



Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen

Instelling Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen (PNB)

Communicatiebeleidsplan 2025 – 2027

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Over het fonds	4
2.1 Kenmerken van PNB	4
2.2 Deelnemersbestand	4
2.3 Doel, missie en ambitie, kernwaarden	4
3. Communicatiedoelstellingen	6
4. Communicatiestrategie.....	7
5. Randvoorwaarden	8
6. Doelgroepen.....	9
7. Communicatiethema's	10
7.1 Het vernieuwde pensioenstelsel.....	10
7.2 Keuzebegeleiding.....	11
7.3 Wet bedrag ineens	11
7.4 AOW-leeftijd	12
7.5 Digitale bereikbaarheid deelnemers.....	12
8. Communicatiemiddelen	13
8.1 Communicatiestijl en huisstijl.....	13
8.2 Voorkeurskanaal: digitaal	13
8.3 Digitale communicatiemiddelen	14
8.4 Papieren communicatiemiddelen	15
8.5 Mondelinge communicatie.....	15
8.6 Doelgroepen – middelenmatrix.....	15
9. Meten en rapporteren	17
10. Tot slot	18
Bijlage 1	19

1. Inleiding

De Instelling Pensioenfonds van de Nederlandse Bisdommen (hierna: PNB of het fonds) vindt effectief communiceren met de doelgroepen belangrijk. Zowel als het gaat om de wettelijke informatieverplichtingen als om communicatie over de actuele ontwikkelingen bij het fonds.

Dit communicatiebeleidsplan beschrijft de uitgangspunten en doelen van de communicatie van PNB. De looptijd van dit plan bestrijkt de jaren 2025, 2026 en 2027. Bij speciale ontwikkelingen binnen de termijn van dit plan kan het nodig zijn het communicatiebeleid tussentijds aan te passen.

Daarnaast verschijnt er jaarlijks een communicatiejaarplan. Daarin wordt het meerjarenbeleidsplan geconcretiseerd voor het lopende jaar, worden tevens de speerpunten voor het betreffende jaar benoemd en is de jaarkalender opgenomen.

Het bestuur is verantwoordelijk voor de communicatie over het pensioen van PNB aan alle betrokkenen. Het bestuur stelt het communicatiebeleid vast en toetst de uitvoering. De Commissie Voorlichting en Communicatie (hierna: 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. Pensioenuitvoeringsorganisatie AZL adviseert en voert uit. Het Verantwoordingsorgaan (VO) heeft een wettelijk adviesrecht bij het vaststellen of wijzigen van het communicatie- en voorlichtingsbeleid.

Naast dit communicatiebeleidsplan wordt er voor de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel een communicatieplan ontwikkeld specifiek voor de transitiecommunicatie. De uitgangspunten voor de communicatie zoals beschreven in dit communicatiebeleidsplan worden daarin ook meegenomen.

2. Over het fonds

2.1 Kenmerken van PNB

PNB is een publieke kerkelijke rechtspersoon en een zelfstandig onderdeel van de Rooms-Katholieke Kerk in Nederland. Tevens is PNB een pensioenfonds in de zin van de Nederlandse Pensioenwet. Bij het vaststellen van het beleid zoekt het fonds telkens naar een verantwoord evenwicht tussen het canoniek recht en de burgerlijke pensioenwetgeving. Daardoor is er op onderdelen sprake van een bepaalde eigenheid van het fonds ten opzichte van andere fondsen in Nederland.

PNB voert de pensioenregelingen uit van de zeven bisdommen van het Rooms-Katholieke Kerkgenootschap in Nederland. Er zijn twee pensioenreglementen:

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

De priesters en diakens kennen geen werknemer-werkgeversrelatie, maar worden aangemerkt als 'pseudo'-werknemer. Zij werken immers niet op basis van een arbeidscontract, maar op grond van een kerkrechtelijke band en zending van de bisschop. Priesters hebben geen (c.q. slechts in uitzonderingsgevallen) partners. Andere deelnemers kunnen wel een partner hebben.

Daar waar in dit communicatieplan gesproken wordt over 'werkgever' wordt in lijn met de statuten en het pensioenreglement bedoeld de 'kerkelijke instelling', hetgeen betekent: ieder bisdom, ieder dekenaat en iedere parochie van het Rooms-Katholieke Kerkgenootschap in Nederland, alsmede iedere andere door een bisschop of door de Bisschoppenconferentie als zodanig aangewezen kerkelijke rechtspersoon.

2.2 Deelnemersbestand

In oktober 2024 telde PNB in totaal 2.670 deelnemers, bestaande uit 599 actieve deelnemers (inclusief AO'ers), 537 gewezen deelnemers en 1.534 pensioengerechtigden. Het aantal deelnemers in reglement I is 1.908, en dat in reglement II 762. Ruim 60% van de deelnemers is 65 jaar en ouder.

Op basis van de leeftijdsopbouw van de actieve deelnemers is het de verwachting dat binnen tien jaar circa de helft hiervan met pensioen gaan. Het aantal gepensioneerden zal daarmee dus verder groeien, terwijl de instroom van nieuwe actieven beperkt blijft.

Een meer gedetailleerd overzicht van deelnemers is opgenomen in bijlage 1.

2.3 Doel, missie en ambitie, kernwaarden

Het doel, de missie, ambitie en kernwaarden van PNB zijn als volgt:

Doel

De statutaire doelstelling van PNB is het uitvoeren van de pensioenovereenkomsten en in het kader daarvan het uitkeren of doen uitkeren van pensioenen bij ouderdom, overlijden en arbeidsongeschiktheid aan deelnemers, gewezen deelnemers en hun nagelaten betrekkingen, overeenkomstig de bepalingen van deze statuten en de reglementen, een en ander voortkomend uit de kerkrechtelijke plicht van de diocesane bisschoppen om te voorzien in:

- sociale bijstand van hun priesters en diakens die in kerkelijke dienst zijn aangesteld, als bedoeld in de canones 281, paragraaf 2, en 538, paragraaf 3 van het Wetboek van Canoniek Recht, en
- sociale zekerheid van hun pastoraal werkers en huishoudelijk personeel die zijn aangesteld, als bedoeld in canon 231 paragraaf 2 van het Wetboek van Canoniek Recht.

Missie

Op basis van deze statutaire doelstelling heeft het bestuur na overleg met het verantwoordingsorgaan de volgende missie voor PNB geformuleerd:

PNB is het pensioenfonds van de seculiere clerici, de pastoraal werkers en het huishoudelijk personeel binnen de Rooms-Katholieke Kerk in Nederland. Samen met de deelnemers, de parochies en de bisdommen wil PNB op een gezamenlijk gedragen wijze bouwen aan een collectief, solidair en waardig pensioen. PNB is in dit verband verantwoordelijk voor een degelijke en duurzame uitvoering van alsmede voor een begrijpelijke communicatie over de door de zeven bisdommen aan haar toevertrouwde pensioenregelingen. Het handelen van PNB kent als leidraad een gezamenlijk overeengekomen risicohouding en wordt geïnspireerd door de katholieke sociale leer.

Ambitie

Uit deze missie vloeit een bepaalde ambitie voort die als volgt is geformuleerd:

PNB streeft ernaar de aan haar beschikbaar gestelde geldelijke middelen zodanig te beleggen, dat daarmee een overeengekomen minimale haalbaarheid van de toegekende aanspraken alsmede waarde- c.q. welvaartsvastheid bereikt worden en, indien aan deze eisen is voldaan, streeft zij ernaar de bijdragen benodigd voor de regeling op een stabiel niveau te houden.

Deze ambitie wordt vormgegeven binnen de met het verantwoordingsorgaan en de bisdommen overeengekomen risicohouding.

Kernwaarden

De kernwaarden van PNB, mede vastgesteld op basis van de katholieke sociale leer, zijn:

- solidariteit en vertrouwen;
- zakelijke discussies met respect voor het persoonlijke;
- oog voor gemeenschap (collectiviteit), samenwerking en het bereiken van consensus;
- bewustzijn voor een bredere verantwoordelijkheid voor de menswaardigheid, de humane samenleving en natuur.

3. Communicatiedoelstellingen

Het fonds zorgt voor begrijpelijke communicatie, zodat deelnemers weten wat ze hebben opgebouwd en wat ze kunnen verwachten aan pensioen. Duidelijke communicatie heeft niet alleen te maken met het helder communiceren van de bedragen die deelnemers zien, maar ook met inzicht in wat deze bedragen betekenen, oftewel het pensioenbewustzijn. Het fonds biedt daartoe diverse middelen aan. Het fonds houdt rekening met de wensen en behoeftes van deelnemers in verschillende levensfasen. Communicatie vindt plaats op relevante momenten, zoals aan het begin van een dienstverband en wanneer een deelnemer vlak voor zijn of haar pensioneren staat.

In deze beleidsperiode wil PNB in haar communicatie het volgende bereiken:

1. Het pensioenbewustzijn van deelnemers verder stimuleren door hen handvatten te geven om inzicht en overzicht te krijgen in hun persoonlijke pensioensituatie, in alle levensfasen. Het is belangrijk dat deelnemers weten welke keuzes ze kunnen maken met betrekking tot hun pensioen.
2. Het vertrouwen in het fonds behouden en verder versterken door open, transparante, duidelijke en eerlijke communicatie,
3. De werkgevers goed informeren over ontwikkelingen binnen het fonds en ervoor zorgen dat werkgevers weten waarheen ze deelnemers kunnen verwijzen voor meer informatie over het pensioen van PNB.
4. Het fonds zorgt ervoor dat alle betrokkenen bekend zijn met het nieuwe pensioenstelsel en dat zij weten wat de gevolgen zijn van de nieuwe pensioenregeling voor hun persoonlijke situatie. Voor deze transitiecommunicatie wordt een separaat communicatieplan geschreven.

4. Communicatiestrategie

De communicatiestrategie bestaat uit drie onderdelen en is erop gericht om de communicatiedoelen te bereiken.

Duidelijk en begrijpelijk communiceren

Alle pensioeninformatie moet helder uitgelegd worden. De communicatie is geschreven in begrijpelijke taal, concreet, to the point en wordt gelaagd aangeboden. Het fonds maakt gebruik van een mix aan communicatiemiddelen om de informatie over te brengen. Daar waar mogelijk wordt gebruik gemaakt van beeld, infographics en animaties/ video's. Het fonds communiceert bij voorkeur digitaal, tenzij de deelnemer een voorkeur voor communicatie per post heeft aangegeven.

Segmenteren

Op het juiste moment, de juiste informatie naar de juiste persoon brengen. PNB houdt bij de communicatie rekening met de verschillen tussen de reglementen, deelnemerscategorieën, verschillen in levensfase en verschillen in de burgerlijke staat van deelnemers. Dat is op de website zichtbaar in de eigen ingangen voor de diverse doelgroepen. Ook verschijnen de halfjaarlijkse nieuwsbrieven in drie versies, gesegmenteerd naar deelnemerscategorie c.q. deelnemersstatus.

Daarnaast informeert PNB werkgevers daar waar nodig. Bijvoorbeeld over de premieontwikkeling en het premie-kortingsbeleid. Ook bij het verschijnen van communicatie-uitingen aan deelnemers informeert PNB de werkgevers. Zo zijn zij op de hoogte van de communicatie naar de deelnemers. De zeven bisdommen en de werkgevers ontvangen bijvoorbeeld een digitale kopie van de nieuwsbrief voor de deelnemers die twee keer per jaar verschijnt.

Tot slot wordt belangrijke communicatie die de inhoud van de regeling raakt en/of betrekking heeft op aspecten van kerkrechtelijke aard waar nodig voorafgaand aan publicatie met de bisdommen afgestemd.

Handelingsperspectief bieden

Het is belangrijk om handelingsperspectief toe te voegen aan de communicatie, zodat een deelnemer weet welke acties op welk moment van hem worden verwacht, en hij in staat wordt gesteld daar tijdig op in te kunnen spelen.

5. Randvoorwaarden

Volgens de Pensioenwet moet communicatie tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig zijn. Hier houdt PNB als volgt rekening mee:

- Tijdig
 - PNB houdt zich aan de wettelijke termijnen voor informatievertrekking.
 - Basisinformatie wordt binnen drie maanden na indiensttreding verstrekt.
 - Als een boodschap snel gebracht moet worden, communiceert PNB digitaal.
- Correct
 - Alle teksten zijn inhoudelijk juist. De teksten worden inhoudelijk gecontroleerd door de bestuursadviseur.
 - PNB bewaakt de consistentie van de boodschappen en tussen de boodschappen (geen tegenstrijdigheden).
 - De informatie is consistent met het pensioenreglement.
- Duidelijk
 - Taalniveau B1 waar mogelijk. Begrijpelijke taal, en concreet, geen vakjargon.
 - Moeilijke termen worden uitgelegd.
 - PNB structureert en faseert de communicatie.
 - De informatie wordt gelaagd aangeboden.
 - De vormgeving is toegankelijk.
- Evenwichtig
 - PNB benoemt voor- en nadelen waar dat relevant is.
 - PNB is eerlijk over risico's van de pensioenregeling.
 - PNB is eerlijk over risico's van de te maken keuzes.

Naast de hierboven omschreven eisen uit de Pensioenwet volgt PNB ook de Code Pensioenfondsen die op 1 januari 2024 is geactualiseerd. De voor dit communicatiebeleidsplan relevante punten uit deze code zijn:

- Kennen van de voorkeuren van de belanghebbenden (norm 4)

Deze norm verplicht het fonds zich te verdiepen in de voorkeuren van zijn belanghebbenden en het betrekken van deze voorkeuren bij het bepalen van strategische doelstellingen en beleidsuitgangspunten.

- Keuzebegeleidingsbeleid (norm 5)

Het pensioenfonds vult op basis van een onderbouwd keuzebegeleidingsbeleid de wettelijke open norm voor keuzebegeleiding voor zijn eigen deelnemerspopulatie in.

6. Doelgroepen

In de communicatie segmenteert PNB daar waar nodig op basis van het reglement, deelnemerscategorie (actieve, gewezen of gepensioneerde deelnemer), leeftijd en levensfase (jong of bijna met pensioen).

Status	Omschrijving	Sub-doelgroepen
Actieve deelnemers tot 60 jaar	Nog in dienst, bouwen pensioen op bij PNB. , Deze deelnemers naderen nog niet de pensioenleeftijd. De deelnemers zijn verdeeld over reglement I en reglement II.	Daar waar nodig onderscheid tussen: • priesters en ongehuwde diakens in reglement I; • gehuwde diakens en pastoraal werkers in reglement I; • huishoudelijk personeel in reglement II.
Actieve deelnemers bijna met pensioen (vanaf 60 jaar)	Naderen de AOW- en pensioendatum, moeten keuzes maken voor hun pensionering; dit betreft zowel deelnemers uit reglement I als reglement II.	Daar waar nodig onderscheid tussen: • priesters en ongehuwde diakens in reglement I; • gehuwde diakens en pastoraal werkers in reglement I; • huishoudelijk personeel in reglement II.
Gepensioneerden	Ontvangen pensioen van PNB (ouderdoms-, partner-, wezen- of arbeidsongeschiktheidspensioen); dit betreft zowel deelnemers uit reglement I als reglement II.	Daar waar nodig onderscheid tussen reglement I en reglement II (bijvoorbeeld m.b.t. arbeidsongeschiktheidspensioen).
Gewezen deelnemers	Niet meer in dienst en nog niet met pensioen; dit betreft zowel deelnemers uit reglement I als reglement II.	Daar waar nodig onderscheid tussen reglement I en reglement II.
Werkgever	In paragraaf 2.1 is de definitie van werkgever uitgewerkt.	Daar waar nodig onderscheid tussen reglement I en reglement II, maar ook voor wat betreft de bisdommen (zij zijn verantwoordelijk voor de mutatieverwerking) ten opzichte van de overige kerkelijke instellingen (zie zij zijn verantwoordelijk voor premiebetaling).

7. Communicatiethema's

PNB vindt het belangrijk om tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig te communiceren met haar deelnemers en andere betrokkenen. Naast de wettelijk verplichte communicatie (zoals de Pensioen 1-2-3 en de verstrekking van pensioenoverzichten) omvat dit updates over actuele ontwikkelingen in het fonds. Verder informeert PNB haar deelnemers en andere betrokken over specifieke thema's.

Thema	Uitwerking	Gerelateerd aan doel:
Reguliere communicatie	• Persoonlijke pensioensituatie; berichten over indexatie, hulp bij het krijgen van inzicht in de hoogte van het pensioen • Life events: informatie over wat een gebeurtenis in het leven kan betekenen voor het pensioen • Keuzebegeleiding: informatie over de keuzemogelijkheden • De financiële positie van het fonds • Bestuurlijke ontwikkelingen	1: pensioenbewustzijn stimuleren 2: vertrouwen behouden en versterken 3: werkgevers informeren
Transitie naar het vernieuwde pensioenstelsel	Wat zijn de plannen van de wetgever, hoe gaat PNB hiermee om, hoe ziet de nieuwe regeling van PNB eruit	1: pensioenbewustzijn stimuleren 2: vertrouwen behouden en versterken 3: werkgevers informeren 4: pensioenbewustzijn nieuwe pensioenregeling
Maatschappelijk Verantwoord Beleggen	PNB kent reeds lange tijd een Maatschappelijk Verantwoord Beleggen beleid, geïnspireerd door de katholieke sociale leer. Dit ontwikkelt zich door, en hierover worden belanghebbenden continu geïnformeerd	2: vertrouwen behouden en versterken 3: werkgevers informeren
Digitaal tenzij	PNB houdt rekening met de voorkeur van de deelnemer, maar communiceert bij voorkeur digitaal	1: pensioenbewustzijn stimuleren 2: vertrouwen behouden en versterken

Hierna volgt een toelichting op een aantal belangrijke thema's in de periode 2025 – 2027.

7.1 Het vernieuwde pensioenstelsel

Op 1 juli 2023 is de Wet toekomst pensioenen ingegaan. Voor PNB betekent dit dat de nieuwe pensioenregeling naar verwachting in zal gaan op 1 januari 2028. Voor de transitiecommunicatie wordt een separaat communicatieplan geschreven. In dit communicatieplan worden doelstellingen geformuleerd die gedurende het transitieproces worden gemeten middels online onderzoek.

7.2 Keuzebegeleiding

Met het ingaan van de Wet toekomst pensioenen op 1 juli 2023 is ook de open norm keuzebegeleiding ingegaan. Deze nieuwe wettelijke norm verplicht pensioenfondsen om deelnemers op een adequate wijze te begeleiden bij het maken van (voorlopige) keuzes binnen de pensioenregeling. De keuzes die deelnemers maken moeten zo goed mogelijk aansluiten bij hun behoeftes of doelstellingen. Pensioenfondsen gaan deelnemers *niet* adviseren; zij moeten deelnemers informeren over de keuzes binnen de regeling en uitleg geven over de gevolgen (van een combinatie) van deze keuzes. De verstrekte informatie moet aanzetten tot relevante actie.

In het kader van keuzebegeleiding dienen pensioenfondsen een zorgambitie vast te stellen. PNB heeft de volgende zorgambitie geformuleerd:

PNB wil deelnemers in zijn algemeenheid zo breed mogelijk informeren en zo goed mogelijk meenemen bij de te maken keuzes rondom hun pensioen bij het fonds. Dat begint bij het correct, tijdig en eerlijk informeren van de deelnemer. Met name op het moment dat de situatie van de deelnemer zodanig wijzigt, dat dat gevolgen heeft (kan hebben) voor zijn pensioen. In deze informatie is altijd aandacht voor de acties die de deelnemer moet (kan) ondernemen. Om de deelnemer inzicht te geven in de keuzes die hij heeft en de financiële gevolgen daarvan, ook voor zijn toekomst, stelt het fonds diverse middelen ter beschikking die de deelnemer, rekening houdend met het gemiddelde opleidingsniveau van de specifieke doelgroepen binnen PNB, zelfstandig kan gebruiken.

Actieve deelnemers kunnen, naast alle (digitale) middelen die PNB beschikbaar stelt, terecht bij hun werkgever. Werkgevers krijgen daarvoor extra informatie aangereikt (een 'script') om adequaat (pseudo-)werknemers over de pensioenkeuzes en de financiële gevolgen te informeren. Daarnaast zijn medewerkers van de klantenservice van de pensioenuitvoeringsorganisatie beschikbaar en opgeleid om alle deelnemers op persoonlijk niveau te informeren.

Deze zorgambitie is vastgesteld voor de nu bestaande pensioenregeling in de periode tot de transitie (1 januari 2028). Wettelijke wijzigingen, wijzigingen in de pensioenregeling en uitkomsten van deelnemersonderzoeken kunnen aanleiding zijn om de dienstverlening en/of zorgambitie verder aan te scherpen. Indien nodig wordt besloten om meer of extra (keuze)begeleiding in te zetten.

7.3 Wet bedrag ineens

Naar verwachting zal nog voor de overgang naar de nieuwe pensioenregeling een subonderdeel van de Wet bedrag ineens, de Regeling voor Vervroegde Uittreding (RVU) en verlofsparen ingaan, namelijk de Wet Bedrag ineens. Pensioenfondsen zijn vanaf dan verplicht om (gewezen) deelnemers de mogelijkheid te geven om bij ingang van het ouderdomspensioen een bedrag ineens te laten uitkeren. Dit bedrag mag op grond van het wetsvoorstel ten hoogste 10% van de waarde van het pensioen zijn. Deze aanpassing valt naar verwachting binnen de komende beleidsperiode en hier zal dan ook de nodige aandacht naar uit moeten gaan bij ingang van deze wet.

PNB gaat deelnemers hierover duidelijk en tijdig informeren. Persoonlijke communicatie naar deelnemers voor wie dit van toepassing is, speelt een rol. Maar ook algemene communicatie is belangrijk om zo bewustzijn te creëren bij iedereen. We blijven hierover communiceren per (digitale) nieuwsbrief en via de website.

7.4 AOW-leeftijd

De AOW-leeftijd is vanaf 2024 67 jaar (voor personen geboren na 28 februari 1957). In 2028 gaat de AOW-leeftijd met drie maanden omhoog naar 67 jaar en drie maanden. De vernieuwde regels voor de AOW-leeftijd hebben vooralsnog géén invloed op de pensioenleeftijd van ons fonds (thans 67 jaar).

7.5 Digitale bereikbaarheid deelnemers

Een belangrijk thema voor de komende jaren is het vergroten van de digitale bereikbaarheid onder deelnemers. Er zijn deelnemers die nog geen e-mailadres hebben gekoppeld aan hun profiel. Deze deelnemers kan het pensioenfonds dus niet digitaal bereiken hetgeen niet efficiënt en kostenverhogend is voor het pensioenfonds. In allerlei middelen wordt daarom steeds opgeroepen om een privé e-mailadres te koppelen aan het profiel.

Er zijn ook deelnemers die communicatie per post prefereren. Deze mogelijkheid blijft het fonds bieden.

8. Communicatiemiddelen

8.1 Communicatiestijl en huisstijl

PNB schrijft op taalniveau B1: korte zinnen, waarin begrippen steeds hetzelfde worden gebruikt en jargon wordt vermeden. Het fonds schrijft vriendelijk maar formeel, op positieve toon, waarbij de lezer direct wordt aangesproken. PNB gaat uit van de kennis, de informatiebehoefte en de kenmerken van de deelnemer voor zover die bekend zijn. Dit betekent dat het fonds rekening houdt met bijvoorbeeld verschillen in opleidingsniveau of behoeften afhankelijk van levensfase.

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

Inzet van beeld en infographics

PNB houdt er ook rekening mee dat de leesvaardigheid afneemt 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? Hier speelt het fonds op in door de communicatie beknopter en meer to-the-point op te stellen. Ook maakt het fonds, daar waar mogelijk, gebruik van beeldmateriaal, video's/animaties en infographics.

8.2 Voorkeurskanaal: digitaal

PNB communiceert bij voorkeur digitaal, en op papier waar dat niet anders kan. Het digitale bereik onder deelnemers is de afgelopen jaren toegenomen. Hieronder de stand per 1 oktober 2024.

Status	Voorkeur Digitaal	Voorkeur Post	Niet gespecificeerd	Totaal
Deelnemers	501	28	37	566
Arbeidsongeschikten	28	5		33
Ingegaan ouderdomspensioen	742	584	72	1.398
Ingegaan partnerpensioen	69	34	29	132
Ingegaan wezenpensioen	3		1	4
Slapers	229	22	269	520
Gewezen partners	7		10	17
Totalen	1.579	673	418	2.670

Er zijn echter nog steeds veel deelnemers die nog geen emailadres hebben gekoppeld aan hun (digitaal) profiel. Deze deelnemers kan PNB dus niet digitaal bereiken hetgeen niet efficiënt en kostenverhogend is voor het pensioenfonds. In allerlei middelen wordt daarom steeds opgeroepen om een privé e-mailadres te koppelen aan het profiel.

Status	Aantal	Percentage
Digitaal, benaderbaar	1.374	51%
Digitaal, niet benaderbaar	205	8%
Post	673	25%

Niet gespecificeerd	418	16%
Totaal	2.670	100%

8.3 Digitale communicatiemiddelen

Brieven: Standaard procesbrieven worden waar mogelijk digitaal verstuurd (indien de deelnemer heeft gekozen voor een digitaal profiel en er een e-mailadres bekend is.)

Website: De website neemt een centrale plaats in de communicatie van het fonds in. Hier is alle informatie die een deelnemer nodig kan hebben verzameld. Er zijn aparte pagina's voor alle deelnemersgroepen en voor de werkgevers. De website biedt gelaagde informatie: eerst op hoofdlijnen (laag 1), daarna meer gedetailleerd (laag 2). De volledige, juridische informatie staat op de documentenpagina (laag 3). Dit geldt voor alle pagina's op de website, in het bijzonder voor de Pensioen 1-2-3 van alle deelnemersgroepen en het verkorte jaarverslag.

Mijn Pensioencijfers: De persoonlijke en beveiligde omgeving van de website, met onder andere de UPO's van de deelnemer en andere documenten. De deelnemer kan hier zelf pensioenzaken regelen en pensioencijfers zien.

Jaarverslag: PNB brengt elk jaar een jaarverslag uit. Dit jaarverslag wordt tevens op de website van het fonds geplaatst. Daarnaast publiceert PNB op de website een verkorte versie van het jaarverslag.

Digitale nieuwsbrief: Tweemaal per jaar verschijnt de digitale nieuwsbrief in drie varianten. Deze wordt verstuurd aan alle deelnemers met een digitaal profiel met e-mailadres. Deelnemers die PNB niet digitaal kan bereiken, ontvangen de nieuwsbrief per post.

In december wordt bij de digitale en papieren nieuwsbrief onderscheid gemaakt op basis van het pensioenreglement, omdat in deze nieuwsbrief eventuele reglementswijzigingen en indexaties worden gecommuniceerd. Er is een separate nieuwsbrief voor:

- actieve deelnemers van reglement I
- actieve deelnemers van reglement II
- gewezen en gepensioneerde deelnemers

In de zomernieuwsbrief wordt alleen onderscheid gemaakt tussen de drie deelnemersgroepen: actieve, gewezen en gepensioneerde deelnemers. Segmentatie op basis van reglement is daarbij niet aan de orde.

De werkgevers ontvangen een separate mailing waarin links zijn opgenomen naar deze nieuwsbrieven.

E-mailservice: de deelnemers die aangegeven hebben digitaal te worden geïnformeerd ontvangen periodiek een digitale mailing, afhankelijk van de actualiteiten.

Digitale mailing werkgevers: werkgevers ontvangen elk jaar een digitale mailing met de kerncijfers voor het komende jaar.

Werkgeverschecklist: Voor werkgevers is de checklist 'Wegwijs in pensioen' beschikbaar op de website. Deze wordt (indien nodig) jaarlijks bijgewerkt.

8.4 Papieren communicatiemiddelen

Brieven:

- Deelnemers met een post-profiel of digitaal profiel zonder e-mailadres, ontvangen procesbrieven per post.
- Bijna-gepensioneerden ontvangen een brief waarin de pensioenkeuzes worden toegelicht.

Nieuwsbrief: Tweemaal per jaar verschijnt de papieren nieuwsbrief in drie varianten. Deze wordt verstuurd aan alle deelnemers met een post-profiel of digitaal profiel zonder e-mailadres.¹

8.5 Mondelinge communicatie

De klantenservice van de pensioenuitvoeringsorganisatie is de vraagbaak voor alle deelnemers. De klantenservice is tijdens kantooruren telefonisch bereikbaar en daarbuiten ook per e-mail.

8.6 Doelgroepen – middelenmatrix

Doelgroep	Communicatiemiddel
Actieve deelnemers	• Klantenservice AZL • Brieven en formulieren (op papier of digitaal) • Website met beveiligde omgeving Mijn Pensioencijfers • (Verkort) jaarverslag • (Digitale) nieuwsbrief 2 keer per jaar • E-mailservices, ca. 4 keer per jaar • Jaarlijks UPO
Extra voor bijna gepensioneerden (een jaar vóór pensionering)	• Brief met keuzemogelijkheden
Gewezen deelnemers	• Klantenservice AZL • Brieven en formulieren (op papier of digitaal) • Website met beveiligde omgeving Mijn Pensioencijfers • (Verkort) jaarverslag • (Digitale) nieuwsbrief 2 keer per jaar • E-mailservices, ca. 4 keer per jaar • Jaarlijks UPO (1x per vijf jaar actief toegezonden)
Pensioengerechtigden	• Klantenservice AZL • Brieven en formulieren (op papier of digitaal) • Website met beveiligde omgeving Mijn pensioencijfers • (Verkort) jaarverslag • (Digitale) nieuwsbrief 2 keer per jaar • E-mailservices, ca. 4 keer per jaar

¹ Zie ook verdere uitleg inzake segmentatie bij digitale nieuwsbrief onder paragraaf 9.3.

	• Jaarlijks UPO
--	---

9. Meten en rapporteren

Meten is weten. Zo is in dit communicatiebeleidsplan onder andere gebruik gemaakt van de resultaten uit eerdere gedane onderzoeken, zoals het lezersonderzoek uit 2022 onder de ontvangers van de (digitale) nieuwsbrief. Ook de inzichten uit het lezersonderzoek uit 2023 onder parochies zijn meegenomen.

Begin 2025 wordt een deelnemersonderzoek gedaan om een nulmeting te doen met betrekking tot communicatiedoelstellingen. In deze nulmeting wordt tevens de kennis met betrekking tot het nieuwe pensioenstelsel gemeten alsook uitgevraagd hoe deelnemers de keuzebegeleiding ervaren. Gedurende de looptijd van dit communicatiebeleidsplan zal periodiek worden getoetst in hoeverre de ingezette activiteiten leiden tot verbeteringen, en of eventuele aanscherping dan wel aanpassing nodig dan wel gewenst is om de communicatie en keuzebegeleiding nog beter te laten aansluiten bij de wensen en behoeften van de deelnemers.

Verder blijft de CVC de statistieken van de website en de digitale nieuwsbrieven in de gaten houden, om te zien hoe men reageert op bepaalde communicatie.

10. Tot slot

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

Aldus vastgesteld in de bestuursvergadering d.d. 13 november 2024 te Zeist.



J.P.B. Brand
voorzitter



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

Bijlage 1

Tabel 1: overzicht van deelnemersgroepen per reglement

Stand per 1 oktober 2024

Status	Pensioenreglement I	Pensioenreglement II	totaal
Deelnemers	458	108	566
Arbeidsongeschikten (AO'ers)	22	11	33
Ingegaan ouderdomspensioen	977	421	1.398
Ingegaan partnerpensioen	105	27	132
Ingegaan wezenpensioen	4	0	4
Slapers	328	192	520
Gewezen partners	14	3	17
Totalen	1.908	762	2670

Tabel 2: leeftijdsverdeling per deelnemersgroep

Stand per 1 oktober 2024

Leeftijd	Deelnemers	AO'ers	Slapers	Gewezen partners	Ingegaan ouderdomspensioen	Ingegaan partnerpensioen	Ingegaan wezenpensioen	Totaal
5-15							1	1
15-25							3	3
25-35	20		6					26
35-45	73		40			1		114
45-55	115	2	105			1		223
55-65	289	21	291		4	7		612
65-75	69	10	78	12	545	40		754
75-85				5	504	58		567
85-95					316	23		339
95-105					29	2		31
Totaal	566	33	520	17	1.398	132	4	2.670