

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

**Communicatiebeleidsplan**

**2019 – 2021**

## **Inhoudsopgave**

### **1. Inleiding**

- 1.1 Aanleiding
- 1.2 Afbakening van het communicatiebeleidsplan
- 1.3 Duur en plaats van het communicatiebeleidsplan

### **2. Organisatie van de communicatie**

### **3. Het pensioenfonds**

- 3.1 Visie van het pensioenfonds
- 3.2 Kenmerken van het pensioenfonds

### **4. Ontwikkelingen**

### **5. Communicatie strategie**

### **6. Doelgroepen**

- 6.1 Primaire doelgroepen
- 6.2 Intermediaire kaders

### **7. Doelstellingen**

- 7.1 Kennis
- 7.2 Houding
- 7.3 Gedrag

### **8. Communicatie inhoud**

- 8.1 Kernboodschappen
- 8.2 Communicatie onderwerpen

### **9. Communicatie stijl**

- 9.1 Schrijfstijl
- 9.2 Huisstijl

### **10. Communicatiemiddelen**

- 10.1 Papierencommunicatie
- 10.2 Digitale communicatie
- 10.3 Mondelinge communicatie

### **11. Meten en rapporteren**

# **1. Inleiding**

## **1.1 Aanleiding**

De Instelling Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen (het PNB) vindt communiceren met de doelgroepen belangrijk, zowel op grond van de wettelijke verplichting als vanuit het besef van de intrinsieke waarde van communicatie. Daarom wordt er sinds 2008 gewerkt op basis van een communicatiebeleidsplan. De communicatie- en informatieverplichtingen uit de pensioenwet zijn de basis hiervoor.

## **1.2 Afbakening van het communicatiebeleidsplan**

Dit communicatiebeleidsplan beschrijft de lange termijn strategie en de visie van het PNB op de communicatie met zijn doelgroepen en gaat over de periodieke, structurele communicatie. Het PNB maakt een aanvulling op dit plan als gebeurtenissen daar aanleiding toe geven.

## **1.3 Duur en plaats van het communicatiebeleidsplan**

Het communicatiebeleidsplan geldt met ingang van de tweede helft van 2019 en loopt tot en met 2021. Dit communicatiebeleidsplan is een zelfstandig fondsdocument. De jaarlijkse activiteiten van het PNB staan vast in een jaarkalender. Als er een aanleiding voor is wordt de jaarkalender aangevuld met nieuwe activiteiten.

# **2. Organisatie van de communicatie**

Het bestuur van het PNB stelt het communicatiebeleid vast en toetst de uitvoering. Het bestuur is eindverantwoordelijk voor tijdige, correcte, duidelijke en evenwichtige informatie over het pensioen van het PNB. De Commissie Voorlichting en Communicatie (CVC) van het PNB ontwikkelt het communicatiebeleid, adviseert het bestuur, volgt de uitvoering van het communicatiebeleid en stuurt eventueel bij. De CVC koppelt in de bestuursvergadering terug aan het bestuur. Uitvoerder AZL heeft een adviserende en uitvoerende rol. Het bestuur legt het communicatiebeleidsplan voor advies voor aan het Verantwoordingsorgaan (VO). Jaarlijks besteedt het bestuur in het jaarverslag aandacht aan de communicatieverrichtingen van het afgelopen kalenderjaar.

## **3. Het PNB**

### **3.1 Visie van het PNB**

Het PNB beheert het PNB-pensioen voor alle belanghebbenden. Het PNB heeft de ambitie om 'in control' te zijn als het gaat om de uitvoering van de pensioenregeling.

Het bestuur van het PNB wil de deelnemers tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig informeren. Het fonds onderschrijft het belang van het leveren van een bijdrage aan pensioenbewustzijn van de deelnemers door inzicht, uitzicht, overzicht en handelingsperspectief te bieden zoals de wet dat verplicht. Het fonds concentreert zich op het pensioen en laat aanpalende onderwerpen als de AOW en belastingen over aan de partijen die daarvoor eerste aanspreekpunt zijn.

### **3.2 Kenmerken van het pensioenfonds**

Het PNB is een publieke kerkelijke rechtspersoon en vormt een zelfstandig onderdeel van het Rooms Katholiek Kerkgenootschap in Nederland. De aangesloten instellingen zijn organisatorisch klein met veel wisselingen van bestuursleden. De parochies hebben toestemming van de bisdommen nodig voor het in dienst nemen van werknemers.

Het pensioenfonds voert pensioenreglement I voor de priesters, diakens en pastoraal werkers en pensioenreglement II voor het huishoudelijk personeel. Het opleidingsniveau van de belanghebbenden van de twee reglementen verschilt. Daarbij kennen de priesters en diakens geen werknemer – werkgeversrelatie. Bij priesters en ongehuwde diakens is er geen sprake van partners. In de andere doelgroepen komen huwelijken en scheidingen wel voor.

In de wet wordt de rol van de werkgever als spil in pensioencommunicatie, nadrukkelijk benoemd. Bij het PNB is er vaak geen dienstbetrekking zoals de wetgever die bedoelt en is de werkgever in de zin van de wet niet altijd aanwezig. Dat betekent dat het fonds zelf een strakke(re) regie houdt op communicatie en communicatie-uitingen. Dit komt de uniformiteit van de uitingen overigens ten goede.

## 4. Ontwikkelingen

### *Wet- en regelgeving*

Er geldt steeds meer wet- en regelgeving voor pensioenfondsen en dus ook voor het PNB.

- Sinds 1 juli 2015 geldt de wet pensioencommunicatie als onderdeel van de Pensioenwet. Deze stelt dat pensioencommunicatie inzicht, uitzicht, overzicht en handelingsperspectief ten doel moet hebben. Communicatie moet bijdragen aan de financiële planning van de deelnemers. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) en De Nederlandsche Bank (DNB) houden toezicht op de naleving van deze regels.
- In 2019 treedt de Europese wetgeving IORP II in werking. Deze heeft gevolgen voor het Uniform Pensioenoverzicht. Zo moet het te bereiken pensioen weer getoond worden, waar dat vanwege de wet Pensioencommunicatie sinds 2015 in Nederland niet meer verplicht was.

### *Ontwikkelingen in pensioenland*

De pensioenrichtleeftijd stijgt steeds verder en er wordt nagedacht over een ander pensioenstelsel. De AOW blijft vooralsnog een voorziening op het niveau van minimumloon. Een aanvulling daarop blijft belangrijk.

De Pensioenfederatie heeft in 2018 initiatief genomen om te werken aan de reputatie van pensioenfondsen. Met name door de financiële crisis van 2008 is deze reputatie sterk verslechterd. De Pensioenfederatie ontwikkelt een plan om hier iets aan te doen. De uitvoering van het plan ligt voornamelijk bij de leden van de federatie, omdat zij de communicatiemiddelen hebben waarmee deelnemers bereikt kunnen worden. Hoewel het PNB geen lid is van de Pensioenfederatie draagt het PNB graag bij aan het versterken van de reputatie.

### *Ontwikkelingen in communicatie*

Vooraf onder invloed van de digitalisering reageren consumenten, en dus ook van de deelnemers van het PNB, anders op communicatie en is ook de communicatie zelf veranderd: consumenten hebben een kortere aandachtspanne en verdiepen zich minder snel in langere teksten. Als gevolg daarvan wordt communicatie sneller en beknopter, en meer gericht op

beelden en visualisaties. Als het gaat om complexere materie waarderen consumenten communicatie op papier meer dan digitale communicatie.

### *Ontwikkelingen bij het PNB*

De verhouding tussen het aantal actieve deelnemers en het aantal gepensioneerden verandert de laatste jaren. Het aantal gepensioneerden groeit sterk. Er zijn weinig nieuwe deelnemers. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers stijgt.

## **5. Communicatie strategie**

### *Tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig*

Artikel 48 van de Pensioenwet zegt dat de informatie tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig moet zijn. Dit doet het PNB door:

- taalniveau B1<sup>1</sup> zo veel mogelijk te hanteren;;
- informatie compact en overzichtelijk aan te bieden, waar mogelijk in 3 lagen en met de iconen van Pensioen 1-2-3 om de herkenbaarheid te bevorderen;
- informatie goed te structureren en te faseren;
- gebruik te maken van de digitale mogelijkheden, voor zover die van toegevoegde waarde zijn om de boodschap beter over te brengen;
- digitale communicatie in te zetten wanneer boodschappen snel bij de doelgroep moeten zijn;
- de wettelijke termijnen na te leven die gelden voor informatievertrekking;
- voortdurend aandacht te besteden aan consistentie in de boodschap, zowel binnen communicatie-uitingen als tussen communicatie-uitingen;
- eerlijk te zijn over de risico's van de pensioenregeling en de te maken keuzes;
- een toegankelijke vormgeving.

---

<sup>1</sup> Taalniveau B1 is de aanduiding voor eenvoudig Nederlands. Dit wordt door de AFM geadviseerd, omdat bijna iedereen in Nederland teksten op taalniveau B1 begrijpt. Ook mensen met een hogere taalvaardigheid of een hoog opleidingsniveau lezen liever teksten op taalniveau B1, want teksten op taalniveau B1 lezen snel en gemakkelijk.

### *Doelgroepgericht*

Door doelgroepgericht te informeren bereikt de communicatie de deelnemers beter. Het PNB communiceert hiertoe rond belangrijke momenten in werk- en privé-situaties. Dan is een deelnemer bewust betrokken en kan het pensioenfonds meeliften op die verhoogde interesse. Waar nodig brengt het PNB zijn communicatie-uitingen in verschillende varianten uit, waarbij elke doelgroep informatie op maat krijgt.

Het PNB deelt de betrokkenen niet alleen in naar actief, gepensioneerd of slaper, maar ook in priesters en diakens, pastoraal werkers en gehuwd diakens (beiden reglement I) en huishoudelijk personeel (reglement II). In bijlage 1 vindt u nadere informatie over de samenstelling van de doelgroep.

### *Geïntegreerde communicatie*

Communicatie met deelnemers vraagt verbondenheid over alle uitingen en kanalen (papier, digitaal, persoonlijk). Voor het PNB is digitale communicatie het voorkeurskanaal. Hierbij speelt de website een centrale rol.

### *Communicatie over communicatie*

Het pensioenfonds zorgt ervoor dat wie op de hoogte moet zijn van het verschijnen van communicatie-uitingen, geïnformeerd wordt. Zo wordt de klantenservice van uitvoerder AZL niet alleen betrokken bij de totstandkoming van de nieuwsbrief, maar ook op de hoogte gesteld van het publicatiemoment, om voorbereid te zijn op vragen van deelnemers. Hetzelfde geldt voor de zeven bisdommen, die de nieuwsbrief voor de deelnemers digitaal krijgen aangereikt.

## 6. Doelgroepen

### 6.1 Primaire doelgroepen (belanghebbenden)

- Deelnemers, met daarbij extra aandacht voor nieuwe deelnemers (starters), deelnemers die uit dienst gaan, bijna gepensioneerden en voor deelnemers die tijdelijk in Nederland verblijven.
- Pensioengerechtigden: arbeidsongeschikten, gepensioneerden, overlevende partners, wezen.
- Gewezen deelnemers en gewezen partners.
- Kerkelijke instellingen (werkgevers).

Verdere gegevens over leeftijdssamenstelling, verdeling man-vrouw en informatie over de burgerlijke staat is in een bijlage opgenomen.

### 6.2 Subdoelgroepen deelnemers en gepensioneerden:

- Reglement I: priesters en ongehuwde diakens;
- Reglement I: gehuwde diakens en pastoraal werkers;
- Reglement II: huishoudelijk personeel.

#### ***Gehuwde diakens:*<sup>2</sup>**

- Pensioenrecht gelijk aan pastoraal werkers;
- Kerkrechtelijk gelijk aan priesters en ongehuwde diakens.

### 6.3 Bisdommen als intermediaire kader

Door intermediaire kaders in te zetten worden krachten gebundeld om pensioen gerelateerde onderwerpen dichterbij de deelnemer brengen. De bisdommen fungeren als intermediair kader. Zij verschaffen de eerste informatie over pensioen aan nieuwe deelnemers en zijn aanspreekpunt wanneer deelnemers vragen hebben over pensioen. In voorkomende gevallen zullen ze doorverwijzen naar de klantenservice van het pensioenfonds.

---

<sup>2</sup> Hier wordt de *reglementaire* gelijkstelling bedoeld zoals omschreven in artikel 1, derde lid, sub a, van Reglement I.



## 7. Doelstellingen

Het PNB onderkent vier doelen voor communicatie in deze beleidsperiode:

<b>Doelen:</b>	<b>Kennis:</b>	<b>Houding:</b>	<b>Gedrag:</b>
	deelnemers weten:	deelnemers:	deelnemers:
1. Werken aan vertrouwen in het fonds.	... hoe het PNB hun pensioen beheert.	... staat positief tegenover het PNB.	
2. Pensioenbewustzijn stimuleren. 3. Verwachtingen ten aanzien van pensioen managen.	... dat gebeurtenissen in hun leven het pensioen kunnen beïnvloeden. ... hoeveel pensioen ze ongeveer kunnen verwachten.	... stellen het op prijs dat het PNB hen hierover informeert.	... gaan na wat de gevolgen zijn voor hun pensioen.  ... gaan na hoe hoog hun pensioen ongeveer zal zijn.
4. Bijdragen aan inzicht en overzicht in pensioen.	... dat hun toekomstige inkomen bestaat uit AOW en pensioen van het PNB. ... waar ze kunnen zien hoe hoog hun pensioen ongeveer wordt. ... of en hoe hun pensioen verhoogd wordt.	... hebben vertrouwen in een juiste besluitvorming over het verhogen van de pensioenen.	... gaan na hoe hoog hun totale inkomen naar verwachting zal zijn.

## 8. Communicatie inhoud

### 8.1 Kernboodschappen (beeldvorming)

*Deelnemers, pensioengerechtigden en gewezen deelnemers*

- Het PNB beheert het pensioen.
- Houdt zelf uw pensioen in de gaten, zodat u goed voorbereid bent op uw pensionering en op de keuzes die u kunt maken.
- 'aanvullen met boodschappen uit reputatieplan'

*Bisdommen en aangesloten instellingen*

- Het PNB beheert het pensioen.
- Een goed verloop van de uitvoering van de pensioenregeling is belangrijk en daarvoor is een goede samenwerking tussen u, het PNB en AZL nodig.

### 8.2 Communicatie onderwerpen

Belangrijke communicatieonderwerpen voor het PNB zijn:

- de gebeurtenissen privé en werk;
- de keuzemogelijkheden die de pensioenregeling biedt;
- het pensioenoverzicht (UPO), het te verwachten pensioen;
- inkoop extra pensioen;
- waardeoverdracht;
- late roeping en gebroken pensioenopbouw.
- het pensioenfonds en het beleid (regeling op hoofdlijnen, toeslagverlening, beleggingsbeleid, kosten, risico's, klachten- en geschillenregeling);
- het bestuur en de organisatie van het pensioenfonds;

## 9. Communicatiestijl

Het PNB heeft enkele voorwaarden gesteld aan de schrijfstijl en de huisstijl.

### 9.1 Schrijfstijl

- Taalniveau B1;
- Consistentie in begrippen;
- Vriendelijke, maar formele, positieve toonzetting en de lezer persoonlijk aanspreken;
- Compacte zinnen , vakjargon vermijden;
- Uitgaan van de kennis, de informatiebehoefte en de bij het fonds bekende kenmerken van de deelnemer.

### 9.2 Huisstijl

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

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

## 10. Communicatiemiddelen

### 10.1 Voorkeur voor digitaal

Het PNB heeft besloten bij voorkeur digitaal te communiceren en op papier waar dat niet anders kan. Digitaal worden verstrekt:

- website
- deelnemersportaal
- verkort jaarverslag (via de website)
- pensioenoverzichten (worden in het deelnemersportaal geplaatst)
- Pensioen 1-2-3 (via de website)
- nieuwsbrieven
- werkgeverschecklist 'Wegwijs in pensioen' (via de website)

Op papier worden verstrekt:

- nieuwsbrieven (voor wie niet digitaal bereikbaar is)
- brieven vanwege persoonlijke situaties van deelnemers
- pensioenoverzichten
- jaaropgaves
- Pensioen 1-2-3 (bij brief in dienst)

**Het bereik voor digitale communicatie is als volgt:**

<b>Dd 12 september 2019</b>	<b>Totaal</b>	<b>e-mailadres</b>	<b>%</b>
<b>Actieven</b>	819	535	65,3%
<b>Gewezen deelnemers</b>	661	277	41,9%
<b>Pensioengerechtigden</b>	1.622	575	35,5%
<b>Totaal</b>	3.102	1.387	44,7%

In 2019 heeft het fonds, net als eerdere jaren, een verkort jaarverslag uitgebracht om deelnemers de mogelijkheid te bieden snel en eenvoudig de belangrijkste punten uit het volledige jaarverslag te bekijken. Dit gebeurt in de vorm van een landingspagina op de website van het fonds. Eind 2019 neemt het fonds een besluit over het al dan niet voortzetten van dit communicatiemiddel.

### **Mondelinge communicatie**

Deelnemers kunnen telefonisch contact opnemen met de klantenservice van uitvoerder AZL. In de communicatie wordt dat gericht ingezet.

## 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. 20 november 2019 te Zeist.



---

J.L.M. van Susante  
voorzitter



---

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

## Bijlage: doelgroepanalyse

Aantallen ( 12-09-2019)	Actieve deelnemers	Pensioengerechtigden (ouderdompensioen, partnerpensioen, wezenpensioen)
<b>Totaal:</b>	<b>819</b>	<b>1.622</b>
- Mannen:	539	877
- Vrouwen:	280	745
- Leeftijd <21		3
- Leeftijd 21-34	28	3
- Leeftijd 35-44	92	-
- Leeftijd 45-54	205	-
- Leeftijd >55	494	1616
- Gehuwd	304	528
- Ongehuwd	460	978
- Gescheiden	52	109
- Onbekend, ongehuwd samenwonend, einde samenwonend	3	7
Gewezen deelnemers (exclusief gewezen partners)	661	