



Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen

**Instelling Pensioenfonds van de  
Nederlandse Bisdommen (PNB)**

**Communicatiebeleidsplan  
2022 – 2024**

## Inhoud

1. Inleiding .....	3
2. Organisatie van de communicatie .....	3
3. Het PNB .....	3
Kenmerken van het PNB .....	3
Doel, missie en ambitie, kernwaarden .....	3
4. Ontwikkelingen .....	4
Wet- en regelgeving.....	4
Ontwikkelingen in communicatie .....	4
Ontwikkelingen bij het PNB.....	4
5. Doel van communicatie .....	5
6. Communicatiestrategie.....	5
Basis-communicatie .....	5
Doelgroepgericht.....	5
Voorkeurskanaal: digitaal.....	6
7. Randvoorwaarden .....	7
8. Doelgroepen.....	7
9. Communicatiethema's .....	8
10. Communicatiemiddelen .....	8
Communicatiestijl en huisstijl.....	8
Reguliere communicatiemiddelen .....	9
11. Meten en rapporteren .....	9

# 1. Inleiding

De Instelling Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen (het PNB) vindt communiceren met de doelgroepen belangrijk, en niet alleen omdat het wettelijk verplicht is. Daarom is er sinds 2008 een communicatiebeleidsplan, met de communicatie- en informatieverplichtingen uit de pensioenwet als basis. Het plan bevat de lange termijn strategie en de visie op de communicatie met zijn doelgroepen. Het gaat over de structurele communicatie. Als er tijdens de looptijd van het plan aanleiding is, wordt er een aanvullend communicatieplan gemaakt. Voor de huidige planperiode verwachten we dat in elk geval voor de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel.

Het communicatiebeleidsplan geldt van 2022 tot en met 2024. Het is een zelfstandig fondsdocument. In een bijlage staat de jaarkalender waarin de communicatieactiviteiten voor een kalenderjaar staan. Deze kan altijd aangevuld worden met nieuwe activiteiten, als dat nodig blijkt.

## 2. Organisatie van de communicatie

Het bestuur is verantwoordelijk voor de communicatie over het pensioen van het PNB aan doelgroepen. Het bestuur stelt het communicatiebeleid vast en toetst de uitvoering. De Commissie Voorlichting en Communicatie (CVC) ontwikkelt het communicatiebeleid, adviseert het bestuur, volgt de uitvoering en stuurt bij waar nodig. De CVC koppelt in de bestuursvergadering terug aan het bestuur. AZL adviseert en voert uit. Het bestuur vraagt het Verantwoordingsorgaan (VO) om advies over het communicatiebeleidsplan.

## 3. Het PNB

### Kenmerken van het PNB

Het PNB is een publieke kerkelijke rechtspersoon en een zelfstandig deel van de Rooms- Katholieke Kerk in Nederland. De aangesloten instellingen zijn klein met snel wisselende bestuursleden. Met toestemming van hun bisdom kunnen parochies werknemers aannemen.

Er zijn twee pensioenreglementen:

1. pensioenreglement I voor priesters, diakens en pastoraal werkers;
2. pensioenreglement II voor het huishoudelijk personeel.

Het opleidingsniveau van de eerste groep is hoger dan dat van de tweede groep. De priesters en diakens kennen geen werknemer-werkgeversrelatie. Priesters hebben geen partners. Andere deelnemers kunnen wel een partner hebben.

In de wet staat dat de werkgever de spil is in pensioencommunicatie. Het PNB beschouwt de Bisdommen en de parochies als werkgever zoals de wet dat hier bedoelt.

### Doel, missie en ambitie, kernwaarden

Uit het strategisch beleidsplan 2020-2022, samengevat:

**Doel:** het treffen van pensioenvoorzieningen door deelnemers, gewezen deelnemers en nabestaanden om hiermee de kerkrechtelijke plicht uit te voeren van de bisschoppen om te

voorzien in sociale zekerheid en passend levensonderhoud. De deelnemers zijn de priesters, diakens en leken in dienst van de Rooms-Katholieke Kerk in Nederland.

**Missie en ambitie:** met deelnemers, parochies en bisdommen bouwen aan een collectief, solidair en waardig pensioen; komen tot een degelijke uitvoering en begrijpelijke communicatie. Het streven is het kapitaal zo te beleggen dat de opgebouwde pensioenen uitbetaald kunnen worden en hun waarde kunnen behouden. Is daaraan voldaan en is er financiële ruimte dan is het streven om de pensioenpremie onder een bepaald niveau te houden.

**Kernwaarden:**

- liefde, solidariteit en vertrouwen
- zakelijke discussies met respect voor het persoonlijke
- oog voor gemeenschap (collectiviteit), samenwerking en het bereiken van consensus

Het PNB is zich bewust van haar verantwoordelijkheid voor de menswaardigheid, de humane samenleving en de natuur.

## 4. Ontwikkelingen

### Wet- en regelgeving

De belangrijkste ontwikkeling is dat de wetgever een nieuw pensioenstelsel heeft aangekondigd. Uiterlijk per 1 januari 2027 moeten alle pensioenregelingen in Nederland voldoen aan de regels van dit nieuwe stelsel. Er zijn twee soorten regelingen mogelijk: een solidaire pensioenregeling en een flexibele pensioenregeling. Beide zijn premieregelingen: er wordt een vastgestelde premie betaald; hoe hoog het pensioen wordt hangt af van het beleggingsresultaat dat met de premies behaald wordt.

### Ontwikkelingen in communicatie

De leesbaarheid neemt af in Nederland. Over het algemeen worden langere teksten minder goed gelezen. Lezers zijn vooral op zoek naar de kernboodschap: wat betekent dit voor mij? Moet ik iets doen? Om hierop in te spelen is effectieve communicatie beknopter en meer to-the-point opgesteld. Inzet van beelden en visualisaties ligt voor de hand. De keuze tussen papier of digitaal is minder zwart-wit dan men zou denken. Een pensioenoverzicht ontvangen veel mensen graag digitaal; een krantje of nieuwsbrief wordt weer graag op papier gelezen.

### Ontwikkelingen bij het PNB

Eind 2020 telde het PNB 735 actieve deelnemers. Het bestuur verwacht dat minimaal de helft van hen binnen tien jaar met pensioen gaat. Het aantal gepensioneerden groeit dus sterk. Er zijn weinig nieuwe deelnemers en de gemiddelde leeftijd van de deelnemers stijgt.

Deelnemersbestand eind 2020					
Leeftijd	Priesters	Diakens	Pastoraal werkers	Huishoudelijk personeel	Totaal
< 30	5	0	1	2	8
30-34	11	2	4	4	21
35-39	21	2	3	4	30
40-44	30	5	10	6	51
45-49	37	8	6	8	59
50-54	58	7	22	23	110
55-59	90	18	44	46	198
60-64	78	17	63	37	195
>65	18	11	12	22	63
<b>Totaal</b>	<b>348</b>	<b>70</b>	<b>165</b>	<b>152</b>	<b>735</b>

## 5. Doel van communicatie

Het PNB wil in deze beleidsperiode met communicatie het volgende bereiken:

1. Het pensioenbewustzijn van deelnemers stimuleren door bij te dragen aan inzicht en overzicht in pensioen. Gezien de samenstelling van het fonds richten we ons met name op de deelnemers die bijna met pensioen gaan, zodat zij goed voorbereid zijn op hun pensionering.
2. Verwachtingen van deelnemers managen als het om de hoogte van het pensioen gaat; verrassingen voorkomen.
3. Het vertrouwen in het fonds behouden.
4. De werkgevers goed informeren over ontwikkelingen binnen het fonds.
5. Ervoor zorgen dat werkgevers weten waarheen ze deelnemers kunnen verwijzen voor meer informatie over het pensioen van het PNB.

## 6. Communicatiestrategie

### Basis-communicatie

Om de doelen te bereiken voert het PNB deze basis-communicatie:

- Er is een up-to-date website met relevante informatie en documenten.
- Twee keer per jaar is er een nieuwsbrief met relevante informatie voor de deelnemers. De werkgevers ontvangen deze nieuwsbrief ook.

### Doelgroepgericht

Het PNB houdt bij de communicatie rekening met de verschillen tussen de reglementen, verschillen in levensfase en in verschillen in de burgerlijke staat van deelnemers. Dat is op de website zichtbaar in de eigen ingangen voor de diverse doelgroepen. De nieuwsbrieven verschijnen in drie versies.

Om het doel te bereiken dat gesteld is voor deelnemers die bijna met pensioen gaan, informeren wij hen een jaar voor AOW- en pensioenleeftijd over de keuzes die zij hebben bij pensionering. Deze extra informatie gaat vooraf aan het aanvraagformulier dat de deelnemers een half jaar voor AOW- en pensioenleeftijd krijgen. Zo krijgen deelnemers een half jaar extra tijd om over hun naderende pensionering na te denken.

Werkgevers informeren we over thema's daar waar nodig. Bijvoorbeeld over de premie-ontwikkeling en het premie-kortingsbeleid. De website biedt hen diverse pagina's met informatie en relevante documenten.

Bij het verschijnen van communicatie-uitingen informeren we de werkgevers. Zo zijn zij op de hoogte van de communicatie naar de deelnemers. De zeven bisdommen en de parochies ontvangen de nieuwsbrief voor de deelnemers digitaal. Ook de klantenservice bij AZL informeren we, zodat men voorbereid is op vragen van deelnemers.

#### Voorkeurskanaal: digitaal

Het PNB communiceert bij voorkeur digitaal en op papier waar dat niet anders kan. Digitaal zijn de volgende zaken beschikbaar:

Website		Achter de inlog	
www.pnb.nl	Verkort jaarverslag	Deelnemersportaal Mijn Pensioencijfers	Pensioenoverzichten
	Pensioen 1-2-3		Jaaropgaven
	Nieuwsberichten		Brieven in dienst
	Nieuwsbrieven		Brieven uit dienst
	Werkgeverschecklist 'Wegwijs in pensioen'		Self service (oa verhuizing buitenland, aanmelden partner)

Het digitale bereik onder deelnemers is de afgelopen jaren toegenomen:

Doelgroep	Totaal per 1-10-21	Aantal e-mailadressen per 1-10-21	Digitaal bereik:
Deelnemers	698	505	72,4% (2019: 65,3%)
Gewezen deelnemers	566	249	44,0% (2019: 41,9%)
Gepensioneerden	1.609	845	52,5% (2019: 35,5%)
<b>Totaal</b>	<b>2.873</b>	<b>1.599</b>	<b>55,7% (2019: 44,7%)</b>

## 7. Randvoorwaarden

De communicatie van het PNB moet voldoen volgens de wettelijke eisen tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig zijn. (art 48 Pensioenwet). Zo geven we daar invulling aan:

Tijdig	Correct	Duidelijk	Evenwichtig
We houden ons aan de wettelijke termijnen voor informatievertrekking.	Alle teksten worden inhoudelijk gecontroleerd door de bestuursadviseur.	Taalniveau B1* waar mogelijk.	We benoemen voor- en nadelen waar dat relevant is.
Als een boodschap snel gebracht moet worden, communiceren we digitaal.	We bewaken de consistentie van de boodschappen en tussen de boodschappen.	We structureren en faseren de communicatie.	We zijn eerlijk over risico's van de pensioenregeling.
		We geven duidelijk aan waar de deelnemer terecht kan voor meer informatie	We zijn eerlijk over risico's van de te maken keuzes.
		De vormgeving is toegankelijk.	

## 8. Doelgroepen

Status	Omschrijving	Sub-doelgroepen
Deelnemers	Nog in dienst, bouwen pensioen op bij het PNB.	Priesters en ongehuwde diakens in reglement I; gehuwde diakens en pastoraal werkers in reglement I; huishoudelijk personeel in reglement II.
Deelnemers bijna met pensioen	Naderen de AOW- en pensioendatum, moeten keuzes maken voor hun pensionering.	Priesters en ongehuwde diakens in reglement I; gehuwde diakens en pastoraal werkers in reglement I; huishoudelijk personeel in reglement II.
Gepensioneerden	Ontvangen pensioen van het PNB (ouderdoms-, partner-, wezen- of arbeidsongeschiktheidspensioen).	Verdeeld over reglement I en reglement II;
Gewezen deelnemers	Niet meer in dienst en nog niet met pensioen.	Idem als bij deelnemers.
Bisdommen en parochies	Worden beschouwd al werkgever als het gaat om pensioencommunicatie.	

## 9. Communicatiethema's

Deze thema's krijgen in deze beleidsperiode aandacht in de communicatie:

Thema	Uitwerking	Gerelateerd aan doel:
Hoogte van het pensioen	berichten over indexatie, hulp bij het krijgen van inzicht in de hoogte van het pensioen (service)	1: pensioenbewustzijn stimuleren 2: verwachtingen managen
Life events	korte berichten over wat een gebeurtenis in het leven kan betekenen voor het pensioen Voor bijna-gepensioneerden informatie over de keuzemogelijkheden	1: pensioenbewustzijn stimuleren 2: verwachtingen managen
Financiële gezondheid van het fonds	berichten over de dekkingsgraad, over zaken die de dekkingsgraad beïnvloeden, over de relatie tussen dekkingsgraad, premies en indexatie	2: verwachtingen managen 3: vertrouwen in het fonds behouden 4: werkgevers informeren
Bestuurlijke ontwikkelingen	wie zitten in het bestuur en in het VO, de wisselingen, zoektocht naar nieuwe leden	3: vertrouwen in het fonds behouden 4: werkgevers informeren
Het nieuwe pensioenstelsel	wat zijn de plannen van de wetgever, hoe gaat het PNB hiermee om	3: vertrouwen in het fonds behouden 4: werkgevers informeren
Het beleggingsbeleid	mn maatschappelijk verantwoord beleggen	3: vertrouwen in het fonds behouden 4: werkgevers informeren
Contactmogelijkheden	Contact via de website, e-mailadres en telefoonnummer	5: werkgevers weten hoe ze kunnen doorverwijzen

## 10. Communicatiemiddelen

### Communicatiestijl en huisstijl

We schrijven op taalniveau B1: kort zinnen, waarin we begrippen steeds hetzelfde gebruiken en jargon vermijden. We schrijven vriendelijk maar formeel, op positieve toon, waarbij we de lezer direct aanspreken. We gaan uit van de kennis, de informatiebehoefte en de kenmerken van de deelnemer voor zover die bekend zijn.



Het PNB is als afzender herkenbaar aan het logo en aan de herkenbare huisstijl. We passen beide consistent toe.

#### Reguliere communicatiemiddelen

Het PNB brengt jaarlijks deze communicatiemiddelen uit voor deelnemers:

- Twee nieuwsbrieven, een zomer- en een wintereditie.
- Verkort jaarverslag.
- Nieuwsberichten op de website.

Voor de werkgevers:

- Werkgeverschecklist 'Wegwijs in pensioen'
- Brief met kerncijfers per kalenderjaar.
- Speciale pagina's op [www.pnb.nl](http://www.pnb.nl).

Verder zijn er de wettelijk verplichte middelen:

- Uniform pensioenoverzicht
- Jaaropgave
- Brieven in dienst
- Brieven uit dienst
- De website [www.pnb.nl](http://www.pnb.nl)

Deelnemers kunnen telefonisch of via e-mail contact opnemen met de klantenservice van uitvoerder AZL.

## 11. Meten en rapporteren

Jaarlijks evalueert het bestuur de communicatie aan de hand van het communicatiebeleidsplan, en laat zich waar nodig over bijstelling daarvan adviseren door de CVC.

De jaarkalender kent een vaste invulling en is als addendum bij het communicatiebeleidsplan toegevoegd. Datzelfde geldt voor de jaarlijkse begroting. Als er aanleiding toe is wordt deze aangevuld met nieuwe activiteiten.

Aldus vastgesteld in de bestuursvergadering d.d. 16 november 2022 te Zeist.



---

J.P.B.. Brand  
voorzitter



---

A.J.H.N. van de Wiel  
secretaris