



Communicatiebeleid 2022-2024

Pensioen zo persoonlijk mogelijk maken

**Pensioenfonds
Detailhandel**

1 Inleiding	3	5.3.3 De Werkgever	12
2 Het pensioenfonds	4	5.3.4 Website	12
2.1 Financiën pensioenfonds (cijfers Jaarverslag 2020)	4	5.3.5 Social media	12
2.2 Kenmerken doelgroepen	4	5.3.6 Jij&Wij online	12
3 Communicatiebeleid	6	5.4 Verplichte communicatiemomenten	12
3.1 Communicatiemissie en -strategie	6	6 Model communicatiejaarplan	13
3.1.1 Missie		7 Overzicht van alle communicatieuitingen	14
3.1.2 Onze kernwaarden			
3.1.3 Communicatiestrategie korte en lange termijn			
4 Toetsing communicatiebeleid	8		
4.1 Voor werknemers gelden de volgende communicatiedoelstellingen	8		
4.2 Voor werkgevers gelden de volgende communicatiedoelstellingen	8		
4.3 Voor gepensioneerden gelden de volgende communicatiedoelstellingen	9		
4.4 Mediabeleid	9		
4.5 Social mediabeleid	9		
5 Communicatiejaarplan algemeen	10		
5.1 Doelgroepen werknemers	10		
5.1.1 Werknemers	10		
5.1.2 Slapers binnen vijf jaar voor de pensioenleeftijd	10		
5.1.3 Slapers ver voor de pensioenleeftijd	10		
5.1.4 Gepensioneerden	11		
5.2 Werkgevers en administratiekantoren	11		
5.3 Communicatiemiddelen algemeen	12		
5.3.1 Jij&Wij magazine	12		
5.3.2 De Pensioenkrant	12		

1. Inleiding

In het communicatiebeleid worden de uitgangspunten en doelstellingen van de communicatie van Pensioenfonds Detailhandel uitgewerkt. 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. Datzelfde principe geldt voor de communicatie over de beleggingen van het pensioenfonds. Hier is vanuit diverse doelgroepen steeds meer aandacht voor.

*Doelgroepen Pensioenfonds Detailhandel

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



"Pensioen pfff... Het is dat we af en toe Jij&Wij lezen"

- Hariatie Eleveld en Ailene van Elmpt, werkgever

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. Met 32.000 werkgevers, ruim 310.000 actieve werknemers, 810.000 slapers en ruim 120.000 gepensioneerden wordt Pensioenfonds Detailhandel gerekend tot de grotere Nederlandse bedrijfstakpensioenfonds.

2.1 Financiën pensioenfonds (cijfers Jaarverslag 2020)

Premiebijdragen ruim 780 miljoen euro.
Belegd vermogen circa 32 miljard euro.
Uitkeringen ruim 390 miljoen euro.

2.2 Kenmerken doelgroepen:

1. De diversiteit is groot;
2. Er zijn aanzienlijk meer vrouwen dan mannen;
3. Het salaris van mannen is gemiddeld hoger dan van vrouwen;
4. Veel vrouwen stoppen tussen de 25 en 35 jaar (tijdelijk) met werken, deze groep is sterk ondervertegenwoordigd in deze doelgroep;
5. De de dienstverbanden zijn gemiddeld kort van aard(binnen de afgelopen twee jaar ging 50% van de actieve deelnemers uit dienst);
6. Twee derde van de gewezen deelnemers heeft een (totaal) dienstverband korter dan drie jaar;
7. Slechts 30% van de deelnemers (merendeel mannen) werkt fulltime.



**“Ik weet wat
pensioen voor mij betekent”**

- Tjarissa Wattimena en Joël Reehuis, werknemers

2. Het pensioenfonds



“Door de persoonlijke verhalen van mensen in Jij&Wij magazine stond ik zelf ook even stil bij mijn pensioen”

- Mark Bastiaansen, werknemer

Samenstelling Pensioenfonds Detailhandel, december 2020

Type deelnemer	Aantal	%	M	V
Actief	310.044	25,00%	104.550	173.604
Slapend	810.087	65,32%	292.219	418.888
Pensioengerechtigd	120.090	9,68%	49.373	69.648
Totaal	1.240.221	100,00%	446.142	662.140

Verdeling naar leeftijd

Status	19 jaar of jonger	20-29 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar	60-66 jaar	70 jaar of ouder
Actief	-	112.199	62.865	53.403	26.863	22.824	-
Slapend	89	136.694	225.653	170.749	86.217	82.590	9.115
Uitkerend	555	214	135	766	1.473	33.481	82.397
Totaal	644	249.107	288.653	224.918	114.553	138.895	91.512

3. Communicatiebeleid

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

3.1 Communicatiemissie en strategie

3.1.1 Missie

Pensioenfonds Detailhandel wil pensioen en beleggen zo persoonlijk mogelijk maken. Dit betekent dat het pensioenfonds de werknemers, werkgevers, slapers en gepensioneerden op een laagdrempelige, concrete en herkenbare wijze informeert. De communicatie heeft betrekking op de verplichte en niet-verplichte communicatie. Met haar manier van communiceren wil het pensioenfonds belanghebbenden vaker bij hun pensioen betrekken én het beleggingsbeleid verhelderen.

3.1.2 Onze kernwaarden

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

3.1.2.1 Betrouwbaar

Pensioen is voor de meeste mensen een ver-van-mijn-bed-show. Wanneer pensioen wel in beeld komt, wil men deskundige informatie. Pensioenfonds Detailhandel levert die: concreet, herkenbaar en laagdrempelig.

3.1.2.2 Professioneel

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

3.1.2.3 Toegankelijk

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

3.1.2.4 Vernieuwend

Naast de verplichte communicatie worden de doelgroepen ook op andere manieren geïnformeerd en geïnspireerd om



een paar keer per jaar bij hun pensioen én de beleggingen van het pensioenfonds stil te staan.

3. Communicatiebeleid



3.1.3 Communicatiestrategie korte en lange termijn

3.1.3.1

Wij willen dat onze doelgroepen een paar keer per jaar stilstaan bij hun pensioen en de beleggingen van Pensioenfonds Detailhandel. Om te bekijken doen wij dat met onverwachte communicatievormen en rake verhalen, waarmee wij mensen willen inspireren en verrassen. Dit noemen we de Paard van Troje-strategie. Denk daarbij aan de inzet van Lij&Wij magazine, een lifestyle glossy met pensioenonderwerpen, die drie keer per jaar wordt verstuurd naar werknemers. Zo maken wij pensioen persoonlijk.

3.1.3.2

Bij Pensioenfonds Detailhandel is pensioen- en beleggingsinformatie makkelijk vindbaar en helder. Daarbij voldoet het aan alle wettelijke eisen.

3.1.3.3

Het beleggingsbeleid van Pensioenfonds Detailhandel ligt steeds meer onder een vergrootglas. Daarbij ligt de nadruk op verantwoord beleggen. Ook de toezichhouders eisen een verantwoord beleggingsbeleid en communicatie daarover. 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. De informatie en de vereisten rondom beleggingen zijn complex, vandaar dat Pensioenfonds Detail-

handel een online platform is gestart waarop alle informatie over haar beleggingen te vinden is: jijwijnline.nl. Hierop concreet, herkenbaar en laagdrempelig informatie over het beleggingsbeleid en de beleggingen van Pensioenfonds Detailhandel.

3.1.3.4 PR/Media

Het pensioenfonds wil gebruik maken van de mogelijkheden van de media. Om kenbaar te maken wie zij is en waar ze voor staat.

3.1.3.5 Social media

Het pensioenfonds maakt gebruik van social media om makkelijk contact te leggen met de doelgroepen en andersom ook. De doelgroepen weten ons makkelijk te vinden.

4.

Toetsing communicatiebeleid

Het beleid wordt getoetst aan de 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.

4.1

Voor werknemers gelden de volgende communicatiedoelstellingen

- 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, haal de gewenste informatie op bij de juiste bronnen en maak op tijd eigen keuzes, directe toegang tot gegevensbestanden via website;
- Vertrouwen in het pensioen en het pensioenfonds: ik weet dat mijn pensioen goed wordt beheerd, ben me bewust van keuzemogelijkheden binnen de pensioenregeling.

4.2

Voor werkgevers gelden de volgende communicatiedoelstellingen

- Pensioen zien 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.



“Het is goed dat je via je werkgever deelneemt aan een pensioenregeling”

- Mohamed Semhani, werkgever

4. Toetsing communicatiebeleid



Open normen

Het pensioenfonds voldoet aan de wettelijke communicatieverplichtingen die de Wet Pensioencommunicatie per 1 juli 2016 stelt. Dat wil zeggen dat het pensioenfonds:

- De informatie die de pensioenuitvoerder verstrekt of beschikbaar stelt correct, duidelijk en evenwichtig is. De informatie wordt tijdig verstrekt of beschikbaar gesteld. (Artikel 48, eerste lid Pensioenwet) en bevordert;
- Zorgt dat de persoonlijke informatie aansluit bij de informatiebehoefte en kenmerken van de deelnemer, gewezen deelnemer, gewezen partner of pensioengerechtigde. (Artikel 48, tweede lid Pensioenwet)
- De informatie de deelnemer, gewezen deelnemer, gewezen partner of pensioengerechtigde inzicht geeft in de keuzemogelijkheden die er zijn in de pensioenregeling en de gevolgen van belangrijke gebeurtenissen voor het pensioen. (Artikel 48, derde lid Pensioenwet)

4.3

Voor gepensioneerden gelden de volgende communicatie doelstellingen

- 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.

4.4

Mediabeleid

- Het pensioenfonds is gesprekspartner: de media pakt de verhalen op over onze strategie;
- Het pensioenfonds is een interessante bron;
- Het pensioenfonds is toegankelijk: de media zoekt makkelijk contact met het pensioenfonds;

4.5

Social mediabeleid

- Het pensioenfonds stimuleert pensioenbewustzijn: weten wat pensioen inhoudt;
- Het pensioenfonds is toegankelijk: we maken makkelijk contact en zijn goed te vinden.

* de inzet van social media ligt in het verlengde van onze

Paard van Troje-strategie met onder meer een [jijenvijonline.nl](https://www.jijenvijonline.nl) maar ook op Instagram, Facebook en LinkenIn.

5. Communicatiejaarplan algemeen

Ieder jaar wordt een communicatiejaarplan opgesteld inclusief de middelen voor de doelgroepen.

5.1 Doelgroepen werknemers

Onder deze doelgroep verstaan we: werknemers, slapers en gepensioneerden.

5.1.1 Werknemers

Communicatie aan de werknemers voldoet aan de eisen die de pensioenwet stelt. 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 er eventueel lopen.

Hiermee voldoet 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.

5.1.2 Slapers binnen vijf jaar voor de pensioenleeftijd

Deze groep wordt jaarlijks geïnformeerd. Het pensioenfonds kiest hiervoor, omdat deze mensen dicht op hun pensioen zitten en tijdig op de hoogte moeten worden gesteld om eventuele maatregelen te treffen. Deze groep wordt wel de mogelijkheid geboden om op de persoonlijke pensioenomgeving in te loggen. En kan de opgebouwde aanspraken in het pensioenregister bekijken.



5.1.3 Slapers ver voor de pensioenleeftijd

Slapers die niet vallen onder 5.1.2, vormen de grootste groep van het pensioenfonds vanwege het grote verloop in de leeftijd van 25 tot 35 jaar. Het pensioenfonds kiest ervoor om de communicatie met deze groep te beperken tot het één keer per vijf jaar versturen van het Uniform Pensioenoverzicht (wettelijk voorgeschreven), vanwege de korte arbeidsrelatie. Deze groep werknemers wordt wel de mogelijkheid geboden om op persoonlijke pensioenomgeving in te loggen. Deze groep kan de opgebouwde aanspraken in het pensioenregister bekijken.

5. Communicatiejaarplan algemeen



5.1.4 Gepensioneerden

Deze groep bestaat niet alleen uit gepensioneerde werknemers die ouderdomspensioen ontvangen, maar ook uit degenen die een pre- of een nabestaandenspensioen genieten. Gepensioneerden ontvangen één keer per jaar een jaaropgave. Daarnaast krijgen gepensioneerden jaarlijks De Pensioenkrant met extra informatie.

5.2 Werkgevers en administratiekantoren

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 dat het wettelijk verplicht is. Om de vier maanden ontvangen zij het informatiebulletin De Werkgever met hierin alles rondom de pensioenadministratie.

5. Communicatiejaarplan algemeen



5.3 Communicatiemiddelen algemeen

5.3.1 Jij&Wij magazine

Jij&Wij magazine wordt jaarlijks in mei, september en december naar de werknemers verstuurd. Daarnaast is er een online versie.

5.3.2 De Pensioenkrant

Gepensioneerden ontvangen jaarlijks De Pensioenkrant met extra informatie.

5.3.3 De Werkgever

Werkgevers en administratiekantoren ontvangen driemaal per jaar het nieuwsbulletin De Werkgever met daarin relevante informatie over het pensioenfonds en de pensioenadministratie.

5.3.4 Website

Centraal in de communicatie van Pensioenfonds Detailhandel staat de website. Niemand komt voor de lol op de website van Pensioenfonds Detailhandel. Als je daar komt wil je zo snel mogelijk informatie verzamelen 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. Dit doen we onder meer met de helpdesk op de website.

5.3.5 Social media

Op Facebook en Instagram is Pensioenfonds Detailhandel actief met [jijonline.nl](https://www.jijonline.nl). Hiermee wil het pensioenfonds vooral de brede groep werknemers in de retail bereiken. Op LinkedIn wordt dat gedaan onder naam van Pensioenfonds Detailhandel. Doel: bereiken van stakeholders en HR-medewerkers/verantwoordelijken in de retail.



5.3.6 Jij&Wij online

Is de bron van informatie over onze beleggingen. Op [jijonline.nl](https://www.jijonline.nl) leer je over de beleggingswereld en de rol die wij erin willen spelen.

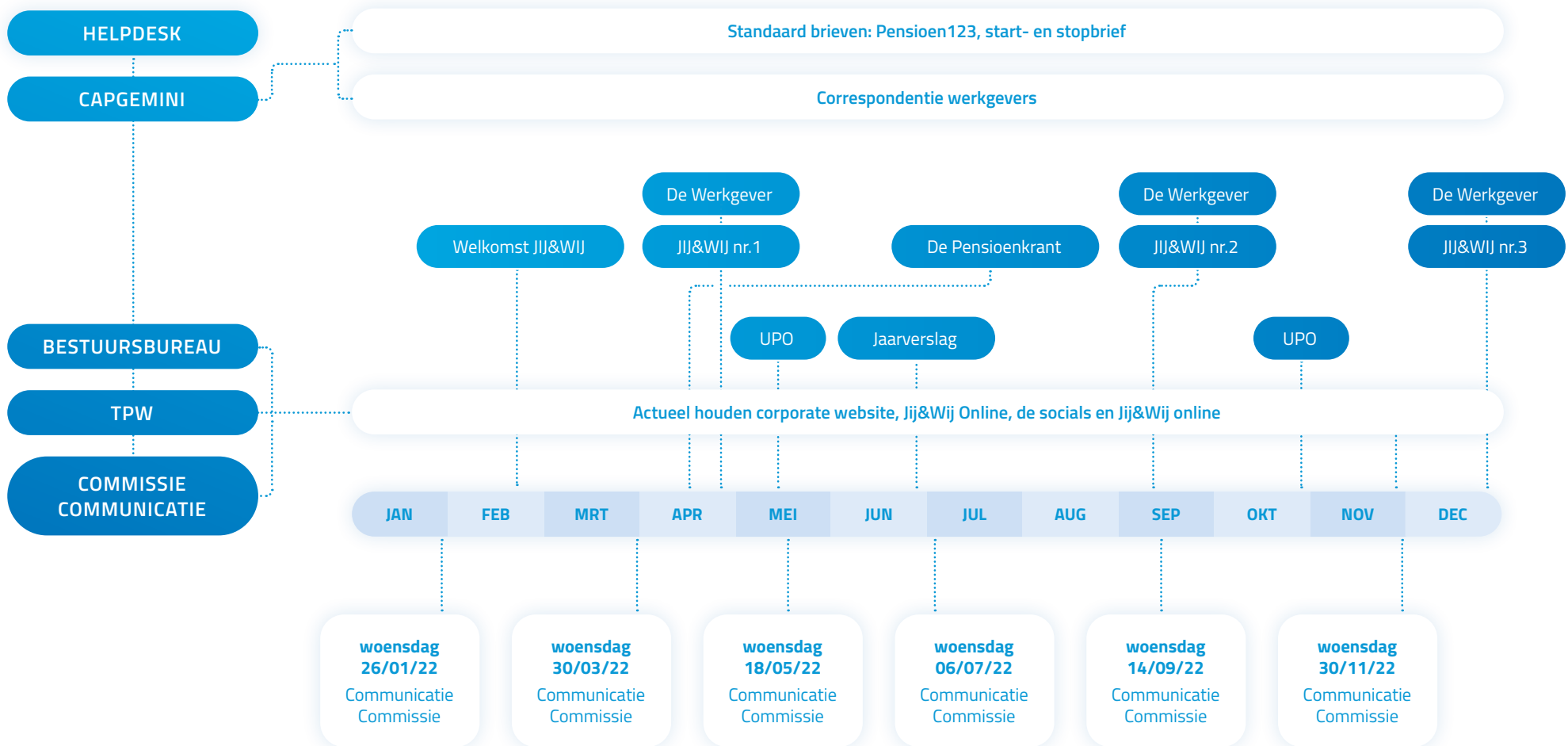
5.4 Verplichte communicatiemomenten

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 gewezen deelnemers);
- 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.

6. Model communicatiejaarplan

Jaarplanning Commissie Communicatie



7. Overzicht van alle communicatieuitingen



Niet verplichte communicatie

- De Werkgever
- Jij&Wij magazine
- Welkomst Jij&Wij
- De Pensioenkrant
- Jij&Wij online

- LinkedIn
- Facebook
- Instagram

Verplichte communicatie

- Jaarverslag
- Communicatie Wijziging Verplichtstelling
- Pensioenoverzicht actieve deelnemer
- Arbeidsongeschikt
- Pensioenoverzicht gewezen deelnemer (Deze worden elk jaar naar 20% van de populatie verstuurd)
- Bevestiging scheiding verwerkt aan deelnemer
- Bevestiging scheiding verwerkt aan ex-partner
- Pensioenoverzicht BPP hoogte
- Startbrief pensioen 123
- Welkomstbrief toetredingsleeftijd bereikt
- Pensioenoverzicht einde deelneming
- Pensioenoverzicht uitkeringsgerechtigde (OP, Prep, PPWZP/BPP, Verevend, AOP)
- Spaarsaldobrief gemoedsbezwaren
- Aanvraagformulier OP
- Aanvraagformulier PREP
- Aanvraagformulier PP
- Aanvraagformulier WZP
- Aanvraagformulier BPP
- Aanvraagformulier afkoop BPP (gaat met pensioen)
- Aanvraagformulier voortijdige afkoop
- Wijziging uitkering brief (indexatiebrief is vervangen door

het pensioenoverzicht pensioengerechtigde)

- Jaaropgave uitkering
- Toekenning uitkering
- Studieverklaring Wezen (1x per jaar)
- Attestatie de vita (2x per jaar)

Communicatie op verzoek

- Aanvraagformulier Waardeoverdracht
- Aanvraagformulier Verevening
- Aanvraagformulier Pensioenreparatie

Communicatie naar aanleiding van contact

- Verzoek om meer informatie pensioenaanvraag
- Verzoek om meer informatie premievrije opbouw bij arbeidsongeschiktheid
- Verzoek om meer informatie Verevening
- Verzoek om meer informatie Pensioenreparatie
- Bevestiging flexipratie
- Bevestiging samenleving verwerkt
- Bevestiging toekenning premievrije opbouw bij arbeidsongeschiktheid
- Bevestiging toekenning Verevening
- Bevestiging toekenning Pensioenreparatie
- Bevestiging geen pensioenaanspraken meer door Waardeoverdracht
- Bevestiging pensioenaanspraken meer door Waardeoverdracht