, overwegingen

### Communicatiemiddelen:

- De website is het primaire kanaal voor respondenten om bij Bpf Beton informatie te halen en voor Bpf Beton om actief informatie te brengen. De website verdient doorontwikkeling om die rol te verbeteren (inhoud, gebruikersvriendelijkheid e.a.). De tevredenheid van 60% zal daardoor omhoog gaan.
- Mijnpensioenoverzicht.nl geniet een enorme bekendheid en tevredenheid. De pensioenplanner duidelijk minder. Waar overlappen deze twee elkaar, en voor welke doelgroep(en) heeft de pensioenplanner toegevoegde waarde ten opzicht van mpo.nl (en voor welke doelgroepen niet)? Bij welke doelgroep (o.b.v. leeftijd) is het effectief en efficiënt om de pensioenplanner te promoten?
- Er zit meer potentie in de combinatie van het magazine en de digitale nieuwsbrief. Deze overlappen elkaar, maar kunnen zorgvuldiger naast elkaar ingezet worden. En met name de digitale nieuwsbrief heeft het in zich om hele specifieke doelgroep- en leeftijdsboodschappen te. Hiervoor is het nodig dat bestandselecties breed mogelijk zijn en dat we zoveel mogelijk e-mailadressen vergaren. Het is belangrijk in de gaten te houden wat het ministerie besluit t.a.v. ruimere mogelijkheden om e-mailadressen meer 'verplicht' te maken.



## 3.2. Aanbevelingen, overwegingen

### Overwegingen:

- Bespreek of (en zo ja hoe) Bpf Beton de werkgever wil faciliteren en verstevigen in hun rol in de communicatie. Huidige indruk is dat werknemers zich niet/nauwelijks tot hun werkgever richten. Dat 'kanaal' kunnen we versterken door de werkgever beter te faciliteren. Hierbij opgemerkt dat de werkgever waarschijnlijk enerzijds kennis mist, en anderzijds wellicht van mening is dat pensioen niet zijn 'taak' is. Om erachter te komen waar en hoe we de werkgever kunnen versterken, wordt een korte telefonische enquête gehouden.
- Besluit of – naast de primaire ingang in de vorm van de website – het call center als kanaal om informatie te halen extra wordt benadrukt en of het gevolg daarvan (meer calls/e-mails) bij alle partijen gewenst is.