

Pensioenen verlagen: informeer eerlijk, persoonlijk en stimuleer actie

Als pensioenfondsen hun pensioenen verlagen, moeten zij hun deelnemers en pensioengerechtigden (hierna: deelnemers) hierover met een brief te informeren. Daarnaast kiezen veel pensioenfondsen ervoor om hun deelnemers ook vooraf via de website, nieuwsbrieven en andere kanalen op de hoogte te houden over verlagingen. De AFM houdt toezicht op deze informatie.

Om inzicht te krijgen hoe pensioenfondsen communiceren over zowel aanstaande als doorgevoerde verlagingen, heeft de AFM in 2019 onderzoek gedaan bij een aantal pensioenfondsen. Daarnaast hebben 698 leden van het AFM Consumentenpanel in 2019 een vragenlijst ingevuld die hun behoeften rondom communicatie over verlagingen in kaart brengt. Op basis van de resultaten van deze onderzoeken doet de AFM enkele aanbevelingen over het informeren over pensioenverlagingen.

1. Vertel een eerlijk verhaal

Informatie over zowel aanstaande als doorgevoerde pensioenverlagingen moet evenwichtig zijn. Het verlagen van pensioenen kan verschillende oorzaken hebben. Het alleen wijzen op externe factoren als de lage rentestand is in ieder geval niet evenwichtig, als de verlaging (ook) het gevolg is van gemaakte

beleggingskeuzes en de hoogte van premies. Als u uitleg geeft over de oorzaken van een verlaging, horen daar zowel de rente als beleggingskeuzes en de hoogte van premies in thuis. Breng in kaart wat voor uw doelgroep relevant is, en geef dat vervolgens evenwichtig weer.

2. Maak het persoonlijk

Het is belangrijk dat deelnemers begrijpen wat het verlagen van de pensioenen concreet voor hen betekent. De AFM verwacht dat pensioenuitvoerders onderstaande uitgangspunten hanteren om aan de informatieverstrekkingnormen te voldoen.

Vermijd moeilijk taalgebruik

Door jargon en formeel taalgebruik creëert u afstand tot de lezer en wordt informatie al snel onduidelijk. Gebruik daarom concrete begrippen, zoals 'verlagen', en vermijd jargon (zoals 'dekkingsgraad', 'herstelmaatregelen' en 'pensioenaanspraken') of licht dat toe. Heldere informatie helpt deelnemers om de boodschap te begrijpen en geeft hen een realistisch beeld van de situatie. Of uw teksten duidelijk zijn, kunnen uw deelnemers het beste beoordelen. Wij verwachten dan ook dat u uw informatie toetst bij uw doelgroep.

Communiceer in euro's

Uit het AFM Consumentenpanel blijkt dat deelnemers een voorkeur hebben voor een weergave van de gevolgen van de verlaging in euro's per maand. De getoonde bedragen geven dan beter de persoonlijke situatie weer en maakt een vergelijking tussen de hoogte van het pensioen voor en na de verlaging eenvoudiger. De AFM verwacht daarom dat pensioenuitvoerders bij verlagingen de gevolgen voor deelnemers in euro's per maand weergeven, zodat de persoonlijke informatie aansluit bij de informatiebehoefte en kenmerken van de deelnemer.

Geef inzicht in status van verlagingen

In het AFM Consumentenpanel geeft 96% van de deelnemers aan er behoefte aan te hebben om te weten of een doorgevoerde verlaging definitief is of niet. Deze uitkomst sluit aan bij inzichten die bekend zijn uit de gedragswetenschappen, waaruit blijkt dat het communiceren van onzekerheden leidt tot passiviteit. Vaak denken mensen dan dat de werkelijkheid uiteindelijk mee zal vallen, waardoor ze geneigd zijn om geen actie te ondernemen.

Zorg voor consistentie tussen communicatiemiddelen

Uit het AFM Consumentenpanel blijkt dat 82% van de deelnemers aan informatie over zowel aanstaande als doorgevoerde verlagingen komt via de website van hun eigen pensioenfonds. De AFM verwacht dat pensioenfondsen ervoor zorgen dat de informatie die zij geven in verschillende communicatiemiddelen onderling consistent is, zodat alle informatie correct is en er geen verwarring over de boodschap kan ontstaan.

3. Zet aan tot actie

Pensioenverlagingen zijn slecht nieuws. Om deelnemers en pensioengerechtigden te stimuleren om actie te ondernemen, verwacht de AFM dat pensioenfondsen een gedragsdoel koppelen aan informatie over verlagingen. Deelnemers zijn daarbij vaak al geholpen met een klein duwtje in de rug. Verwijs hen bijvoorbeeld naar mijnpensioenoverzicht.nl of het Nibud Persoonlijk Budgetadvies. Het helpt daarbij om het de deelnemer zo eenvoudig mogelijk te maken, door bijvoorbeeld de juiste link op opvallende wijze in de tekst te plaatsen.