



Communicatiebeleid **2025-2027**

Pensioen zo persoonlijk mogelijk maken

1. Inleiding	3	6. Communicatiemiddelen	13
2. Het pensioenfonds	4	Randvoorwaarden voor alle niet-wettelijk vereiste communicatie	13
Financiën	4	Website	13
Kenmerken doelgroepen	4	Jij&Wij Magazine	13
3. Communicatiebeleid	6	Pensioenkrant	13
Communicatievisie, -missie en -strategie	6	Werkgever	14
Kernwaarden	6	Jij&Wij Online	14
Doelgroepen	7	Social Media	14
Communicatiestrategie nader toegelicht	7	Wettelijk vereiste communicatie:	15
Pers & Voorlichting	7	▪ Werknemers	
Social media	7	▪ Werkgevers en administratiekantoren	
4. Adequate keuzebegeleiding	8	▪ Gepensioneerden	
Ambitie	9	▪ Slapers	
Keuzeomgeving	10	7. Communicatiejaarplan	16
Communicatiemiddelen	10		
Evaluatie en verbetering	10		
5. Doelstellingen en toetsing	11		
Werknemers	11		
Werkgevers en administratiekantoren	11		
Gepensioneerden	12		
Slapers	12		

1. Inleiding

In het communicatiebeleid staan de uitgangspunten en doelstellingen van de communicatie van Pensioenfonds Detailhandel. Omdat voor de doelgroepen* van het pensioenfonds pensioen een ver-van-mijn-bed-show is, willen wij laagdrempelig, concreet en herkenbaar communiceren. Zo maken wij pensioen persoonlijk. Pensioenfonds Detailhandel werkt de komende jaren aan de overgang naar het nieuwe pensioen. Er wordt onder meer een Communicatieplan Wtp geschreven en periodiek onderzoek gedaan. In deze transitieperiode is dit communicatiebeleid leidend.

*Doelgroepen Pensioenfonds Detailhandel

- Werknemers die pensioen opbouwen via de pensioenregeling van Pensioenfonds Detailhandel.
- Oud-werknemers die geen pensioen meer opbouwen bij Pensioenfonds Detailhandel en die het opgebouwde pensioen bij het pensioenfonds hebben laten staan (in het communicatiebeleid spreken wij over 'slapers').
- Gepensioneerden, pensioengerechtigden die een pensioen ontvangen van Pensioenfonds Detailhandel.
- Werkgevers en administratiekantoren.



2. Het pensioenfonds

Pensioenfonds Detailhandel is in 1972 opgericht door de werkgevers- en werknemersorganisaties in de detailhandel. Deelname aan het pensioenfonds is verplicht. In de loop van de jaren hebben de pensioenfonds voor Wonen, Dranken, Textiel en Schoenmakerij, Schoen-, Leder- en Lederwarenindustrie zich aangesloten bij de verplichtstelling van Pensioenfonds Detailhandel. Het pensioenfonds is één van de grotere Nederlandse bedrijfstakpensioenfonds, met circa: 33.000 werkgevers, 372.000 werknemers, 785.000 slapers en 173.000 gepensioneerden.

Financiën pensioenfonds*

Ontvangen premie circa 1,2 miljard euro.
Belegd vermogen circa 32,7 miljard euro.
Uitkeringen circa 550 miljoen euro.

Kenmerken doelgroepen

1. De diversiteit is groot.
2. Er werken aanzienlijk meer vrouwen dan mannen
(van de actieven: 62% vrouw en 38% man)

Verhouding aantal actieve deelnemers v/m per leeftijdsgroep:

Leeftijd van	tot	Aandeel in totaal aantal actieven	
		Mannen	Vrouwen
18	25	40%	60%
25	30	40%	60%
30	35	40%	60%
35	40	40%	60%
40	45	38%	62%
45	50	35%	65%
50	55	32%	68%
55	60	31%	69%
60	67	34%	66%
Totaal		38%	62%

*Cijfers jaarverslag 2024.

2. Het pensioenfonds



3. Het salaris van mannen is gemiddeld hoger dan van vrouwen; op basis van fulltime salaris*:
 - Leeftijd 20-24: gemiddeld 2% hoger
 - Leeftijd 25-29: gemiddeld 7% hoger
 - Leeftijd 30-34: gemiddeld 14% hoger
 - Leeftijd 35-39: gemiddeld 23% hoger
 - Leeftijd 40-49: gemiddeld 31% hoger
 - Leeftijd 50-59: gemiddeld 38% hoger
 - Leeftijd 60-66: gemiddeld 31% hoger
4. Iets meer dan de helft van de deelnemers heeft een fulltime jaarsalaris lager dan € 35.000.
5. De dienstverbanden zijn gemiddeld kort van aard (binnen de afgelopen twee jaar ging 1/3 van de actieve deelnemers uit dienst).
 - De deelnemers die in 2025 pensioen opbouwden, deden dat gemiddeld over 10 maanden.
 - 61% van de deelnemers die in 2025 pensioen opbouwden, deden dat in alle 12 maanden.
 - Van de deelnemers tussen 20 en 25 jaar is de helft 1 jaar of korter in dienst.
 - Van de deelnemers tussen 25 en 30 jaar is 30% 1 jaar of korter in dienst.
 - Van de deelnemers tussen 55 en 60 jaar is de helft 5 jaar of korter in dienst.
6. 3/4 van de gewezen deelnemers heeft een (totaal) dienstverband korter dan drie jaar.
7. Slechts 27% van de deelnemers (merendeel mannen) werkt fulltime.
 - Van de mannen werkt 49% fulltime, van de vrouwen werkt 14% fulltime. Totaal: 27% fulltime.
 - Bij mannen zijn er meer fulltimers naarmate deelnemers ouder worden en bij vrouwen zijn er minder fulltimers naarmate deelnemers ouder worden.
 - Van de mannen die parttime werken, is het gemiddelde parttime percentage 63%. Naarmate deelnemers ouder worden loopt het parttime percentage op.
 - Van de vrouwen die parttime werken, is het gemiddelde parttime percentage 76%. Naarmate deelnemers ouder worden loopt het parttime percentage op, maar minder dan bij mannen.
8. Het ouderdomspensioen dat wij uitkeren, bedraagt gemiddeld € 3.400 per jaar (mannen = € 4.300 / vrouwen = € 2.600).

3. Communicatiebeleid

Communicatievisie, -missie en -strategie Visie

Tot de leeftijd van 60 jaar is pensioen voor de meeste deelnemers een ver-van-mijn-bedshow, waardoor ze pas na het passeren van die leeftijdsgrens ontvankelijk zijn voor communicatie rondom hun pensioen. Tegelijkertijd is er bij deelnemers behoefte aan grip op hun toekomstige financiën.

Missie

Met haar manier van communiceren wil het pensioenfonds deelnemers meer bij hun pensioen stil laten staan. Door hen op een verrassende, laagdrempelige, concrete en herkenbare wijze hierover te informeren.

Strategie

Pensioenfonds Detailhandel wil pensioen zo persoonlijk mogelijk maken. Met onverwachte communicatievormen en verhalen wil het pensioenfonds deelnemers informeren en inspireren over hun pensioen. Hierdoor worden ze er nieuwsgierig naar en maken we het persoonlijk.

Onze kernwaarden

De kernwaarden zijn: **betrouwbaar**, **professioneel**, **toegankelijk**, **vernieuwend**.

Betrouwbaar

Voor de meeste deelnemers is pensioen geen onderwerp om je druk over te maken. Pas als de pensioenleeftijd nadert, begint het meer te leven. Wanneer pensioen wel in beeld komt, wil men deskundige informatie. Pensioenfonds Detailhandel levert die: concreet, herkenbaar en laagdrempelig.

Professioneel

Het pensioenfonds voert de pensioenregeling deskundig, zorgvuldig en efficiënt uit.

Het communicatiebeleid van Pensioenfonds Detailhandel draagt bij aan de visie, missie en strategie van het pensioenfonds.



3. Communicatiebeleid



Toegankelijk

We zijn goed bereikbaar en communiceren afgestemd op de behoefte van de doelgroepen.

Vernieuwend

Naast de wettelijke vereiste communicatie worden de doelgroepen ook op andere manieren geïnformeerd en geïnspireerd om een paar keer per jaar bij hun pensioen stil te staan.

Doelgroepen

- Werknemers die pensioen opbouwen via de pensioenregeling van Pensioenfonds Detailhandel.
- Oud-werknemers die geen pensioen meer opbouwen bij Pensioenfonds Detailhandel en die het opgebouwde pensioen bij het pensioenfonds hebben laten staan (in het communicatiebeleid spreken wij over 'slapers').
- Gepensioneerden, pensioengerechtigden die een pensioen ontvangen van Pensioenfonds Detailhandel.
- Werkgevers en administratiekantoren.

Communicatiestrategie nader toegelicht

Bij Pensioenfonds Detailhandel is pensioeninformatie makkelijk vindbaar en helder. Daarbij voldoet het aan alle wettelijke eisen. Wij willen dat onze doelgroepen een paar keer per jaar stilstaan bij hun pensioen. Om te bekijken doen wij dat met onverwachte communicatievormen en verhalen, waarmee wij mensen willen inspireren en verrassen. Dit noemen we de Paard van Troje-strategie. Denk daarbij Jij&Wij Magazine, een lifestyle magazine met pensioenonderwerpen, dat drie keer per jaar wordt verstuurd naar werknemers.

Helder over beleggen

Pensioenfonds Detailhandel wil zo helder mogelijk zijn over haar beleggingsbeleid. Maar de informatie en de vereisten rondom beleggingen zijn voor deelnemers complex, vandaar dat Pensioenfonds Detailhandel hierover op een toegankelijke en aansprekende wijze wil communiceren. Om die reden is beleggen een integraal onderdeel van het communicatiebeleid van Pensioenfonds Detailhandel en het draagt bij aan de doelstelling van het pensioenfonds: een goed pensioen. Pensioenfonds Detailhandel deelt informatie over haar beleggingsbeleid zowel via de wettelijk vereiste als niet-wettelijk vereiste communicatiemiddelen. Wie meer wil ontdekken, slaat Jij&Wij Magazine open of checkt het online platform [jijenwijnline.nl](https://www.jijenwijnline.nl).

Pers & Wordvoering

Pensioenfonds Detailhandel hanteert een passief persbeleid. We benaderen de pers niet actief, maar kiezen ervoor om ons verhaal te vertellen via eigen communicatiekanalen- en merken. Dit is in lijn met de Paard van Troje-strategie.

Social media

Het pensioenfonds maakt gebruik van social media om makkelijk contact te leggen met haar doelgroepen.

4. Adequate keuzebegeleiding

Het maken van passende keuzes binnen de pensioencontext is complex. Bepalend hiervoor zijn de mate van kennis en interesse voor het onderwerp, de lange looptijd van pensioenen en de effecten die verschillende keuzes op elkaar kunnen hebben. Pensioenfonds Detailhandel onderschrijft daarom het belang van een keuzeomgeving die deelnemers laagdrempelig, concreet en herkenbaar in staat stelt passende pensioen-

keuzes te maken. Dat gebeurt bijvoorbeeld door de diverse keuzemogelijkheden inzichtelijk te maken en door aan te geven welke levensgebeurtenissen van invloed kunnen zijn op het pensioen. Zo kunnen deelnemers de informatie tot zich nemen en begrijpen welke eventuele acties van hen worden verlangd.

Met ingang van 1 juli 2023 is een nieuwe wettelijke open norm van kracht: adequate keuzebegeleiding. Deze norm is vastgelegd in artikel 48a van de Pensioenwet. Deze norm verplicht pensioenuitvoerders om – naast het verstrekken van informatie – te zorgen voor een zorgvuldige inrichting van de keuzeomgeving. Pensioenfonds Detailhandel heeft een keuzeomgeving ingericht die deelnemers in staat stelt een passende keuze te maken.

Continu proces



4. Adequate keuzebegeleiding



Pensioenfonds Detailhandel gaat in haar communicatiebeleid verder dan de wettelijke vereisten op het gebied van pensioencommunicatie en -informatie. Dit gebeurt met een verhoogde inzet van niet-wettelijke communicatie, waarin de Paard van Troje-strategie centraal staat. Een strategie waarmee het pensioenfonds deelnemers op onverwachte momenten met verrassende communicatiemiddelen stil wil laten staan bij hun pensioen. De afzender van de boodschap is daarbij vaak niet meteen duidelijk. Uit de praktijk blijkt dat officiële post van het pensioenfonds snel in een bureaulade verdwijnt of op een stapeltje nog te lezen belandt. Onze ervaring is ook dat het communicatief beter werkt als de naam Pensioenfonds Detailhandel of het woord 'pensioen' bescheiden gebruikt wordt.

Ambitie

Uiteindelijk begint de ambitie bij de deelnemers. Wat is voor hen de ideale manier om te worden geïnformeerd over hun pensioen? Om die reden doet Pensioenfonds Detailhandel periodiek onderzoek naar kennis, houding en gedrag van deelnemers op het gebied van hun pensioen. Ook adequate keuzebegeleiding maakt hier onderdeel van uit. Belangrijke onderzoeksvragen zijn daarbij: wat hebben deelnemers nodig om passende keuzes te maken? Welke hulp verwachten ze hierbij en welke rol wil het pensioenfonds vanuit dat perspectief spelen voor deelnemers? Preciezer nog; wat kan én wil het pensioenfonds bieden en in hoeverre past dat aanbod bij de behoefte van de specifieke populatie(s)? Op basis van de onderzoeksuitkomsten en -inzichten wordt de ambitie geoptimaliseerd.

Zodra pensioen in beeld komt, willen deelnemers deskundig worden geïnformeerd. Pensioenfonds Detailhandel doet dat op een concrete, herkenbare en laagdrempelige wijze.

Pensioenfonds Detailhandel werkt de komende jaren aan de overgang naar het nieuwe pensioen. Dit betekent dat de ambitie van het pensioenfonds ten aanzien van adequate keuzebegeleiding dan wordt herzien. Tot die tijd werkt Pensioenfonds Detailhandel met de huidige beleidsrichtlijnen:

- Pensioenfonds Detailhandel kiest voor een on- en offline benadering die past bij de *always on* mentaliteit van de deelnemer, die op ieder moment pensioenzaken moet kunnen organiseren.
- De keuzeomgeving is persoonlijk en biedt de deelnemers op individueel niveau inzicht in de persoonlijke situatie. De geboden informatie is concreet, laagdrempelig en herkenbaar. Dit alles binnen een veilige afgeschermdde omgeving.
- Op alle communicatiekanalen en -middelen worden de pensioenkeuzes op dezelfde manier uitgelegd.
- Mocht daar behoefte aan zijn, dan staat de Pensioendesk klaar om deelnemers via 1-op-1 contact te ondersteunen.
- Pensioenfonds Detailhandel monitort, evalueert en verbetert de effectiviteit van de keuzeomgeving periodiek.

4. Adequate keuzebegeleiding

Keuzeomgeving

Voor de meeste deelnemers is pensioen een ver-van-mijn-bedshow waar ze liever niet mee bezig zijn totdat de pensioenleeftijd echt in zicht is. Daarom biedt Pensioenfonds Detailhandel de informatie over pensioen en pensioenkeuzes gelaagd aan. Met als basis de Paard van Troje-strategie.

Ter illustratie: actieve deelnemers (werknemers) ontvangen via Jij&Wij Magazine regelmatig artikelen met informatie over hun pensioen en pensioenkeuzes. Daarbij delen we ook informatie over pensioen en pensioenkeuzes via het onlineplatform Jij&Wij Online en de bijbehorende social mediakanalen. Verder vinden deelnemers op de website van Pensioenfonds Detailhandel een uitgebreid overzicht over de pensioenkeuzes en een stappenplan voor het aanvragen van hun pensioen ('Binnenkort met pensioen? Dit moet u doen'). Deze informatie is concreet, laagdrempelig en herkenbaar.

Een half jaar voordat deelnemers de pensioenleeftijd bereiken, ontvangen zij een brief van Pensioenfonds Detailhandel, die hen uitnodigt om naar de persoonlijke pensioenomgeving te gaan. Daar staat persoonlijke informatie voor hen klaar, waarmee berekeningen kunnen worden gemaakt. Ook zijn pensioenkeuzes te bepalen en te bevestigen. Deelnemers die minder digitaal vaardig zijn, kunnen het onlineproces achter de login geheel schriftelijk afhandelen. Als deelnemers behoefte hebben aan meer persoonlijk contact, kan dat met medewerkers van de Pensioendesk van Pensioenfonds Detailhandel. Die contactgegevens zijn makkelijk te vinden op de website en in de persoonlijke pensioenomgeving.

Communicatiemiddelen

Dit zijn de communicatiemiddelen die Pensioenfonds Detailhandel inzet om deelnemers te informeren en begeleiden bij hun pensioen en pensioenkeuzes:

- **Pensioenkeuzeverkenner** voor deelnemers op de website van Pensioenfonds Detailhandel. Maar ook op het eigen online platform Jij&Wij Online en op de social media van Pensioenfonds Detailhandel wordt verwezen naar de pensioenkeuzeverkenner.
- **Video's** die we op de verschillende online en social mediakanalen van het pensioenfonds delen met de deelnemers.
- **De website pensioenfondsdetailhandel.nl** met periodiek nieuwsberichten en informatie over pensioenkeuzes en het proces rondom het aanvragen van het pensioen: 'Binnenkort met pensioen? Dit moet u doen.'
- **Het online platform jijenwijonline.nl** waar periodiek artikelen worden gepubliceerd die deelnemers informeren over de verschillende pensioenkeuzes en het proces rondom 'met pensioen gaan'.
- **Pensioen- en beleggingsgerelateerde artikelen in Jij&Wij Magazine.** Dit magazine krijgen circa 350.000 actieve deelnemers 3 x per jaar thuisgestuurd, maar is ook online te lezen.
- **De persoonlijke pensioenomgeving** achter de login op de website van Pensioenfonds Detailhandel. Hier kunnen deelnemers berekeningen maken voor meer inzicht in hun persoonlijke situatie en zien ze wat voor invloed de pensioenkeuzes hebben op hun verwachte pensioen.
- **Vershillende brieven** rondom het proces 'met pensioen gaan'.
- **De Pensioendesk** voor 1-op-1 contact (telefonisch of via e-mail).

Evaluatie en verbetering

Tijdens de implementatie van de Wet toekomst pensioenen doet Pensioenfonds Detailhandel onderzoek naar kennis, houding en gedrag van deelnemers inzake pensioen, en in het bijzonder de nieuwe regels voor pensioen. Adequate keuzebegeleiding wordt ook in dat onderzoek meegenomen.

Ieder jaar vindt door de Commissie Communicatie van Pensioenfonds Detailhandel een evaluatie plaats in hoeverre de doelen zijn behaald. Het is immers zo dat het altijd beter kan. Samenlevingsvormen veranderen, de pensioenleeftijd schuift en wensen van deelnemers zijn voortdurend aan verandering onderhevig. Daarom is door Pensioenfonds Detailhandel een proces opgezet, waarbij periodiek wordt getoetst, geëvalueerd en verbeterd.

5. Doelstellingen en toetsing

Het beleid wordt getoetst aan de wettelijke eisen die aan pensioencommunicatie worden gesteld. Het beleid is van toepassing op alle informatie die het pensioenfonds verstrekt of beschikbaar stelt. De eisen zijn dat het pensioenfonds correct, evenwichtig, tijdig en duidelijk informeert. Daarnaast toetst het pensioenfonds op de criteria: herkenbaar, concreet en laagdrempelig.

Werknemers

Doelstellingen:

- Communicatie aan de werknemers voldoet aan de eisen die de pensioenwet stelt.
- De communicatie van het pensioenfonds voldoet aan de eisen en de richtlijnen van de Autoriteit Financiële Markten. Door de evenwichtige informatieverstrekking moeten werknemers zich bewust zijn van de pensioenopbouw en de eventuele risico's die er zijn. Naast het pensioenfonds zorgt ook het pensioenregister voor inzage in de opgebouwde pensioenaanspraken.
- Werknemers moeten duidelijk en evenwichtig geïnformeerd worden over:
 - De inhoud van de pensioenregeling;
 - De hoogte van de opgebouwde pensioenaanspraken (inclusief toeslagen);
 - De hoogte van het te bereiken pensioen;
 - De risico's die ze eventueel lopen.

Toetsing:

- Pensioenbewustzijn stimuleren: ik weet wat pensioen voor mij betekent;
- Op het juiste moment in actie komen: ik weet waar informatie over regeling/pensioen/eigen pensioensituatie gehaald kan worden, ik haal de gewenste informatie op bij de juiste bronnen en maak op tijd eigen keuzes, ik heb directe toegang tot gegevens op de persoonlijke pensioen-omgeving via de website;
- Vertrouwen in het pensioen en het pensioenfonds: ik weet dat mijn pensioen goed wordt beheerd, ben me bewust van keuzemogelijkheden binnen de pensioenregeling.

Werkgevers en administratiekantoren

Doelstellingen:

- De communicatie met deze doelgroep richt zich op een goed functionerende pensioenadministratie.
- Daarnaast moeten werkgevers en administratiekantoren geïnformeerd worden over wijzigingen van de pensioenregeling.
- De werkgevers zijn een belangrijke schakel tussen het pensioenfonds en de werknemers. Het pensioenfonds gaat voor deze doelgroep in haar communicatie verder dan wettelijk vereist is door inzet van niet-wettelijk vereiste communicatie.



5. Doelstellingen en toetsing

Toetsing:

- Zien pensioen als arbeidsvoorwaarde: ik weet wat de pensioenregeling inhoudt en voor mijn werknemers betekent;
- Relevante informatie en ondersteuning bieden: ik weet waar informatie over de regeling te vinden is, ben me bewust van de verantwoordelijkheid op het gebied van informatieverstrekking over pensioen, informeer mijn werknemers op de juiste momenten;
- Stimuleren om pensioen op te pakken: ik weet wanneer werknemers geïnformeerd moeten worden over hun pensioen/pensioensituatie, weet wat er wordt verwacht met betrekking tot gegevensaanlevering en premieafdracht, voel mij in de informatievoorziening gesteund en gefaciliteerd door pensioenfonds, ik neem verantwoordelijkheid rondom gegevens-, informatieverstrekking en afdracht van premies.

Gepensioneerden

Doelstellingen:

- Communicatie aan de werknemers voldoet aan de eisen die de pensioenwet stelt.
- De communicatie van het pensioenfonds aan de eisen en de richtlijnen van de Autoriteit Financiële Markten. Door de evenwichtige informatieverstrekking moeten werknemers zich bewust zijn van de pensioenopbouw en de eventuele risico's die er zijn. Naast het pensioenfonds, zorgt ook het pensioenregister voor inzage in de opgebouwde pensioenaanspraken.
- Ze zijn goed geïnformeerd over hun pensioen;
- Ze voelen zich betrokken bij het pensioenfonds;
- Ze weten wanneer ze hun pensioen ontvangen.

Toetsing:

- Mijn pensioen is helder: ik weet wat ik krijg en wanneer.
- Mijn pensioenfonds is betrouwbaar: ik krijg op tijd uitbetaald en wordt tijdig geïnformeerd over relevante wijzigingen in het pensioen en -stelsel.
- Mijn pensioenfonds is toegankelijk: ik word op een prettige manier betrokken bij het pensioenfonds.
- Mijn pensioenfonds is professioneel: ik krijg de feiten te zien.

Slapers

Slapers vormen de grootste groep van het pensioenfonds. Omdat deze doelgroep door de korte arbeidsrelatie op grote afstand van het pensioenfonds staat, hanteert het pensioenfonds wel doelstellingen, maar toetsen ze de communicatie niet op effectiviteit. Het pensioenfonds maakt onderscheid tussen slapers binnen vijf jaar voor de pensioenleeftijd en slapers ver voor de pensioenleeftijd.

Slapers binnen vijf jaar voor de pensioenleeftijd

Doelstellingen:

- Communicatie aan de werknemers voldoet aan de eisen die de pensioenwet stelt.
- De communicatie van het pensioenfonds aan de eisen en de richtlijnen van de Autoriteit Financiële Markten. Door de evenwichtige informatieverstrekking moeten werknemers zich bewust zijn van de pensioenopbouw en de eventuele risico's die er zijn. Naast het pensioenfonds, zorgt ook het pensioenregister voor inzage in de opgebouwde pensioenaanspraken.

- Pensioenbewustzijn stimuleren;
- Jaarlijks op de hoogte stellen van hun pensioen;
- Wijzen op de persoonlijke pensioenomgeving achter de login op de website, om daar de opgebouwde pensioenaanspraken in het pensioenregister te bekijken en berekeningen te maken voor meer inzicht in de persoonlijke situatie.

Slapers ver voor de pensioenleeftijd

Doelstellingen:

- Pensioenbewustzijn stimuleren;
- Iedere vijf jaar op de hoogte stellen van hun pensioen;
- Wijzen op de persoonlijke pensioenomgeving achter de login op de website, om daar de opgebouwde pensioenaanspraken in het pensioenregister te bekijken en berekeningen te maken voor meer inzicht in de persoonlijke situatie.

6. Communicatiemiddelen

Randvoorwaarden voor alle niet-wettelijk vereiste communicatie

- Liever beelden dan teksten.
- Taal B1-niveau.
- Zo concreet en simpel mogelijk.

Website

Centraal in de communicatie staat de website pensioenfonds-detailhandel.nl. Niemand komt voor de lol op de website van Pensioenfonds Detailhandel. Als je daar komt, wil je zo snel mogelijk informatie vinden of antwoord op een vraag. Daarom is onze de website erop gericht om laagdrempelig concrete informatie te geven over pensioen of te helpen bij een vraag.

Jij&Wij Magazine

Lifestyle magazine dat drie keer per jaar (mei, september en december) naar werknemers op het thuisadres wordt verstuurd.



Pensioenkrant

Krant met pensioeninformatie en nieuwtjes uit de retail. De Pensioenkrant wordt een keer per jaar naar gepensioneerden op het thuisadres verstuurd.

Werkgever

Nieuwsbulletin met relevante informatie over het pensioenfonds en de pensioenadministratie. De Werkgever wordt drie keer per jaar (voorjaar, najaar, winter) verstuurd naar werkgevers en administratiekantoren.



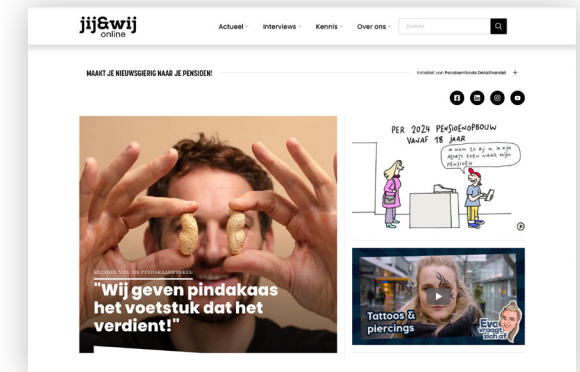
In dit hoofdstuk staan de communicatiemiddelen wettelijk/niet-wettelijk vereiste communicatie per doelgroep beschreven.

6. Communicatiemiddelen



Jij&Wij Online

Contentplatform jijenwijonline.nl met inspirerende retailverhalen, interviews met retailmedewerkers en -ondernemers en pensioen- en beleggingsinformatie van Pensioenfonds Detailhandel.



Social media

Onder het eigen communicatiemerk Jij&Wij Online heeft Pensioenfonds Detailhandel de beschikking over de volgende social media kanalen:

- Facebook
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn*

*op LinkedIn heeft het pensioenfonds ook een separaat account onder de eigen bedrijfsnaam.

6. Communicatiemiddelen



Wettelijk vereiste communicatie

Het pensioenfonds is wettelijk verplicht om op de volgende momenten de deelnemer te informeren en informatie te verstrekken:

- Bij aanvang en beëindiging van het dienstverband.
- Bij pensionering.
- Jaarlijks een Uniform Pensioenoverzicht (vijfjaarlijks voor slapers).
- Bij gebeurtenissen als echtscheiding, vertrek naar een andere lidstaat.
- Over zaken die van invloed zijn op de hoogte van de pensioenaanspraken, zoals individuele en collectieve waardeoverdracht, korting bij pensioenaanspraken of rechten, afkoop van (klein) ouderdomspensioen en/of (bijzonder) partnerpensioen, deelname aan de vrijwillige regeling.
- Over reglementswijzigingen en over (wel/geen) toeslagverlening.
- Over de Z-score.
- Pensioenopbouw.
- Indexering.
- Verlagen.

Werknemers:

- Jij&Wij Magazine wordt jaarlijks in mei, september en december naar de werknemers verstuurd. Het is ook online beschikbaar via pensioenfondsdetailhandel.nl en jijenwijnonline.nl.
- Website jijenwijnonline.nl + social media accounts Jij&Wij Online.
- Website pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Persoonlijke pensioenomgeving achter de login op pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Diverse brieven, waaronder het Uniform Pensioenoverzicht (UPO).

Gepensioneerden:

- Eén keer per jaar de Pensioenkrant.
- Website jijenwijnonline.nl + social media accounts Jij&Wij Online.
- Website pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Persoonlijke pensioenomgeving achter de login op pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Diverse brieven, waaronder het Uniform Pensioenoverzicht (UPO).

Werkgevers en administratiekantoren:

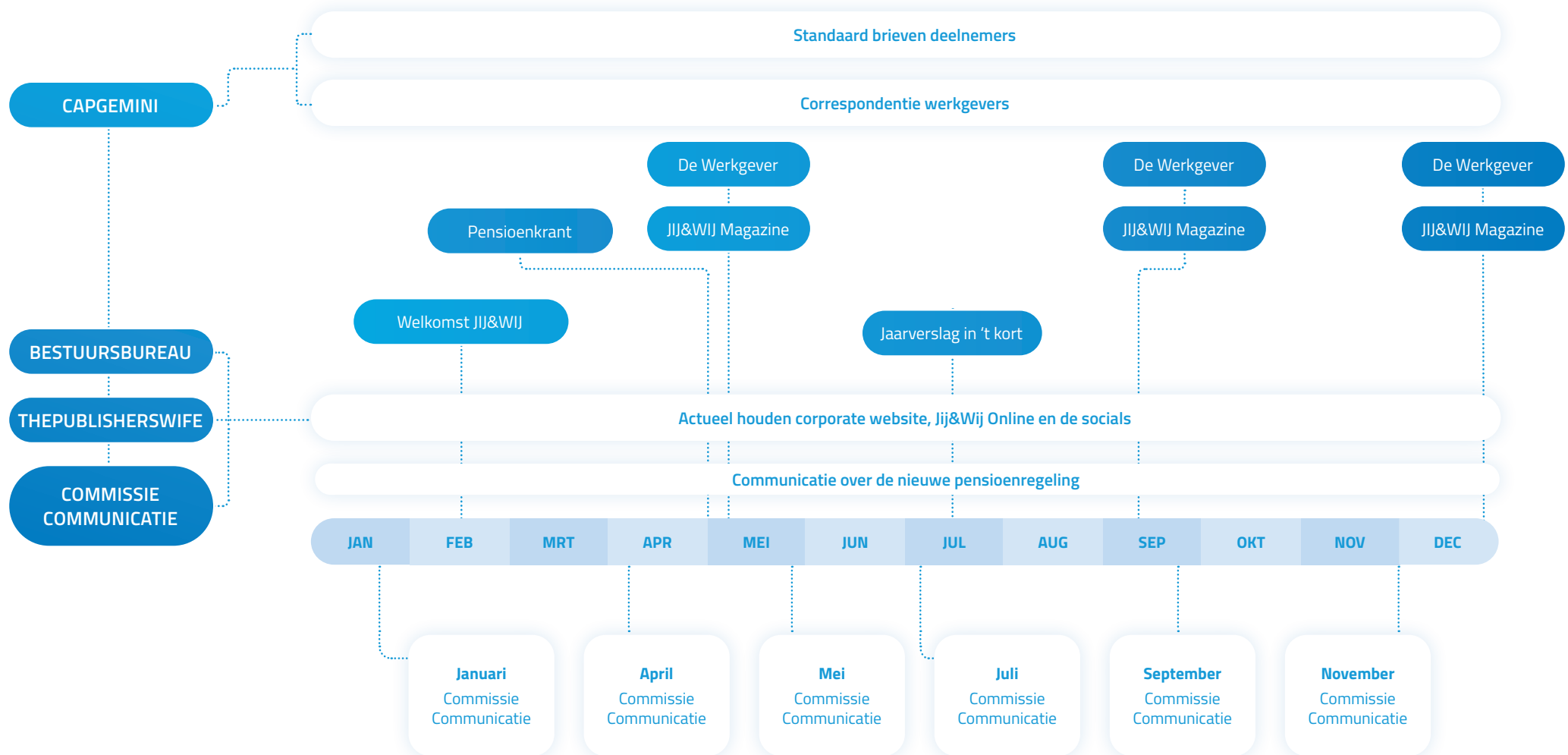
- Drie keer per jaar informatiebulletin de Werkgever.
- Website jijenwijnonline.nl + social media accounts Jij&Wij Online.
- Website pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Werkgeversportaal achter de login op pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Diverse brieven.

Slapers:

- Uniform Pensioenoverzicht (UPO).
- Website jijenwijnonline.nl + social media accounts Jij&Wij Online.
- Website pensioenfondsdetailhandel.nl.
- Persoonlijke pensioenomgeving achter de login op pensioenfondsdetailhandel.nl.

7. Model communicatiejaarplan

Jaarplan Commissie Communicatie





**Pensioenfonds
Detailhandel**

Varrolaan 124
3584 BW Utrecht
pensioenfondsdetailhandel.nl