

Juryrapport PBM Communicatieprijs 2018

Achtergrond

In 2006, in de aanloop naar de invoering van de nieuwe Pensioenwet met daarin specifieke aandacht voor pensioencommunicatie en toezicht daarop, heeft PBM het initiatief genomen om te komen tot de instelling van communicatieprijzen. Dit om een positieve en stimulerende bijdrage te leveren aan de kwaliteitsverbetering van pensioencommunicatie in Nederland. De, toen nog beoogde, nieuwe toezichthouder op pensioencommunicatie, de Autoriteit Financiële Markten, reageerde destijds positief op het initiatief. In 2007 werden de prijzen voor het eerst uitgereikt, in twee categorieën. Inmiddels is het belang van effectieve communicatie alleen maar toegenomen. Medio 2015 is zelfs een speciale Wet Pensioencommunicatie van kracht geworden, een wereldwijd unicum. Dit jaar vindt de uitreiking voor de twaalfde keer plaats. Gelet op het steeds verder uiteen lopen van de aard van de inzendingen, heeft de jury na de uitreiking van 2017 besloten om voortaan slechts één prijs uit te reiken en daarmee af te zien van de tot vorig jaar gebruikelijke categorieën. Wel kan de jury gebruik maken van de mogelijkheid om een eervolle vermelding toe te kennen.

Bevindingen

De jury heeft met voldoening geconstateerd dat ook dit jaar weer ruim voldoende inzendingen zijn ontvangen om tot een verantwoorde keuze te komen. En steeds vaker komen de inzendingen ook van andere spelers in de pensioensector dan alleen de fondsen zelf. Dat betekent dat het belang van goede pensioencommunicatie breed wordt onderschreven.

De jury is van mening dat een aantal inzendingen zonder twijfel kan worden beschouwd als *best practice* en daarmee een stimulans kan zijn voor andere fondsen om de kwaliteit van de communicatie verder te verbeteren. Dat was destijds ook het beoogde effect bij het instellen van de PBM Communicatieprijzen.

Beoordeling

De jury heeft alle inzendingen voor de PBM Communicatieprijzen 2018 bestudeerd en besproken. Eén van de criteria die de jury heeft gehanteerd bij de beoordeling is de toepasbaarheid van de inzending bij andere fondsen/organisaties. Door de jaren heen is het de jury opgevallen dat bij een toenemend aantal inzendingen ook sprake is van effectmeting of evaluatie. Het is een sterke aanbeveling van de jury om bij communicatie-activiteiten altijd gericht onderzoek te doen naar het effect van de inspanningen. Dan pas is vast te stellen of communicatiedoelen ook echt zijn gehaald.

Communicatie is van groot belang maar kost ook geld. Daar is een volwassen budget voor nodig. De jury pleit ervoor om dat budget niet zozeer als een kostenpost te beschouwen, maar als een investering, waar je ook een 'return on investment' op mag verwachten. Als een uitvoerder of bureau dat meetbaar en controleerbaar maakt, dan heeft een fondsbestuur daarmee een praktische mogelijkheid om daarop te sturen.

De beraadslagingen van de jury hebben geleid tot de volgende besluiten:

Zoals aangegeven heeft de jury de inzendingen niet meer per categorie beoordeeld, maar in totaliteit. Dat bleek best een lastige opgave gelet op het niveau van veel van de inzendingen, en de variëteit in invalshoeken. Na uitvoerige beraadslaging is uiteindelijk unaniem gekozen voor één winnaar.

Winnaar PBM-Communicatieprijs 2018

Na grondig beraad is met overtuiging gekozen voor de inzending van **PNO Media**.

Dit niet verplichtgestelde bedrijfstakpensioenfonds voor de Creatieve sector en Media is samen met RTL, een van de aangesloten werkgevers, op zoek gegaan naar de beste manier om medewerkers/deelnemers te informeren over pensioen, passend bij de doelgroep en met een heldere boodschap. Hieruit ontstond het idee van interactieve pensioentelevisie via een webinar. Actieve betrokkenheid van werkgever RTL – via promotie en activatie - leidde tot een groot bereik binnen een relatief jonge doelgroep. Een professionele productie zorgde voor kwalitatief hoogstaande televisie. Maar ook tot aansprekende resultaten, zowel qua bereik als gestegen pensioeninzicht. Wat de jury daarnaast aansprak, is dat dit concept vrij eenvoudig en met een beperkt budget door elk ander fonds en werkgever(s) kan worden toegepast. De professionaliteit van de mediasector wordt daarmee dus laagdrempelig toegankelijk gemaakt voor de hele sector.

Eervolle vermelding

Daarnaast heeft de jury van de mogelijkheid gebruik gemaakt om ook een ‘eervolle vermelding’ toe te kennen. Met overtuiging is besloten deze onderscheiding toe te kennen aan **Achmea Pensioenservices**.

Deze uitvoerder van pensioenregelingen heeft het communicatieconcept ‘Leef je pensioen...’ ontwikkeld dat gericht is op de niet-financiële kant van pensioen. Doel is om mensen te inspireren en meer te betrekken bij pensioen, onder meer door te laten zien dat pensioen meer is dan een maandelijkse uitkering. Vraag die daarbij centraal staat: wat doet het met je als je pensioen dichterbij komt? Het ontwikkelde communicatieconcept biedt, op basis van grondig onderzoek naar de effecten van het ‘zwarte gat’, een praktische aanpak om de ‘warme kant’ van pensioen te belichten. Maar ook een mooie informatiebron waarin technologie, emotie en pensioenadministratie samenkomen. De jury is van mening dat hier sprake is van een goed onderbouwde en onderscheidende benadering van pensioencommunicatie, die vrij eenvoudig ook door andere spelers in de sector kan worden toegepast.

De samenstelling van de jury was als volgt:

- Ron van der Jagt, strategisch communicatieadviseur, Berenschot, voorzitter;
- Pieter Kiveron, Lead Pensions Advisory, KPMG, lid;
- Alwin Oerlemans, Chief Strategy Officer, APG Group, lid;
- Carel Petersen, hoofdredacteur Pensioen Bestuur & Management, lid;
- Wijnanda Rutten, council pensioenrecht, Clifford Chance, lid;
- Mariëtte Simons, onafhankelijk bestuurder en toezichthouder, lid;
- Alfred Kool, secretaris van de jury (geen stemrecht).

Amsterdam, 17 mei 2018