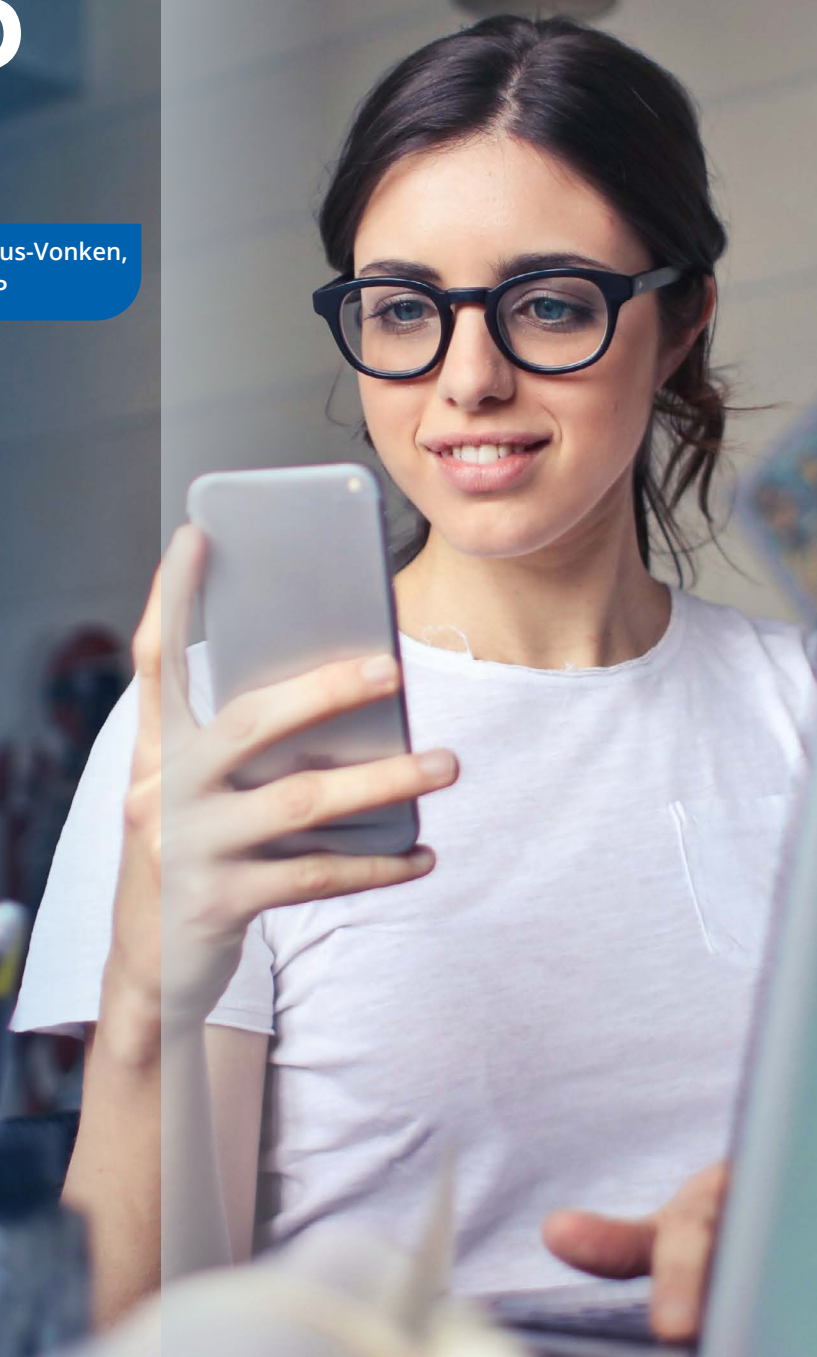


We vragen het de deelnemer 2020

auteurs: Joyce Augustus-Vonken,
APG & Ester Iking, ABP



Voorwoord

Het is inmiddels ruim een jaar geleden dat we 'we vragen het de deelnemer' voor de tweede keer uitbrachten: een verzameling van diverse onderzoeken naar de kennis, houding en het gedrag van deelnemers ten aanzien van actuele pensioenonderwerpen. We zetten deze 'traditie' ook dit jaar graag voort. Hoe meer we onze deelnemers leren kennen, des te beter we hun wensen en behoeften kunnen meenemen in onze besluitvorming. En hoe beter we ze kunnen ondersteunen met onze communicatie en dienstverlening.

In deze uitgave van 2020 vindt u onder andere onderzoeken over vertrouwen, solidariteit en het nieuwe pensioencontract. Aan het begin van elk hoofdstuk verwijzen we kort naar onze belangrijkste conclusie uit het rapport van vorig jaar. Vervolgens tonen we interessante resultaten uit meer recentere onderzoeken en studies. Soms bevestigen we hiermee eerdere inzichten, soms lijken ze tegenstrijdig. Daar waar mogelijk proberen we dit te duiden. Hoewel we met deze publicatie geen compleet beeld kunnen geven van alle deelnemersonderzoeken op het gebied van pensioen, ben ik ervan overtuigd dat we met de inzichten uit deze uitgave een steeds beter beeld krijgen van onze deelnemers. Wij nemen dit mee in ons beleid en de uitvoering daarvan. Doe er uw voordeel mee. Ik wens u wederom veel leesplezier en inspiratie!

Corien Wortmann-Kool

Bestuursvoorzitter ABP



Inhoudsopgave

Klik op het hoofdstuk
om naar de gewenste
pagina te gaan ...



1 Pensioenbewustzijn, -kennis & betrokkenheid

1.1.	Zorgen over geld en pensioen	08
1.2.	Kennis van financiële veranderingen	09
1.3.	Financiële redzaamheid	10
1.4.	Voorbereiden op pensioen	11
1.5.	Samenvatting	13

2 Vertrouwen en reputatie

2.1.	Vertrouwen in 2019	15
2.2.	Belang hoogte uitkering	15
2.3.	Het nieuwe pensioenstelsel & de politieke ontwikkelingen	16
2.4.	Samenvatting	16

3 Pensioencommunicatie & contact

3.1.	Kanaalvoorkeuren	18
3.2.	Communicatie over het te bereiken pensioen	18
3.3.	Communicatie over pensioenverlagingen	19
3.4.	Nudging	19
3.5.	Segmentatie en personalisatie	21
3.6.	Samenvatting	23

4 Data en ethiek

4.1.	Algoritmes	25
4.2.	Het delen van gegevens	26
4.3.	De AVG & controle	28
4.4.	Samenvatting	29

5 Solidariteit

5.1.	Nu de pensioenen verlagen, of liever niet?	31
5.2.	De doorsneepremie	32
5.3.	Solidariteit met de eigen leeftijdsgroep	32
5.4.	Samenvatting	33

6 Duurzaamheid

6.1.	Duurzaam en verantwoord beleggen	35
6.2.	Duurzaam in eigen gedrag?	35
6.3.	Duurzaam bij boodschappen en winkelen	35
6.4.	Samenvatting	36

7 Pensioenkeuzes

7.1.	Welke keuzes?	38
7.2.	Invloed op de beleggingen	38
7.3.	Lump sum	39
7.4.	Besteding bij een lump sum	39
7.5.	Samenvatting	40

8 Nieuw pensioencontract

8.1.	Wensen voor een nieuw stelsel	42
8.2.	Een variabele uitkering?	43
8.3.	Het resultaat is wat telt	43
8.4.	ZZP'ers	43
8.5.	Persoonlijk versus collectief pensioen	44
8.6.	Samenvatting	45
	Referenties	46

Samenvatting

1. Pensioenbewustzijn, -kennis & -betrokkenheid



Ook dit jaar wordt het beeld bevestigd in onderzoeken dat voorbereiding op pensioen op latere leeftijd begint en dat er grote groepen zijn die zich niet verdiepen in het pensioen. Er is een

substantiële groep in Nederland die zegt moeite te hebben met rondkomen iedere maand. De meeste mensen in Nederland sparen, maar minder mensen sparen voor de (verre) toekomst: het pensioen. Verschillende onderzoeken laten zien dat een substantiële groep, soms zelfs de meerderheid, niet (goed) op de hoogte is van financiële veranderingen die hen concreet raken, zowel wat betreft wettelijke veranderingen als wat betreft financiële veranderingen bij een baanwissel. Rondkomen, sparen, op de hoogte zijn van financiële veranderingen zijn allemaal zaken die te maken hebben met de financiële (zelf)redzaamheid van mensen. 4 competenties zijn volgens het NIBUD van belang voor financiële (zelf)redzaamheid. 1. Voldoende inkomsten verwerven om van te leven. 2. De geldzaken organiseren. 3. Verantwoord besteden. 4. Voorbereid zijn op (on)voorziene gebeurtenissen.

2. Vertrouwen en reputatie

Het vertrouwen in pensioenfondsen is de afgelopen jaren gestegen, maar nog steeds



heeft bijna de helft van de Nederlanders geen vertrouwen in pensioenfondsen. Veel Nederlanders vinden dat het pensioenstelsel gemoderniseerd moet

worden, met name omdat het stelsel aangepast moet worden aan de huidige maatschappij/ arbeidsmarkt/toekomst. Uit een onderzoek van SCP blijkt dat de pensioenhoogte de belangrijkste factor voor de legitimiteit van het pensioenstelsel is. Keuzevrijheid, flexibiliteit en/of maatwerk kunnen een tegenvallende uitkering maar voor een gedeelte compenseren. Daarnaast blijkt dat mensen die meer financiële kennis hebben, meer vertrouwen hebben. De vraag is echter: hoe kunnen we de financiële kennis verbeteren van mensen, als de bereidheid tot het verdiepen in pensioen al jaren laag lijkt te zijn?

3. Pensioencommunicatie & contact



De werkgever is voor veel deelnemers een belangrijk kanaal ten aanzien van het financieel fit zijn en blijven, het pensioen en wanneer

zij geldzorgen zouden hebben. Verschillende onderzoeken en experimenten laten zien dat in de pensioensector nudging-technieken, zoals social norms en defaults, en data science-technieken goed werken. Zij helpen om meer mensen te activeren ten aanzien van hun pensioen en om communicatie-campagnes meer gericht te distribueren. Ten aanzien van defaults

← inhoudsopgave

blijkt uit onderzoek daarentegen wel dat mensen achteraf vaker minder tevreden zijn met het resultaat dan wanneer zij actief een bepaalde pensioenkeuze zouden hebben gemaakt. Het goed inrichten van de default is daarom belangrijk, maar nog belangrijker is het wellicht om mensen te activeren om pensioenkeuzes te maken.

4. Data en ethiek



Meer dan de helft van Nederland is niet bekend met het concept 'algoritmes'. Consumenten vinden financiële gegevens de

meest persoonlijke gegevens, maar de financiële sector kan, ten opzichte van andere sectoren, op het minste vertrouwen rekenen als het gaat om het gebruik en de waarde van algoritmes. Consumenten accepteren gegevensuitwisseling tegenwoordig als onderdeel van de moderne economie. Maar toch is het percentage dat liever voor een dienst betaalt dan dat zij gegevens delen met een bedrijf flink toegenomen het afgelopen jaar (tussen de helft en driekwart van de mensen betaalt liever). En de grote meerderheid zegt meer controle te willen over hoe bedrijven met hun gegevens omgaan. Voor het uitwisselen van gegevens met een *bepaald* bedrijf of partij is vertrouwen in die partij veruit de belangrijkste factor die bepaalt of men wel of geen gegevens deelt. Voor het wel of niet delen van *bepaalde* gegevens lijken vooral praktische zaken een rol te spelen in plaats van de voordelen die men denkt ervoor terug te krijgen. Maar een kwart noemt de voordelen die ze krijgen als reden voor het delen van gegevens. De kennis over de AVG en het recht op inzage in de persoonlijke gegevens is sterk toegenomen.

5. Solidariteit



Alhoewel mensen twijfelen of er straks nog wel pensioen is, en alhoewel een grote groep denkt dat ouderen van nu het beter

hebben dan ouderen van straks, zijn de meeste mensen geen voorstander van het verlagen van de pensioenen. Onder jongeren is wel meer steun voor het verlagen van pensioenen. Verder wijzen onderzoeken erop dat de solidariteit van jong naar oud sterker lijkt dan andersom. Een meerderheid denkt ook dat ouderen meer 'profiteren van het stelsel' dan jongeren. En hoe ouder, hoe meer mensen het huidige stelsel eerlijk vinden. Mensen verwachten vaak minder solidariteit van anderen, dan ze zelf bereid zijn te geven. Tussen de 27% en 40% van de Nederlanders is geneigd meer solidair te zijn met de eigen leeftijdsgroep dan met andere leeftijdsgroepen. Vooral de solidariteit van gezond naar ziek kan op steun rekenen, met leeftijds- en gendersolidariteit zijn veel minder mensen het eens.

6. Duurzaamheid

Duurzaamheid vindt steeds meer zijn weg in het dagelijkse leven van de consument; zowel wat betreft de eigen activiteiten die hij/zij hieromtrent thuis kan ondernemen als wat betreft hij/zij verwacht van bedrijven. Driekwart van Nederland vindt dat bedrijven een bijdrage moeten leveren aan mens en milieu. Ook van ABP verwacht men verantwoordelijkheid en

duurzaamheid. Deelnemers van ABP zeggen ABP te vertrouwen als ze zegt dat ze duurzaam en verantwoord belegt.



← inhoudsopgave

In de algemene consumentenmarkt is er echter minder vertrouwen ten aanzien van duurzaamheidsclaims; concrete bewijsvoering is hier van belang. Het percentage dat op duurzaamheid let bij aankopen (53%), en het percentage dat voor duurzaamheid wil betalen (38%) zijn allebei gestegen het afgelopen jaar.

7. Pensioenkeuzes

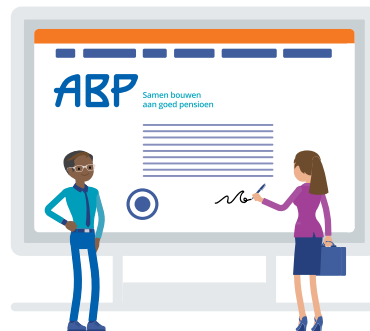


De lump sum keuze die geïntroduceerd gaat worden blijkt een relevante keuze; in meerdere onderzoeken is gebleken dat mensen daar gebruik van zouden willen maken. Bonekamp en van Soest (2019) vinden in hun studie waarin deelnemers een uitgave- en spaarpatroon moesten adviseren aan ‘voorbeeldgepensioneerden’

dat het beschikbaar hebben van meer vermogen (lump sum) waarschijnlijk leidt tot meer besteding. Maar ook dat 2/5e adviseert te blijven sparen. Zij zien grote verschillen in de adviezen van deelnemers en concluderen daarom dat een substantieel deel van de deelnemers waarschijnlijk geen optimale bestedings- en spaarkeuzes maakt. Dit is eerder al door de AFM geconcludeerd. Het begrenzen van de lump sum opname lijkt daarom verstandig. Naast het aanbieden van pensioenkeuzes, zijn er ook andere vormen mogelijk om controle of invloed aan deelnemers te geven. Zoals deelnemers laten meebeslissen over beleid of deelnemers om hun mening of advies vragen. ABP heeft onderzocht dat deelnemers liever invloed hebben op het ABP-beleggingsbeleid door het geven van hun mening (via een poll of onderzoek) over het beleggingsbeleid, dan door het meebeslissen of het adviseren hierover. De mening geven voelt comfortabel, want het vereist weinig kennis, voelt veilig maar geeft wel een gevoel van inspraak.

8. Nieuwe pensioencontract

De meeste Nederlanders zijn van mening dat het pensioenstelsel gemoderniseerd/aangepast moet worden. Wat er volgens Nederlanders voornamelijk moet veranderen is dat de pensioenleeftijd niet verder omhoog moet en dat er meer zekerheid komt. Als Nederlanders moeten kiezen tussen een vast (maar lager) of variabel (maar hoger) pensioen, dan kiezen de meesten (iets meer dan de helft) voor een vast pensioen. Uit onderzoek van het SCP blijkt dat mensen, als ze moeten kiezen tussen verschillende stelsels, het stelsel kiezen dat het hoogste pensioenresultaat biedt. ZZP'ers geven aan geen voorkeur te hebben voor een stelsel waarbij ze automatisch bij een pensioenfonds worden aangesloten, ze wensen flexibiliteit en een persoonlijk pensioen. Ook dit jaar bevestigt een onderzoek het beeld dat er geen sterke voorkeur onder Nederlanders is voor een persoonlijk versus een collectief pensioen.



1

Pensioenbewustzijn, -kennis & -betrokken- heid

Eind 2018 concludeerden we het volgende:

Volgens de laatste pensioenmonitor denkt ongeveer de helft van de Nederlanders na over zijn inkomsten en uitgaven na pensionering. De groep daarentegen die aangeeft daadwerkelijk informatie van het pensioenfonds door te nemen of regelmatig tijd vrij te maken voor het bekijken van de pensioensituatie, is een stuk kleiner. Ook is er een groep deelnemers die zegt te weinig kennis te hebben van pensioen. Belangrijke factoren die kunnen bijdragen aan de motivatie van deelnemers om zich met het pensioen bezig te houden, zijn de mate waarin men zichzelf verantwoordelijk voelt voor het eigen pensioen, de mate waarin men het nut inziet van het bewust voorbereiden op het pensioen en de mate waarin het pensioen als complex wordt ervaren of gepercipieerd. Hoe complexer, hoe minder gemotiveerd. De mate van toekomstgerichtheid van deelnemers zelf en de mate waarin ze risico's zien en ervaren, zijn twee andere factoren die bijdragen aan de motivatie. In de praktijk worden 'life events' vaak gezien als aanknopingspunten voor het communiceren met, en het activeren van deelnemers. Uit onderzoek blijkt echter dat de daadwerkelijk bereikte effecten van het aansluiten bij life events van gelimiteerde aard zijn. Dit heeft te maken met het feit dat verschillende life events tot verschillende emoties leiden, en dat life events vaak van korte duur zijn, waardoor het een uitdaging vormt om op het juiste moment met pensioencommunicatie aan te sluiten.



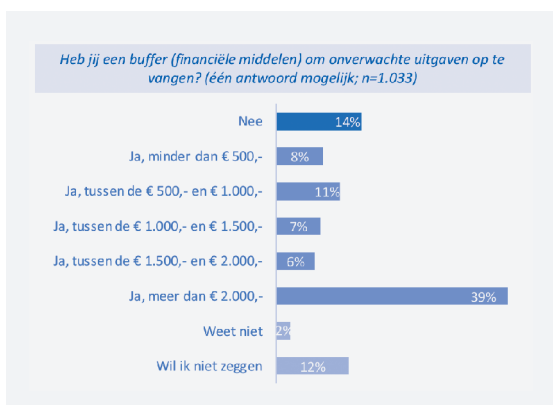
1.1. Zorgen over geld en pensioen

In een onderzoek van Wijzeringeldzaken (2019a) onder 600 Nederlanders, werkend in loondienst, geeft 83% aan geen geldzorgen te hebben. Onder ouderen (50-64 jaar) is dit zelfs 94%, onder jongeren (18-34 jaar) is dit 75%.

In een ander onderzoek van Wijzeringeldzaken (2019b) zien we dat ongeveer 1/3e van de Nederlanders geen financiële goede voornemens voor 2020 heeft. Ongeveer 1/4e wil (meer) gaan sparen (voor onverwachte uitgaven) (spontaan genoemd). Andere voornemens die genoemd worden zijn minder uitgeven aan onnodige dingen en de hypotheek aflossen. Dit zijn ook de meest gekozen goede voornemens uit een lijst met goede voornemens, waar ook 'rekeningen op tijd betalen', 'zuiniger aandoen' en 'niet rood staan' door meer dan een kwart wordt geselecteerd. 14% kiest uit deze lijst voor inloggen op mijnpensioenoverzicht. En 12% kiest voor 'geld opzij zetten voor mijn pensioen'.

Als aan respondenten gevraagd wordt waar ze op willen besparen worden boodschappen (38%), winkelen (37%) en energie (27%) genoemd.

71% van de Nederlanders geeft aan een buffer te hebben. 39% (57% van de 65-plussers) heeft een buffer van meer dan 2.000 euro. 38% van Nederland zet maandelijks een geldbedrag opzij. Volgens het onderzoek van Wijzeringeldzaken hebben de meeste mensen in Nederland, in loondienst, dus geen geldzorgen, en sparen de meeste mensen. Sparen voor de (verre) toekomst is echter minder populair.



Bron: Wijzeringeldzaken 2019b.

Een onderzoek van het NIBUD (2019) concludeert daarentegen dat 38% van de Nederlandse huishoudens aangeeft moeite te hebben om rond te komen (NIBUD, 2019). Dit percentage is lager dan in de jaren ervoor (toen was het 45%). Redenen voor het moeilijk rondkomen zijn: 1. stijgende uitgaven bij gelijkblijvende inkomsten, 2. hoge vaste lasten, en 3. te lage inkomsten. Onder de 45-55-jarigen is het percentage dat moeite heeft om rond te komen hoger, namelijk 44%. Van de gepensioneerden zegt 31% moeilijk rond te komen. Uit het onderzoek van NIBUD blijkt dat het achter de hand houden van geld voor (on)verwachte uitgaven kan helpen bij het rondkomen. Een ongeordende administratie komt vaker voor bij mensen die aangeven moeilijk rond te kunnen komen.

NIBUD (2019) vindt ook dat 1 op de 5 huishoudens lichte of ernstige betalingsproblemen heeft. Dit heeft meer te maken met het financiële gedrag van mensen, dan met hun inkomen.

Zo ziet het NIBUD, net als in 2012 en 2016, dat het risico op betalingsproblemen in 2018:

- niet direct samenhangt met de hoogte van het inkomen;
- groter wordt door een terugval in het inkomen en/of (veel) hogere uitgaven;
- groter wordt als iemand vroeger niet geleerd heeft met geld om te gaan;
- groter wordt als men onvoldoende geld achter de hand heeft;
- groter wordt als men niet weet of men wel/niet in aanmerking komt voor toeslagen;
- kleiner wordt als men de administratie op orde heeft;
- groter wordt als men onbedachtzaam aankoopgedrag vertoont. (NIBUD, 2019)



Bron: Wijzeringeldzaken 2019b.

Mensen met een wisselend inkomen geven ook vaker aan moeilijk rond te komen. Wisselende inkomsten komen voornamelijk bij ZZP'ers en mensen met werk op oproepbasis voor.

Uit een onderzoek van APG (2020) blijkt dat het nieuws rondom pensioenen (zoals berichten over het verhogen van de rekenrente en het eventueel verlagen van de pensioenen) de onzekerheid onder alle generaties aanwakkert, waarbij opvalt dat dit meer onder werkenden dan onder gepensioneerden gebeurt. 46% van de jongeren (tot en met 35 jaar), 43% van de medioren (36-55 jaar oud), 37% van de ouderen (55plus tot gepensioneerd) en 33% van de gepensioneerden zegt het eens te zijn met de stelling dat al die nieuwsberichten (over het wel of niet verlagen van het pensioen) hun onzeker maken over hun financiële toekomst (APG, 2020). In ditzelfde onderzoek is 64% van de jongeren en medioren het eens met de stelling dat ze niet weten of er straks wel genoeg pensioen is voor hem/haar. Van de ouderen en gepensioneerden weet respectievelijk 43% en 33% dit ook niet.

Alhoewel de meeste mensen in loondienst zeggen geen geldzorgen te hebben (in het onderzoek van Wijzeringeldzaken), duiden andere onderzoeken, met als doelgroep 'heel Nederland', erop dat er wel een substantiële groep is die moeilijk kan rondkomen (38% in 2018) en zegt 1 op de 5 huishoudens lichte tot ernstige betalingsproblemen te hebben. Een kwart geeft aan meer te willen sparen. Sparen is iets wat veel Nederlanders doen, vaak met het idee voorbereid te willen zijn op onverwachte uitgaven, iets wat volgens het NIBUD ook kan helpen bij het rondkomen. Het pensioennieuws over verlagingen, pensioenakkoord en rekenrente leidt voor een substantiële groep deelnemers (tussen de 33% en 46%) tot onzekerheid over de financiële toekomst.

1.2. Kennis van financiële veranderingen

Slechts 8% van de Nederlanders is ermee bekend dat de belastingschijven veranderen van 4 naar 2 schijven in 2020. 14% weet het ongeveer. 32% heeft er over gehoord maar weet niet wat het inhoudt, en 46% heeft er niks over gehoord. Ouderen zijn iets beter op de hoogte dan jongeren. Bij uitleg van de maatregel zegt 63% niet te weten wat de maatregel voor hem of haar concreet inhoudt. 55% van de Nederlanders weet niet goed welke invloed de veranderingen in wet- en regelgeving per 1 januari 2020 op de eigen portemonnee hebben (Wijzeringeldzaken, 2019b).

In een onderzoek van APG (2020) is onderzocht in welke mate Nederlanders op de hoogte zijn van de pensioendiscussie over het wel of niet verhogen van de rekenrente, het wel of niet verlagen van de pensioenen en de maatregel die Koolmees in november heeft genomen waarin pensioenfondsen een minimale dekkingsgraad van 90% moeten hebben om niet te hoeven verlagen. Terwijl de kranten en nieuwswebsites vol stonden met nieuws hierover weet slechts 1/3e van de respondenten de juiste maatregelen/nieuwsitems te kiezen uit een lijst met echte en fictieve nieuwsonderwerpen. Zelfs onder de gepensioneerden is minder dan de helft goed op de hoogte van de maatregelen en nieuwsitems.

Uit een onderzoek onder 750 Nederlanders van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (2019) blijkt dat 72% aangeeft op de hoogte te zijn dat werkgeversorganisaties, vakbonden en het kabinet hebben onderhandeld over een nieuw pensioenstelsel. Dit lijkt tegenstrijdig aan het onderzoek van APG, waar ongeveer 1/3e goed op de hoogte is van pensioennieuws. In het onderzoek van APG werd echter gericht naar de inhoud van nieuwsitems/maatregelen gevraagd, terwijl in het onderzoek van SZW vooral gevraagd werd of men op de hoogte was van het feit dat er onderhandeld werd.

Van de huishoudens die het NIBUD in 2018 onderzocht geeft 27% aan niet te weten of ze recht hebben op toeslagen (NIBUD, 2019).

Onderzoek van Nationale Nederlanden (2020) laat zien dat 52% van de Nederlanders denkt dat, wanneer zij van baan zouden wisselen, er naast het salaris op financieel gebied niet veel verandert. Een kwart van de respondenten zegt geen idee te hebben van de financiële gevolgen van een mogelijke nieuwe baan. 1 op de 6 Nederlanders denkt aan de gevolgen voor het pensioen bij een baanwissel. Met de gevolgen voor verzekeringen en reiskosten (5%) en toeslagen (2%) houden nog minder mensen rekening. 51% van de respondenten zegt het moeilijk te vinden om financieel inzicht te krijgen bij wisseling van werkgever, en geeft aan behoefte te hebben aan advies. Voor jongeren tussen de 20 en 40 jaar is dit percentage hoger: 60%. 49% vindt het moeilijk om arbeidsvoorwaarden te vergelijken tussen verschillende werkgevers. Onderzoek van Indeed (2020) wijst uit dat werknemers pensioen als belangrijkste secundaire arbeidsvoorwaarde zien (93%). 9 op de 10 werkgevers zegt ook pensioen als belangrijkste secundaire arbeidsvoorwaarde te zien en deze actief te willen promoten. Andere belangrijke arbeidsvoorwaarden zijn volgens werknemers: reiskosten, ruimte voor ontwikkeling, een dertiende maand, betaald zorgverlof en extra vakantiedagen. Als mensen naar de belangrijkste secundaire arbeidsvoorwaarde worden gevraagd scoort pensioen hoog op de mate waarin men deze arbeidsvoorwaarde belangrijk vindt, maar slechts 1 op de 6 mensen zegt rekening te houden met veranderingen van ten aanzien van het pensioen bij een baanwissel. Aangeven iets belangrijk te vinden, leidt niet altijd tot bijpassend (rationeel) gedrag.

De verschillende onderzoeken laten zien dat vaak een substantiële groep, soms zelfs de meerderheid, niet goed op de hoogte is van financiële veranderingen die hen concreet raken, zowel wat betreft wettelijke veranderingen als financiële veranderingen als gevolg van een baanwissel. Respondenten zeggen pensioen een belangrijke arbeidsvoorwaarde te vinden. Bij het wisselen van een baan zegt echter maar 1/6e hierbij stil te staan.

1.3. Financiële redzaamheid

Volgens het Nibud is iemand financieel redzaam wanneer hij/zij zijn/haar inkomsten en uitgaven, op de korte en lange termijn in balans houdt. Daarbij geldt dat iemand: 'zelf beschikt over de vaardigheden om de inkomsten en uitgaven in balans te houden, óf bewust is van het feit dat hij/zij iets niet kan en daarvoor de hulp inschakelt van anderen die dit wel weten en/of kunnen' (NIBUD, 2019, p. 3).

Volgens het NIBUD horen er vier competenties bij financiële redzaamheid. Het betreft hier redzaamheid en niet zelfredzaamheid omdat volgens het NIBUD het ook prima is als een consument bewust is van het feit dat hij/zij iets niet kan en hier dan de hulp van anderen, die dit wel kunnen, voor inschakelt.

1. Voldoende inkomsten verwerven om van te leven
2. De geldzaken organiseren
3. Verantwoord besteden
4. Voorbereid zijn op (on)voorziene gebeurtenissen.

Daarnaast is het volgens NIBUD van belang dat personen beschikken over basisvaardigheden als rekenen, lezen en schrijven, en digitale vaardigheden.

Met betrekking tot punt 2, de geldzaken organiseren, zegt 82% van de respondenten in het onderzoek van NIBUD (2019) wekelijks zijn banksaldo te bekijken. Dit percentage is toegenomen ten opzichte van eerdere jaren. 78% zegt zijn rekeningen en afschriften te controleren. 61% werkt wekelijks de administratie bij. 16% doet dit minder dan 1x per maand. Eerder in dit hoofdstuk is al aangegeven dat mensen die hun geldadministratie goed verzorgen minder vaak betalingsproblemen hebben.

Met betrekking tot punt 3, verantwoord bestedingsgedrag, vindt het NIBUD dat financiële opvoeding (goed voorbeeld vanuit thuis) bijdraagt aan meer verantwoord bestedingsgedrag (NIBUD, 2019). Dit betekent dat consumenten, die van thuis uit het goede voorbeeld hebben meegekregen, prijzen vaker

vergelijken, vaker bekijken of ze iets kunnen betalen voor ze het kopen en minder verrast worden door bijkomende kosten. DNB (2020) benoemt in haar onderzoek daarnaast dat uit verschillende onderzoeken blijkt dat mensen die financieel beter onderlegd zijn vaak betere (meer verantwoorde) financiële beslissingen nemen. Zo hebben zij vaker gunstigere rentetarieven en meer gespreide beleggingsportefeuilles. Met betrekking tot punt 4, voorbereid zijn op onvoorziene gebeurtenissen: 82% van de 65-plussers in het onderzoek van Wijzeringeldzaken (2019b) zegt dat zij een onverwachte uitgave van 2000 euro waarschijnlijk of zeker zouden kunnen betalen (67%....). Dat betekent dat ze een buffer achter de hand hebben/zich voorbereid voelen op onverwachte uitgaven. In eerdere alinea's gaven we al aan dat de meeste Nederlanders sparen, en dat sparen voor onvoorziene uitgaven voor Nederlanders 1 van de doelen van sparen is.

Ruim een kwart van de huishoudens heeft ook andere vormen van vermogen naast spaargeld, zoals aandelen, obligaties, een tweede woning etc. (NIBUD, 2019). Hoe meer spaargeld, hoe groter de kans dat men ook andere vermogensvoorzieningen heeft, naast spaargeld.

1.4. Voorbereiden op pensioen

Vanaf 55 jaar gaan mensen zich pas echt verdiepen in hun pensioen ziet het NIBUD (2019); 35% van de mensen tussen de 55 en 65 jaar zegt dan al eens uitgezocht te hebben of men na pensionering kan rondkomen. Van de 65 tot 67-jarigen is dit 42%. In deze oudere leeftijdsgroepen zeggen de meeste mensen een globaal idee hiervan te hebben. In de groep 55-65 jaar is er nog steeds 23% (11% heeft het nog nooit uitgezocht en 12% zegt het later wel te zien) die geen idee heeft. Van de 35-55 jarigen heeft ongeveer 2/5e geen enkel beeld van de financiële situatie na pensionering. Onder de jongste groep is dit zelfs 3/5e.

Met betrekking tot de andere pensioenproducten (arbeidsongeschiktheid, het overlijden van de partner en het eventueel eerder met pensioen gaan) zien ze dat tussen de 38% en 53% wel eens heeft uitgezocht hoe de financiële situatie dan is.

Een stap verder dan verdiepen is het daadwerkelijk geld opzij zetten voor het pensioen. Van de 45-65-jarigen zegt 1 op de 3 deelnemers wel geld opzij te willen zetten voor het pensioen, maar dit vanwege geldgebrek niet te doen. Onder de jongere doelgroepen is dit ongeveer een kwart. Ongeveer 2/5e van alle leeftijdsgroepen zegt geld opzij te zetten voor het pensioen.

Het nieuws eind 2019 rondom pensioenen heeft jongeren getriggerd om zich te verdiepen in het onderwerp. De meeste Nederlanders onder de 66 jaar geven aan dat de huidige discussie omtrent de verlaging van de pensioenen enigszins invloed heeft op de actie die zij willen ondernemen om hun AOW en pensioen zelf aan te vullen. Met name junioren en medioren geven aan dat de discussie invloed op hen heeft (APG, 2020). Echter, een intentie is nog geen gedrag. Uit data van ABP blijkt bijvoorbeeld juist dat tijdens een periode met veel nieuws over pensioenen, het aantal inlogs op de mijnomgeving afnam in plaats van toenam (interne rapportage ABP, 2019). Wellicht dat het nieuws het belang van het verdiepen in het pensioen benadrukt, de stap van intentie naar gedrag moet echter ook gemaakt worden. Concreet inzicht in de eigen pensioensituatie is net als andere jaren niet aanwezig bij de meerderheid van de respondenten. Vanaf 55 jaar neemt de kennis over de eigen situatie toe, al is er nog steeds 23% die eigenlijk geen idee heeft. Het NIBUD ziet wel dat ongeveer 2/5e van de Nederlanders zegt geld opzij te zetten voor later (NIBUD, 2019).

Tabel 30: Percentage dat op de hoogte is of men na pensionering kan rondkomen (exclusief gepensioneerden en ouder dan 67 jaar, n=1.006)*

	18-35 jaar %	35-45 jaar %	45-55 jaar %	55-65 jaar %	65-67 jaar %	Totaal %
Men heeft dit weleens uitgezocht	<u>12</u>	16	18	35	<u>42</u>	21
Men heeft een globaal idee	<u>28</u>	41	<u>45</u>	42	54	40
Dit heeft men nog nooit uitgezocht	<u>40</u>	23	20	<u>11</u>	<u>0</u>	23
Dat ziet men later wel	20	20	17	<u>12</u>	4	17

*onderstreept betekent dat groepen significant van elkaar afwijken

Bron: NIBUD, 2019

Tabel 31: Percentage dat wel eens heeft uitgezocht of men nog kan rondkomen als bepaalde (on)voorzien, toekomstige omstandigheden zouden plaatsvinden*

	Werkenden (n=671) %	Totaal (n=1.006) %
Voor arbeidsongeschiktheid*	44	43
Voor vervroegde pensionering*	<u>38</u>	34
Voor het overlijden van de partner (n=451 en n=761)	53	56

*alleen de niet-gepensioneerden onder de 67 jaar zijn hier meegenomen

**onderstreept betekent dat de werkenden significant afwijken van het totaal

Bron: NIBUD, 2019

Tabel 29: Percentage dat geld apart zet voor later naar leeftijd (n=1.284)*

	18-35 jaar %	35-45 jaar %	45-55 jaar %	55-65 jaar %	Totaal %
Ja, anders heb ik straks echt te weinig	15	15	15	12	15
Ja, dat doe ik. Maar ik weet eigenlijk niet of het nodig is	24	28	24	31	27
Nee, bewust niet, want ik verwacht dat ik voldoende inkomsten zal hebben na mijn pensioen	12	10	9	12	12
Nee, ik zou wel willen, maar ik heb er geen geld voor	25	27	36	33	28
Nee, daar ben ik niet mee bezig	<u>24</u>	21	16	12	19

*onderstreept betekent dat groepen significant van elkaar afwijken

Bron: NIBUD, 2019



1.5. Samenvatting

Ook dit jaar wordt het beeld bevestigd in onderzoeken dat voorbereiding op pensioen op latere leeftijd begint en dat er grote groepen zijn die zich niet verdiepen in het pensioen.

Er is een substantiële groep in Nederland die zegt moeite te hebben met rondkomen iedere maand. De meeste mensen in Nederland sparen, maar minder mensen sparen voor de (verre) toekomst: het pensioen. Verschillende onderzoeken laten zien dat een substantiële groep, soms zelfs de meerderheid, niet (goed) op de hoogte is van financiële veranderingen die hen concreet raken, zowel wat betreft wettelijke veranderingen als wat betreft financiële veranderingen bij een baanwissel. Rondkomen, sparen, op de hoogte zijn van financiële veranderingen zijn allemaal zaken die te maken hebben met de financiële (zelf)redzaamheid van mensen. 4 competenties zijn volgens het NIBUD van belang voor financiële (zelf)redzaamheid. 1. Voldoende inkomsten verwerven om van te leven.

2. De geldzaken organiseren. 3. Verantwoord besteden. 4. Voorbereid zijn op (on)voorziene gebeurtenissen.

2

Vertrouwen en reputatie

Eind 2018 concludeerden we het volgende:

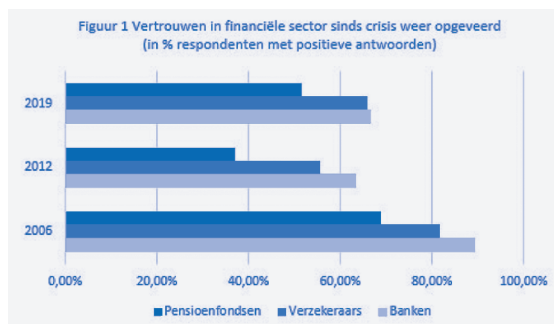
Het vertrouwen van deelnemers in de pensioenfondsen kan nog steeds beter. Voor een deel komt het gebrek aan vertrouwen voort uit een gebrek aan kennis en de hieruit voortkomende misvattingen. Er is een significante groep deelnemers (iets meer dan de helft) die denkt dat zij een beter pensioen krijgen wanneer zij hun pensioen zelf zouden mogen regelen of wanneer het pensioengeld niet zou worden belegd. Wat volgens deelnemers zou kunnen helpen om het vertrouwen te verhogen is het zich duidelijker afkeren door pensioenfondsen van bonussen in de pensioensector, het bieden van duidelijkheid (eerlijkheid) en inzicht in de persoonlijke situatie (en persoonlijke pensioenpot), en het aanbieden van meer keuzemogelijkheden, zowel in de opbouw- als in de uitkeringsfase. Ook maatschappelijk verantwoord beleggen lijkt een belangrijke rol te spelen.



2.1. Vertrouwen in 2019

Uit jaarlijks onderzoek van DNB (2020) blijkt dat het vertrouwen van de Nederlandse consumenten in pensioenfondsen nog steeds lager is dan het vertrouwen van de consumenten in banken en verzekeraars. Alhoewel het vertrouwen de afgelopen jaren is gestegen in zowel de pensioenfondsen, banken als de verzekeraars, is het nog steeds niet op pre-crisisniveau.

In 2019 geeft iets meer dan de helft van de Nederlandse consumenten aan vertrouwen te hebben in pensioenfondsen. Uit dit jarenlange onderzoek van DNB blijkt dat mensen met een hogere financiële kennis meer vertrouwen hebben in de mate waarin financiële instellingen hun beloftes kunnen waarmaken, in de deskundigheid en integriteit van bestuurders in de financiële sector en ze hebben ook meer vertrouwen in het algemeen in de financiële instellingen. DNB vindt daarnaast dat mensen hun eigen financiële instanties (banken, verzekeraars en pensioenfondsen) meer vertrouwen dan financiële instanties in het algemeen. Een andere factor die van invloed is op het de mate van vertrouwen in het pensioenfonds is de leeftijd, meer ouderen (65+) hebben vertrouwen in pensioenfondsen dan de andere leeftijdsgroepen. Oudere mensen tonen echter minder vertrouwen in banken en verzekeraars ten opzichte van de andere leeftijdsgroepen (DNB, 2020).



Bron: DNB, 2020

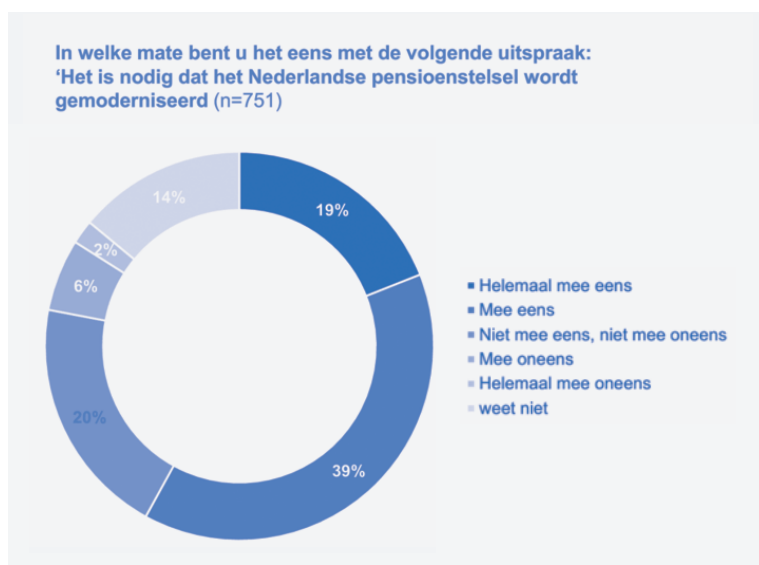
2.2. Belang hoogte uitkering

Onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau onder 3600 Nederlanders van 18 jaar of ouder (1200 zelfstandigen en 2400 werknemers) laat zien dat de hoogte van de pensioenuitkering voor zowel werknemers als zelfstandigen het meest belangrijke aspect van het pensioenstelsel is. Keuzevrijheid, flexibiliteit en maatwerk kunnen een tegenvallende uitkering maar voor een gedeelte compenseren. Het SCP liet respondenten telkens kiezen tussen verschillende pensioenstelsels. Daarbij maakten ze onder andere verschil in de vervangingsratio die een stelsel biedt (de uitkering). De verschillende vervangingsratio's die werden getest waren: 30-55%, 54-65%, 64-75%, 74%-85%, en 84%-105%. Ze maakten daarnaast ook verschil in de werking van het stelsel, bijvoorbeeld of men eerder dan de pensioenleeftijd met pensioen zou kunnen gaan of niet, en of het pensioen wordt belegd in een persoonlijke pensioenpot of in een collectieve pensioenpot. Ze zien dat respondenten (alle verschillende doelgroepen) kiezen *tegen* een lage uitkering. Met andere woorden; als de vervangingsratio 30-55% was in een voorgesteld pensioenstelsel, had dit stelsel een 40,7 procentpunt lagere kans om gekozen te worden ten opzichte van het stelsel met een vervangingsratio van 64-75%, onder werknemers. Bij zelfstandigen zonder personeel nam de kans met 24,2 procentpunt af, en bij zelfstandigen met personeel met 14,5 procentpunt. Ze zien wel dat respondenten kiezen voor een vervangingsratio (hoogte van de uitkering) die 'hoog genoeg' is. De stelsels waarbij een vervangingsratio geldt van 84-105% worden namelijk niet vaker gekozen dan de stelsels met een vervangingsratio van 74-85%. Het SCP concludeert dat voor werknemers de keuze tussen verschillende voorbeeld-pensioenstelsels bijna uitsluitend door de verschillen in uitkering wordt gedreven. Zelfstandigen (zowel met, als zonder personeel) hebben meer uitgesproken voorkeuren voor verschillende stelsels op basis van andere factoren dan alleen de uitkering, zoals keuzevrijheid, maatwerk en de mogelijkheid tot invloed op het beleggingsbeleid. SCP concludeert dat de hoogte van de uitkering van primair belang is voor de legitimiteit van het stelsel (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2019).

2.3. Het nieuwe pensioenstelsel & de politieke ontwikkelingen

In het onderzoek van het Ministerie van SZW (2019) onder 750 Nederlanders, dat ze hebben uitgevoerd nadat de eerste onderhandelingen over het pensioenakkoord mislukt waren, geeft 54% van de ondervraagden aan dat ze dit mislukt overleg als negatief ervaren, 8% ervaart het als positief en 38% weet het niet. 69% geeft aan dat er opnieuw onderhandeld moet worden. 12% zegt dat het kabinet zelf moet beslissen en maar 6% zegt dat het pensioenstelsel niet veranderd hoeft te worden. Meer dan de helft van de Nederlanders in dit onderzoek is het eens met de stelling dat het pensioenstelsel nodig gemoderniseerd moet worden. En 79% vindt het tamelijk tot zeer belangrijk dat er een nieuw stelsel komt. Redenen die mensen hiervoor geven (via een open antwoord) is dat het pensioenstelsel moet meegaan met de tijd/zich moet aanpassen aan de maatschappij (16%) en dat het pensioenstelsel betere voorwaarden moet bieden/toekomstbestendig moet zijn (16%). 12% zegt dat het stelsel niet meer van deze tijd is.

De meerderheid in dit onderzoek is het eens met verschillende stellingen over dat het stelsel moet worden aangepast omdat het niet meer bij de huidige arbeidsmarkt past, omdat de levensverwachting stijgt, omdat het stelsel niet transparant is, en/of omdat er niet geïndexeerd kan worden.



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (2019)



2.4. Samenvatting

Het vertrouwen in pensioenfondsen is de afgelopen jaren gestegen, maar nog steeds heeft bijna de helft van de Nederlanders geen vertrouwen in pensioenfondsen. Veel Nederlanders vinden dat het pensioenstelsel gemoderniseerd moet worden, met name omdat het stelsel aangepast moet worden aan de huidige maatschappij/arbeidsmarkt/toekomst. Uit een onderzoek van SCP blijkt dat de pensioenhoogte de belangrijkste factor voor de legitimiteit van het pensioenstelsel is. Keuzevrijheid, flexibiliteit en/of maatwerk kunnen een tegenvallende uitkering maar voor een gedeelte compenseren. Daarnaast blijkt dat mensen die meer financiële kennis hebben, meer vertrouwen hebben. De vraag is echter: hoe kunnen we de financiële kennis verbeteren van mensen, als de bereidheid tot het verdiepen in pensioen al jaren laag lijkt te zijn?

3

Pensioencommunicatie en -contact

Eind 2018 concludeerden we het volgende:

In de afgelopen jaren zijn op het gebied van pensioencommunicatie een aantal onderzoeken uitgevoerd. De belangrijkste bevindingen zijn dat deelnemers het over het algemeen waarderen als er over hun toekomstig pensioen in bandbreedtes wordt gecommuniceerd, dat concrete aansporingen goed werken om deelnemers aan te zetten om zich te verdiepen in hun pensioen en dat het gebruik van nudging kan leiden tot een significant groter aantal geactiveerde deelnemers. Deelnemers, door middel van een persoonlijke pensioenpot, inzicht geven in hoeveel geld zij hebben ingelegd en hoeveel de werkgever en het pensioenfonds bijdragen aan het uiteindelijke pensioen, kan leiden tot positievere beeldvorming t.a.v. het pensioenfonds en kan de misvatting wegnemen dat er straks geen pensioen meer is.

In dit hoofdstuk blikken we weer terug op een aantal onderzoeken waarbij pensioencommunicatie centraal staat.



3.1. Kanaalvoorkeuren

3.1.1. Werkgever als kanaal voor pensioen contact

Uit onderzoek van Wijzeringeldzaken onder 600 Nederlanders in loondienst (Wijzeringeldzaken 2019a) blijkt dat ongeveer driekwart graag bij de werkgever terecht wil kunnen wanneer er zich een bepaalde situatie met financiële gevolgen (zoals deeltijd werken of deeltijdpensioen, arbeidsongeschiktheid) voordoet.



Bron: Wijzeringeldzaken, 2019a.

Twee derde vindt dat een goede werkgever hulp moet bieden aan werknemers met geldzorgen. 55% vindt dat een goede werkgever werknemers moet helpen om financieel fit te zijn en te blijven. Het belangrijkste dat een werkgever kan bieden is de mogelijkheid om tijdelijk meer of minder te werken (51%), maar ook het berekenen van de financiële gevolgen voor het inkomen of pensioen wordt gewenst (38%). Men ontvangt deze hulp het liefst persoonlijk (mondeling). Van de mensen die geldzorgen hebben geeft 45% aan daadwerkelijk hulp te hebben gevraagd aan de werkgever. 37% geeft aan dat de werkgever hulp heeft geboden. De hulp bestaat vaak uit tijdelijk meer of minder werken of een doorverwijzing naar handige websites of professionele hulp met betrekking tot budgetbeheer.

Ongeveer de helft van de mensen is zich ervan bewust of de werkgever dergelijke hulp wel of niet aanbiedt. 1/3e zegt van wel en 1/5e van niet. Redenen waarom mensen niet willen dat de werkgever meedenkt is dat ze het persoonlijk vinden of niet de rol van de werkgever. Of men krijgt al hulp van iemand anders.

3.1.2. Post versus e-mail

Uit het onderzoek van NIBUD (2019) blijkt dat 62% van de respondenten zegt dat zij dagelijks de papieren post én de e-mail openen. 77% leest de papieren post dagelijks. 70% leest de e-mail dagelijks. Papieren post wordt dus iets vaker 'meteen' gelezen. De stap van papieren post naar een online omgeving is echter wel groter dan de stap van digitale post naar een online omgeving (1 klik). Van de personen die moeilijk rondkomen openen minder respondenten (de helft) de post én e-mail dagelijks.

3.2. Communicatie over het te bereiken pensioen

De pensioensector heeft samen met de Pensioenfederatie en ABP, in een onderzoek met MWM2, experts en deelnemers geïnterviewd over de beste manier om het 'te bereiken pensioen' te presenteren. Zij komen tot 10 pijlers voor effectieve pensioencommunicatie over het te bereiken pensioen (ABP, 2019a).

1. Segmenteer en personaliseer de informatie
2. Bied een totaaloverzicht van de inkomsten: het netto-maandbedrag van het pensioen in de tweede pijler + de AOW + de overige pensioenpotjes
3. Bied dit overzicht, en eventuele extra tooling, op 1 platform
4. Mijn pensioenoverzicht vormt een aantrekkelijk startpunt
5. Gebruik eenvoudige taal; mensen kijken maar weinig naar hun pensioen
6. Maak het visueel en met weinig tekst; doseer de informatie in lagen
7. Gebruik duidelijke kleuren met de juiste emotionele lading

8. Laat een realistisch beeld zien; m.a.w. de bandbreedtes die worden weergegeven bij het te bereiken pensioen moeten niet te breed zijn
9. Communiceer de zekerheden die er wel zijn en zet veranderingen in het juiste perspectief (een daling van het opgebouwde pensioenbedrag in de context van een (bijna) structurele groeiend opgebouwd bedrag)
10. Maak het aantrekkelijk

3.3. Communicatie over pensioenverlagingen

AFM heeft in 2019 onderzoek gedaan onder zijn consumentenpanel naar hoe fondsen het beste kunnen communiceren over zowel aanstaande, als doorgevoerde verlagingen van het pensioen. Daarnaast heeft AFM verschillende pensioenfondsen gesproken over hun aanpak en 'best practices'. De AFM heeft de volgende tips met betrekking tot het communiceren over verlagingen:

1. Vertel een eerlijk verhaal; leg uit waarom de pensioenen verlaagd worden, met verwijzing naar zowel externe factoren en interne factoren, zoals beleggingskeuzes en de hoogte van de premie.
2. Maak het persoonlijk; vermijd jargon, en communiceer de verlaging netto in euro's per maand, geef duidelijk aan of deze verlaging definitief is of niet (96% van de respondenten vindt dit). Zorg voor consistentie tussen communicatiemiddelen zodat hier in ieder geval geen verwarring door kan ontstaan.
3. Zet aan tot actie; koppel een gedragsdoel aan de informatie over verlagingen.

3.4. Nudging

Gedragsmarketing, 'behavioral marketing' of 'behavioral finance' doet steeds meer zijn intrede in de pensioensector. Dat deelnemers geen rationele beslissers zijn die een optimaal consumptie- en spaarpatroon over hun gehele leven nastreven wordt steeds meer erkend. Ook dat in communicatie rekening gehouden moet worden met de onbewuste manier waarop

deelnemers informatie verwerken wordt steeds vaker meegenomen bij het ontwikkelen van pensioencommunicatie. In 2019 zijn een aantal onderzoeken verricht die dit beeld versterken, en die handvaten geven om communicatie naar pensioendeelnemers effectiever te maken.

Met behulp van nudging (kleine duwtjes in de goede richting, door het aanpassen van bijvoorbeeld woorden of beelden) kan conversie worden vergroot. Met andere woorden: meer deelnemers lezen de informatie, klikken op de informatie of gaan hun persoonlijke pensioensituatie bekijken. We lichten een aantal nudgingstoepassingen toe.

3.4.1. Sociale normen

Augustus, Bruggen, Post en Verhallen (2019) bespreken in hun Netspar-paper verschillende experimenten waarin sociale normen zijn toegepast. 'Sociale normen houden in dat men informatie biedt aan consumenten over wat anderen (gelijken oftewel peers) doen of goed vinden om te doen (normen), om zo een verandering teweeg te brengen in het gedrag van de consument.' (Augustus-Vonken et al., 2019). Zij beschrijven dat sociale normen niet altijd een positieve invloed op het gedrag van deelnemers hebben en beschrijven vijf tips voor het goed toepassen van sociale normen.

1. De sociale norm moet direct gerelateerd zijn aan het gewenste gedrag, en niet slechts een zwakke link naar het gewenste gedrag bevatten.
2. Het gestimuleerde doel/gewenste gedrag moet realistisch zijn en haalbaar voor de consument. Als het doel niet haalbaar lijkt, dan kan een sociale norm juist het tegenovergestelde effect hebben en demotiverend werken.
3. Let goed op welke 'peers' (gelijken) in de sociale norm worden genoemd. De gelijke moet geloofwaardig zijn en de ontvanger moet zich er mee kunnen identificeren.
4. De sociale norm kan ervoor zorgen dat mensen die zich al op de gewenste manier gedragen, of nog beter dan de norm gedragen, hun gedrag gaan aanpassen naar

de norm (bijv. als ze energiezuiniger zijn dan het gemiddelde, dat ze minder energiezuinig worden omdat ze denken dat ze het al goed doen).

5. Campagnes of content waar sociale normen in worden toegepast moeten zorgvuldig getest worden om dergelijke tegenovergestelde effecten te voorkomen.

ING en de Erasmus Universiteit van Rotterdam en Universiteit van Leiden (2018) hebben samen een experiment verricht naar het aanzetten van bankconsumenten tot meer sparen. Ze stellen dat het bijzonder lastig is om mensen met behulp van informatie aan te zetten tot beter spaargedrag. Zij maakten gebruik in hun campagne voor automatisch sparen van een sociale norm: 'U heeft een lagere buffer bij ons dan de meeste andere ING-klanten in uw buurt'. Het toevoegen van die zin aan de campagne zorgde ervoor dat 26% meer consumenten naar de website gingen waar men zich voor automatisch sparen kan inschrijven. Echter bleef de volgende stap, het daadwerkelijk automatisch gaan sparen, uit. De sociale norm triggerde mensen om zich te informeren, maar was onvoldoende om ervoor te zorgen dat mensen daadwerkelijk een grotere financiële buffer gingen opbouwen. Wellicht was de norm sterker geweest als men in de informatie ernaar had verwezen hoeveel mensen in de omgeving automatisch sparen (de norm is direct gerelateerd aan het gewenste gedrag).

3.4.2. Defaults

Een default is de 'automatische keuze', oftewel de 'standaard keuze'. Consumenten of deelnemers krijgen de 'default' van een bepaald product of dienst als zij zelf geen actieve keuze maken tussen verschillende aangeboden opties.

Ook bij pensioenbeslissingen bepaalt een default vaak welke optie deelnemers als pensioenuitkomst krijgen. In verschillende studies is aangetoond dat defaults de pensioenkeuze beïnvloeden. Gedragseconomische redenen voor het volgen van een default zijn: uitstelgedrag, het ervan uitgaan dat de default door experts wordt aangeraden, of de default als de sociale norm zien. Bij een pensioenfonds in Amerika is gekeken

wat het volgen van de default versus het maken van een eigen keuze voor een pensioenplan met deelnemers doet, wanneer ze al even gebruik maken van de default, of gemaakte keuze. Ze hebben aan deelnemers die een keuze hebben gemaakt tussen de verschillende pensioenplannen, en aan deelnemers die de default hebben gevolgd, gevraagd in welke mate ze, al terugblikkend, dezelfde keuze zouden hebben gemaakt. Bij de groep die de default heeft gevolgd bij de pensioenplankeuze is er een significant kleiner gedeelte dat aangeeft dezelfde keuze te maken, als ze opnieuw moesten kiezen ten opzichte van de groep die actief een keuze heeft gemaakt. Het lijkt er dus op dat mensen die niet actief kiezen minder tevreden zijn met hun pensioenplan. De onderzoekers wijzen erop dat vooral bij onomkeerbare keuzes dit extra de aandacht verdient (Wijzeringeldzaken & Maastrichtuniversity, 2019). Dit blijkt ook uit het neuromarketing onderzoek dat APG in 2016 heeft uitgevoerd, waarin de onderzoekers vinden dat mensen intuïtief, wanneer ze worden 'geconfronteerd' met pensioenkeuzes, liever niet kiezen (voor de default gaan). Maar wanneer ze zelf gekozen hebben, ze deze optie uiteindelijk intuïtief meer waarderen, ook al is de uitkomst hetzelfde als wanneer ze niet zelf gekozen zouden hebben (Vonken en Limpens, 2018). Dit onderzoek is aan bod gekomen in het vorige rapport van 'Wij vragen het de deelnemer'.

Een ander onderzoek, in Zweden, bevestigt het beeld dat het van groot belang is hoe de default wordt ingericht. In Zweden is namelijk onderzocht hoe lang het effect van een defaultkeuze is met betrekking tot de keuze voor beleggingsfondsen. Met andere woorden, blijven mensen bij de default of kiezen ze later wellicht toch voor een andere optie? Ze vinden dat 27% van de Zweedse pensioenopbouwers die eerst de default volgden, later toch actief een andere keuze maken ten aanzien van hun beleggingsfondsen. De meeste van deze veranderingen vonden plaats in de eerste 10 jaar na de initiële keuze. De meeste pensioenopbouwers veranderen dus niet meer van beleggingsfonds. Opvallend is dat zelfs toen de Zweedse overheid besloot meer risico in te brengen in het default fonds, er bijna niet

werd geswitcht tussen fondsen. Daarnaast leidde fraude bij 1 van de grote fondsen ook niet tot groot switchgedrag (Wijzeringeldzaken & Maastrichtuniversity, 2019).

Defaults zijn dus zeer effectief in het beïnvloeden van een keuze maar leiden niet altijd tot de optimale keuze, en tot volle tevredenheid met het product.

Het concreet benoemen van een voorbeeldbedrag, oftewel keuzeoptie, is niet zo sterk als het neerzetten van een default maar heeft ook al effect. Dat blijkt uit een ander onderzoek in Amerika waarbij onderzoekers hebben geprobeerd mensen geld te laten sparen van het bedrag dat zij van de belasting terugkregen. Ze hebben dit op twee verschillende manieren geprobeerd. Door doelen te benoemen en door een voorstel te doen voor de grootte van het spaarbedrag.

Er zijn vier verschillende spaardoelen getest: 1. geen spaardoel; 2. algemeen spaardoel (genoemd worden bijvoorbeeld: nieuw huis, opleiding kinderen, vakantie of gewoon een extraatje); 3. sparen voor pensioen; en 4. sparen voor onverwachte uitgaven (ziektkosten, werkloosheid of kapotte auto). Daarnaast werden twee spaarallocaties voorgesteld: 1. 'spaar 25 procent van uw belastingteruggaaf'; of 2. 'spaar 75 procent van uw belastingteruggaaf'. De spaardoelen zorgden niet voor extra spaargedrag, maar het voorstel voor het spaarbedrag wel; hoe hoger het voorgesteld spaarbedrag, hoe meer mensen sparen (Wijzeringeldzaken & Maastrichtuniversity, 2019).

3.4.3. Analytische modus

Mensen associëren financiële beslissingen met een koele en analytische manier van denken. Mensen die beslissingen nemen op basis van hun gevoel en emoties nemen liever geen financiële beslissingen. Maar als je mensen stimuleert om een 'analytische modus' in te schakelen wanneer zij financiële keuzes voorgelegd krijgen, kun je de bereidheid om financiële beslissingen te maken laten toenemen. Of door financiële beslissingen te framen als minder financieel, bijvoorbeeld door

te focussen op de 'levensstijl tijdens pensioen' bij het voorleggen van een pensioenkeuze kun je de bereidheid om financiële beslissingen te maken ook laten toenemen. Dit hebben de onderzoekers Park en Sela in 2018 met verschillende experimenten onderzocht (Wijzeringeldzaken & Maastrichtuniversity, 2019). Hoe in de praktijk die analytische modus kan worden opgewekt wordt niet beschreven.

3.5. Segmentatie en personalisatie

Naast nudging is het segmenteren en personaliseren van pensioeninformatie (oftewel maatwerk in communicatie) ook een techniek waarvan gebruik wordt gemaakt in de pensioensector.

ABP heeft in de afgelopen jaren twee experimenten uitgevoerd ten aanzien van maatwerk. De uitkomst van maatwerk is niet alleen beter gemotiveerde deelnemers, of een hogere conversie, maar kan ook een meer efficiënt (goedkoper) resultaat zijn. ABP heeft data science modellen ingezet om deelnemers relevante informatie te sturen. In de volgende alinea's lichten we de twee modellen die ABP heeft ontwikkeld toe.

3.5.1. Interesseprofielen

ABP heeft interesseprofielen gebouwd van deelnemers op basis van open- en klikgedrag uit de nieuwsbrieven die ABP digitaal verstuurd. Met behulp van een data science model heeft ABP voor vijf verschillende interessegebieden een interessescore per deelnemer bepaald. De interessescores zijn gebaseerd op open- en klikgedrag in de nieuwsbrief en op deelnemer kenmerken zoals geslacht en leeftijd. De score helpt om specifiek per deelnemer te bepalen of een bepaald artikel wel of niet in de nieuwsbrief moet staan, in welke volgorde artikelen in de nieuwsbrief moeten worden gezet (de meest interessante artikelen bovenaan) en welk artikel/onderwerp het beste in de onderwerpregel kan worden benoemd.

In 2018 werden de interesseprofielen in de praktijk getest. De onderzoekers

(Eberhardt, Wang en Weterings (forthcoming)) testten twee van de vijf interessegebieden: namelijk 'pensioenkeuzes' en 'duurzaamheid'. Ze testten of de volgorde van de artikelen, die was gebaseerd op de interessescores van de deelnemers, tot een hoger klikpercentage leidde, dan een nieuwsbrief met een random volgorde van artikelen. 463.212 pensioenopbouwende nieuwsbriefabonnees kregen in juli een nieuwsbrief met 1 artikel over pensioenkeuzes, en 1 artikel over duurzaamheid. De volgorde van de artikelen was verschillend; voor de ene helft van de doelgroep was het artikel over pensioenkeuzes het eerste artikel, voor de andere helft stond het artikel over duurzaamheid bovenaan. Binnen beide groepen was er een groep die pensioenkeuzes als dominant interessegebied had, en een groep die duurzaamheid als dominant interessegebied had. De resultaten laten zien dat significant meer geklikt wordt als het artikel, dat past bij het dominante interessegebied, bovenaan staat.

3.5.2. Activatieprofiel

Het tweede data science model dat ABP heeft gebouwd is een model dat voor iedere deelnemer voorspelt in hoeverre hij/zij contact gaat opnemen (inloggen, bellen of e-mailen) met het pensioenfonds binnen een bepaalde termijn. Het model maakt gebruik van deelnemer kenmerken en interactiedata (zoals aantal telefoontjes, aantal mails, nieuwsbrief-kliks). Dit model helpt het pensioenfonds voornamelijk om de doelgroep benadering meer efficiënt uit te voeren. Met behulp van het model kan een campagne om deelnemers te activeren om naar de mijnomgeving te gaan, via bijvoorbeeld een kaartje, namelijk gestuurd worden naar mensen waarvan de onderzoekers, op basis van het model, weten dat ze een redelijke kans van inloggen hebben. Wat dan een redelijke kans is kan bepaald worden door degene die de campagne uitvoert. In het experiment hebben de onderzoekers ervoor gekozen om het kaartje alleen te sturen naar mensen die een kans tussen de 20% en 80% hebben dat zij zullen reageren op het kaartje, en dus inloggen. De onderzoekers geloofden dat het sturen van een kaartje naar mensen met een kans lager dan

20% niet stimulerend genoeg zou zijn voor hen om in te loggen, en dat dus de kosten van het kaartje niet opwegen tegen de lage conversie binnen deze groep. Waarschijnlijk werken andere campagnemiddelen beter bij deze doelgroep om ze te activeren. Daarnaast geloofden ze dat een kaartje niet nodig zou zijn voor mensen die een kans van meer dan 80% hebben dat ze in de nabije toekomst gaan inloggen. Onderstaande tabel laat de resultaten zien.

60-67 jaar	Conversie (aantal inlogs)
Random selectie	9.57 %
Selectie met behulp van het activatiemodel (20>X<80)	24.43 %
Jonger dan 60 jaar	Conversie
Random selectie	1.71 %
Selectie met behulp van het activatiemodel (20>X<80)	25.43 %

Bron: ABP, interne rapportage.

De conversie is significant beter voor de groepen waarin het activatiemodel is toegepast. Met behulp van data science hebben onderzoekers bepaald voor welke deelnemers de campagne het meest relevant zou zijn, en het toepassen van het model resulteert in hogere conversies. Deze hogere conversie komt niet doordat er meer mensen geactiveerd zijn, maar wel doordat de campagne naar minder mensen is gestuurd, maar wel naar de juiste (interne rapportage ABP).

Beide studies laten zien dat maatwerk in communicatie (aangepaste communicatie, of het niet sturen van informatie als die naar verwachting niet relevant is) kan bijdragen aan betere communicatieresultaten.



3.6. Samenvatting

De werkgever is voor veel deelnemers een belangrijk kanaal ten aanzien van het financieel fit zijn en blijven, het pensioen en wanneer zij geldzorgen zouden hebben. Verschillende onderzoeken en experimenten laten zien dat in de pensioensector nudging-technieken, zoals social norms en defaults, en data science-technieken goed werken. Zij helpen om meer mensen te activeren ten aanzien van hun pensioen en om communicatie-campagnes meer gericht te distribueren. Ten aanzien van defaults blijkt uit onderzoek daarentegen wel dat mensen achteraf vaker minder tevreden zijn met het resultaat dan wanneer zij actief een bepaalde pensioenkeuze zouden hebben gemaakt. Het goed inrichten van de default is daarom belangrijk, maar nog belangrijker is het wellicht om mensen te activeren om pensioenkeuzes te maken.

4

Data en ethiek

Eind 2018 concludeerden we het volgende:

Alhoewel de grootste groep Nederlanders aangeeft de privacy van hun gegevens (heel) belangrijk te vinden of zich er zorgen om te maken, is het aantal deelnemers dat daadwerkelijk actie onderneemt t.a.v. zijn privacy, of dat een goed beeld heeft van de gegevens die door bedrijven worden gebruikt, relatief veel kleiner. Er is tegelijkertijd ook een groep die het gebruik van data door bedrijven als een gegeven beschouwt. Deelnemers vinden het vooral belangrijk dat ze inzicht hebben waarom en hoe een bedrijf (of pensioenfonds) data gebruikt, dat de data in hun voordeel worden gebruikt en dat er geen misbruik van hun data wordt gemaakt. Van een pensioenfonds verwachten ze bovendien extra voorzichtigheid met betrekking tot data.



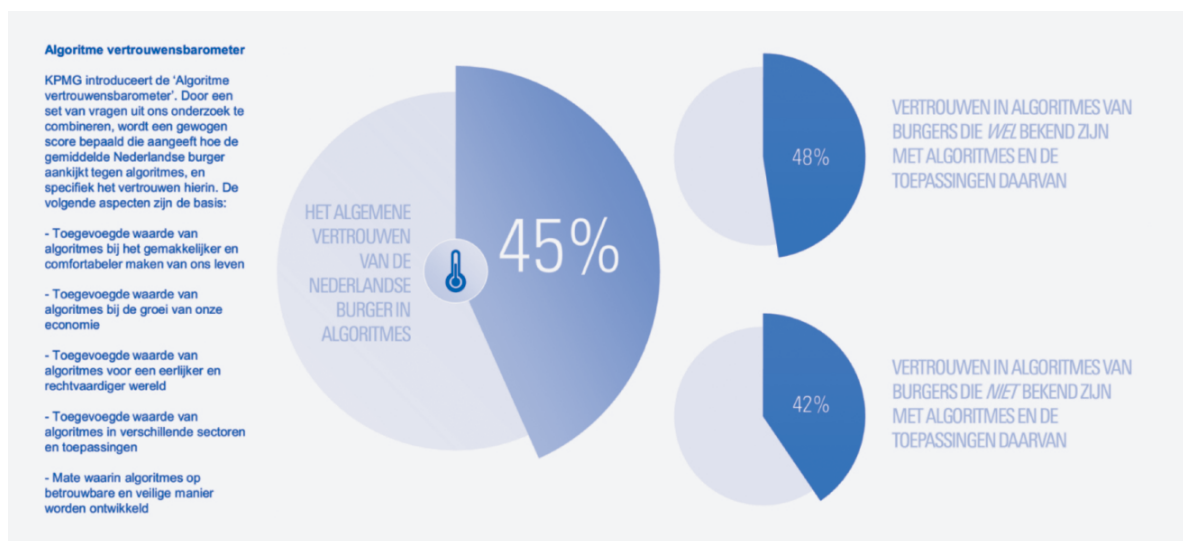
4.1. Algoritmes

Onderdeel van 'Big Data' en privacy is het ontwikkelen en toepassen van algoritmes. KPMG (2019) heeft in 2019 onderzocht via de 'Algoritme vertrouwensbarometer' hoe bekend Nederlandse burgers eigenlijk zijn met algoritmes en in welke mate burgers hier vertrouwen in hebben. 45% van de Nederlanders is bekend met het gebruik van algoritmes in de samenleving. 55% is niet bekend. Leeftijd en opleiding hebben een sterke invloed op de bekendheid, waarbij een hogere leeftijd en een lagere opleiding leiden tot minder bekendheid. Mensen die onbekend zijn met de term algoritme zijn het vaker oneens met de vraag of algoritmes toegevoegde waarde leveren (25% (onbekend) vs. 17% (bekend)). Mensen die bekend zijn met algoritmes zijn het vaker eens met deze vraag (47% (bekend) vs. 24% (onbekend)).

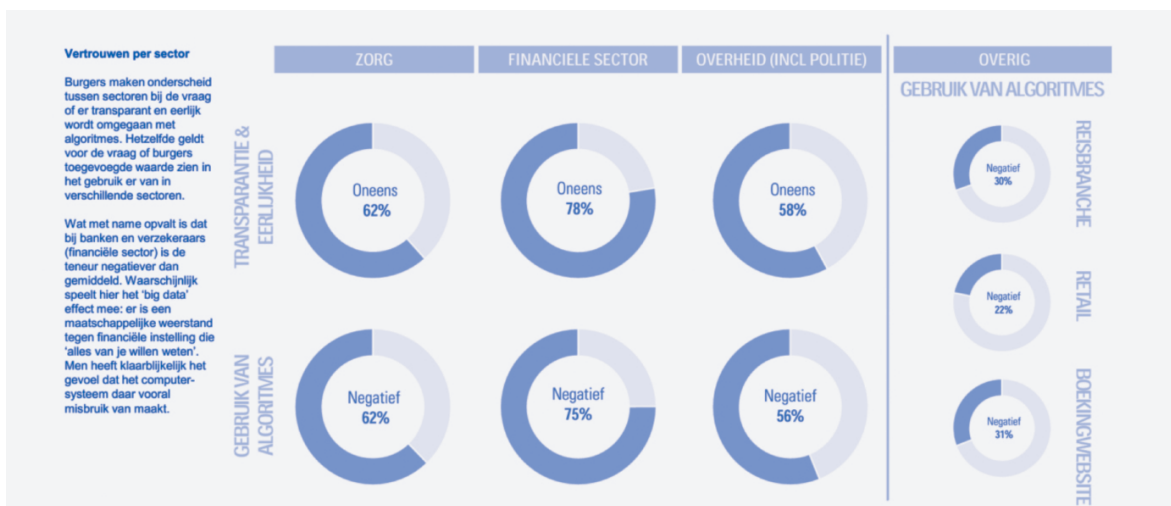
De toegevoegde waarde van algoritmes wordt vooral gezien voor de groei van de economie (55% eens) en voor het gemakkelijker en comfortabeler leven (47% eens). Veel minder respondenten denken dat algoritmes kunnen bijdragen aan een eerlijkere en rechtvaardigere wereld (12%). Daarnaast denken respondenten dat algoritmes in het veiligheidsdomein veel toegevoegde waarde kunnen hebben, bijvoorbeeld bij het opsporen van fraude of bij het aanpakken van georganiseerde criminaliteit.

Een algoritme neemt beslissingen over van mensen. KPMG concludeert dat hoe definitiever de beslissingen zijn, hoe minder vertrouwen mensen in het algoritme durven te stellen. Met definitief bedoelt KPMG een beslissing waarvan de gevolgen onomkeerbaar zijn, zoals een robot die een open hartoperatie uitvoert versus een algoritme dat de juiste hypotheek kiest (dat is omkeerbaar).

Opvallend is dat respondenten het meest negatief staan ten opzichte van het gebruik van algoritmes in de financiële sector, vergeleken met andere sectoren. De financiële branche scoort het slechtst op de mate waarin men denkt dat er transparant en eerlijk wordt omgegaan met algoritmes (78% is het oneens), en ook op de mate waarin men verwacht dat algoritmes toegevoegde waarde hebben. 75% van de respondenten is negatief. Van pensioenfondsen vergt het daarom transparantie, eerlijkheid en goede communicatie als zij algoritmes willen inzetten. Vorig jaar hebben we ook al geconcludeerd dat men van een pensioenfonds wellicht nog wel meer verwacht op het gebied van privacy dan van andere bedrijven.



Bron: KPMG, 2019



Bron: KPMG, 2019

80% van de respondenten vindt het wenselijk dat er toezicht komt door de overheid en/of een onafhankelijke derde op de toepassing van algoritmes.

DDMA (2018) heeft in 2018 een privacy monitor ontwikkeld. In het vorige rapport ('Wij vragen het de deelnemer 2018) hebben we het eerste deel hiervan besproken. Begin 2019 werd het tweede deel van deze privacy monitor gepubliceerd. En begin 2020 werd een nieuwe privacy monitor over 2019 gepresenteerd. Beiden monitors bespreken we hier.

4.2. Het delen van gegevens

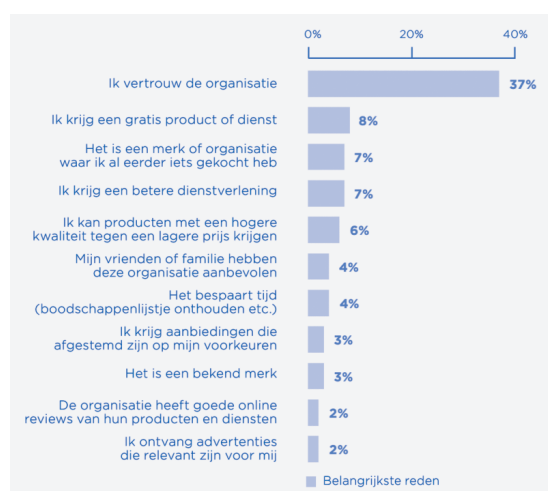
Uit de privacy-monitor van DDMA, deel twee (2018), een onderzoek onder 1045 respondenten, blijkt dat consumenten data-uitwisseling accepteren als onderdeel van de moderne economie. Dit geldt wel voor bepaalde vormen van data-uitwisseling, en onder bepaalde voorwaarden.

Bijna de helft van de deelnemers verwacht persoonlijke informatie af te staan om iets te krijgen (bijv. een nieuwsbrief, een win-kans, ...). Hoe persoonlijker de data, hoe meer men ervoor terug verwacht (57% vindt dit).

8% van de respondenten zegt gegevens over uitgaven te willen delen om geholpen te worden

met het beheer van de persoonlijke financiën. Andere uitwisselingen zijn populairder, zoals het geven van een e-mailadres voor exclusieve aanbiedingen of het geven van de locatie voor de snelste route naar de bestemming (44% en 35% respectievelijk). 26% wil gegevens over interesses en hobby's delen om relevante informatie te ontvangen van aanbieders. 52% is het niet eens met de stelling dat het goed is voor merken/organisaties om sociale netwerken te gebruiken om meer te weten te komen over mensen.

Volgens de privacy-monitor van DDMA (2019) zijn de volgende redenen belangrijk als het gaat om het delen van gegevens met bepaalde bedrijven.

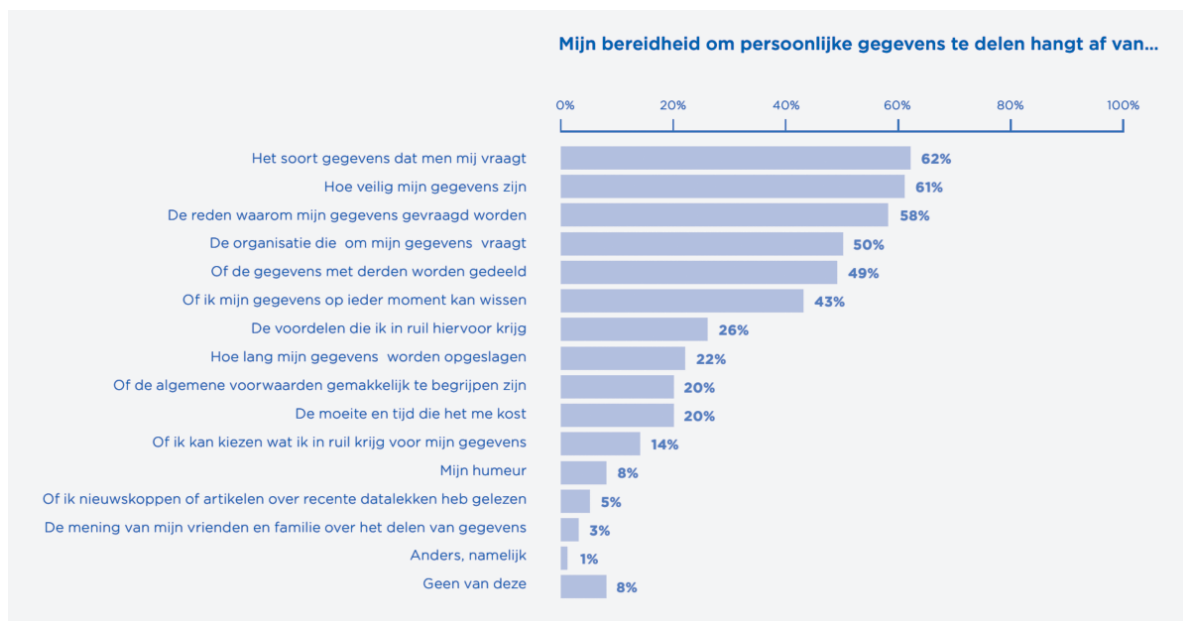


Bron: DDMA, 2019

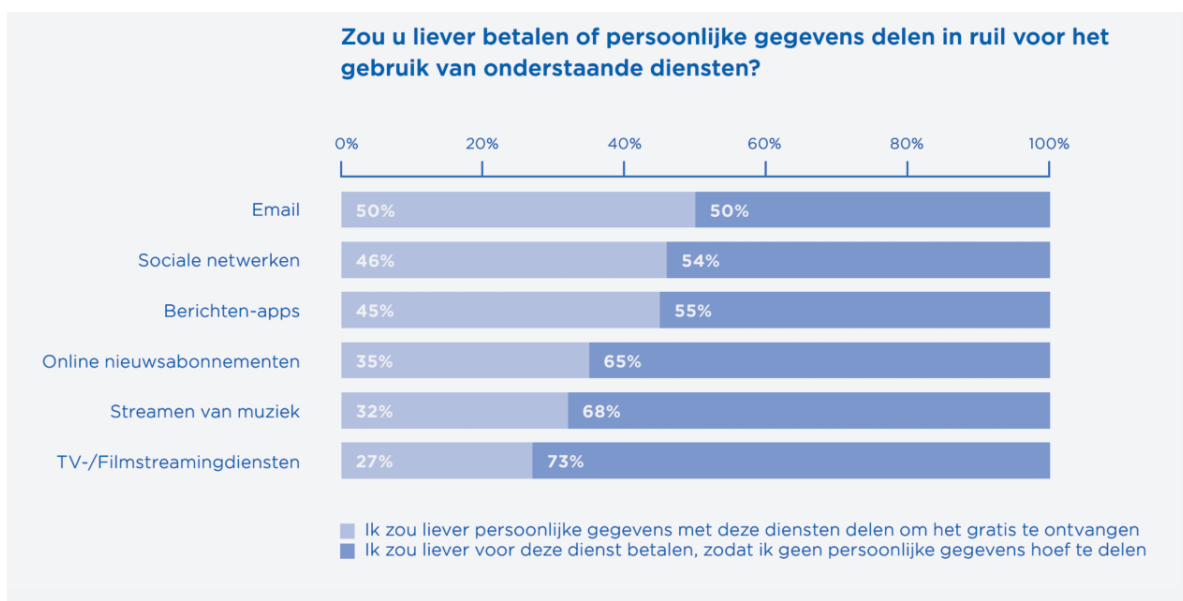
Vertrouwen in de organisatie is dus veruit het belangrijkste. Aan de ene kant maken consumenten zich zorgen over hun online privacy (58%), al zijn dit minder consumenten dan vorig jaar. Aan de andere kant snappen ze de wens van bedrijven om persoonsgegevens te verwerken (76%). 61% van de consumenten zegt tevreden te zijn met de hoeveelheid data die zij bij bedrijven achterlaten. Dat is 8% hoger dan in 2018. Bereidheid om bepaalde gegevens te delen met bedrijven hangt voornamelijk samen met praktische zaken in plaats van met de voordelen die consumenten ervoor terug (denken te) krijgen.

Als bedrijven beloningen aanbieden leiden vooral financiële beloningen, onder andere directe financiële beloningen, gratis producten of diensten, en korting op producten en diensten tot het delen van gegevens (40%, 29% en 27% respectievelijk). Gepersonaliseerde producten en diensten staan op plaats 8 met 18%.

Financiële gegevens vinden consumenten het meest privé (92%), nog meer privé dan medische gegevens (87%). Locatiegegevens zijn gestegen ten opzichte van 2018 in de mate waarin men deze gegevens privé vindt (83%).



Bron: DDMA, 2019



Bron: DDMA, 2019

Opvallend is dat veel consumenten liever betalen voor bepaalde diensten dan dat ze gegevens delen. Dit percentage is flink gestegen ten opzichte van eerdere jaren, toen 9% aangaf liever te betalen.

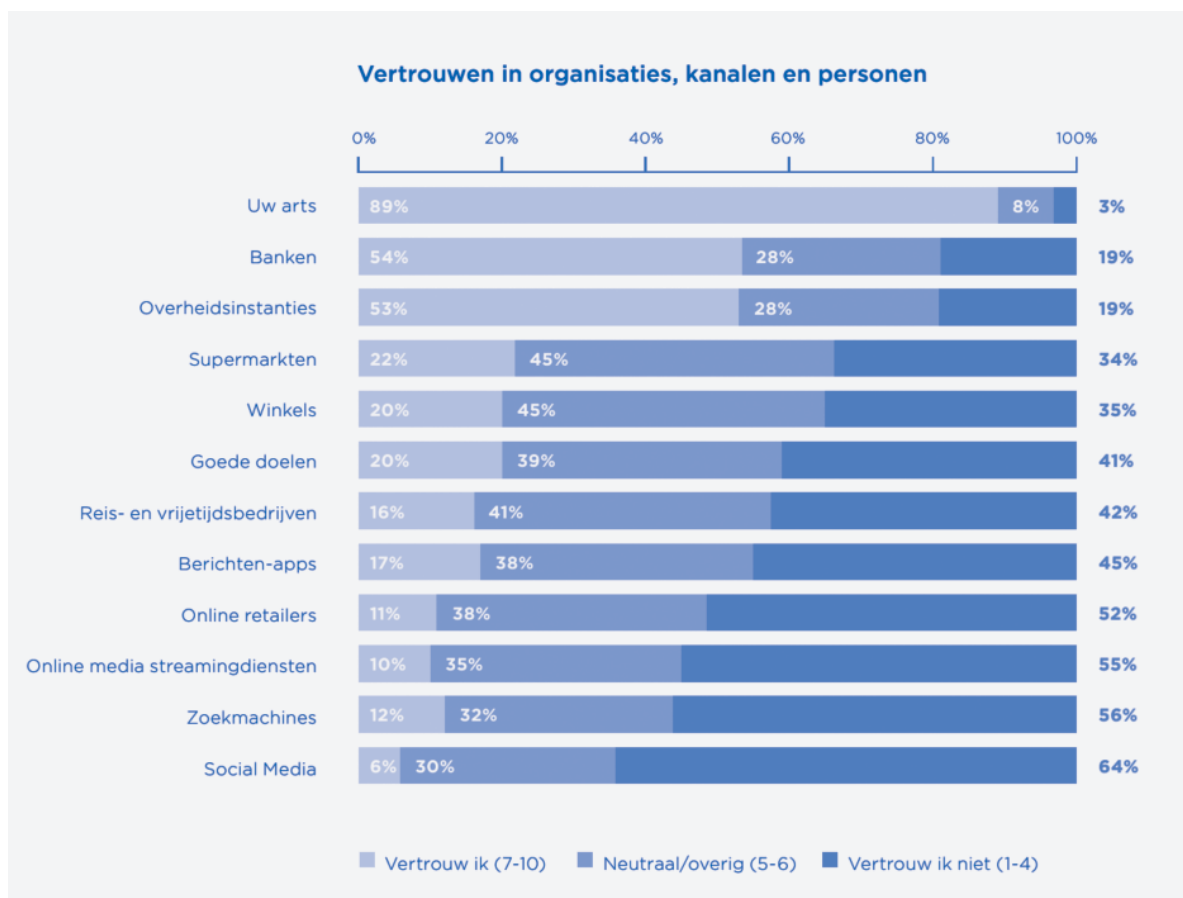
4.3. De AVG & controle

Uit de privacy monitor die DDMA in 2019 uitvoerde blijkt dat het percentage consumenten dat kennis heeft van de AVG enorm is toegenomen: van 28% in 2018 naar 69% in 2019. Het percentage consumenten dat kennis heeft van het feit dat zij inzage in hun gegevens mogen opvragen is toegenomen van 39% in 2018 naar 64% in 2019.

25% van de consumenten vindt dat hij/zij zelf eindverantwoordelijk is voor de eigen databeveiliging. 23% vindt de overheid hiervoor eindverantwoordelijk. Een klein deel zegt dat bedrijven eindverantwoordelijke zijn. 41% vindt het een combinatie van bovenstaande opties.

Slechts 29% krijgt voor zijn gevoel ook daadwerkelijk betere dienstverlening van bedrijven waarmee zij hun persoonsgegevens delen. 90% vindt dat bedrijven meer profiteren van dataverwerking dan de consument. 88% zegt meer controle te willen over het gebruik van hun gegevens door bedrijven. 28% zegt controle te hebben over hoeveel gegevens zij delen met bedrijven. Dit laatste cijfer is een verdubbeling, ten opzichte van 2018. Bijna iedereen verwacht van bedrijven dat ze zich aan de AVG houden, en bijna iedereen vindt zelfs dat bedrijven verder moeten gaan dan dat. De voordelen moeten duidelijker worden gemaakt en ze verwachten een online omgeving waar ze kunnen bepalen welke gegevens gedeeld worden en waar ze hun gegevens kunnen inzien en wijzigen.

Overheidsinstanties en banken krijgen meer vertrouwen van consumenten dan andere type bedrijven. Sociale media wordt door weinig consumenten vertrouwd.



Bron: DDMA, 2019



4.4. Samenvatting

Meer dan de helft van Nederland is niet bekend met het concept 'algoritmes'. Consumenten vinden financiële gegevens de meest persoonlijke gegevens, maar de financiële sector kan, ten opzichte van andere sectoren, op het minste vertrouwen rekenen als het gaat om het gebruik en de waarde van algoritmes. Consumenten accepteren gegevensuitwisseling tegenwoordig als onderdeel van de moderne economie. Maar toch is het percentage dat liever voor een dienst betaalt dan dat zij gegevens delen met een bedrijf flink toegenomen het afgelopen jaar (tussen de helft en driekwart van de mensen betaalt liever). En de grote meerderheid zegt meer controle te willen over hoe bedrijven met hun gegevens omgaan. Voor het uitwisselen van gegevens met een *bepaald* bedrijf of partij is vertrouwen in die partij veruit de belangrijkste factor die bepaalt of men wel of geen gegevens deelt. Voor het wel of niet delen van *bepaalde* gegevens lijken vooral praktische zaken een rol te spelen in plaats van de voordelen die men denkt ervoor terug te krijgen. Maar een kwart noemt de voordelen die ze krijgen als reden voor het delen van gegevens. De kennis over de AVG en het recht op inzage in de persoonlijke gegevens is sterk toegenomen.

5

Solidariteit

Eind 2018 concludeerden we het volgende:

Wanneer men aan deelnemers vraagt of men solidariteit belangrijk vindt, dan geeft de meerderheid aan dit belangrijk te vinden en solidair te willen zijn. Ook wanneer men op verschillende vormen van solidariteit wordt gewezen geeft het merendeel meestal aan deze solidariteit te ondersteunen. Tegelijkertijd zoeken mensen vooral de zekerheid voor zichzelf. De solidariteit tussen jongeren en ouderen en mensen met een hoog en laag inkomen is lager dan de solidariteit tussen mannen en vrouwen en gezonden en zieken. Als er wordt gekeken of solidariteit een bepalende factor is in de keuze voor een bepaald pensioenfonds, dan is dit slechts in zeer beperkte mate het geval. De economische voor- en nadelen van solidariteit spelen bij relatief weinig deelnemers een rol. Deelnemers hebben geen sterke voorkeur met wie ze solidair willen zijn, als men moet kiezen, genieten mensen in dezelfde bedrijfstak de voorkeur.

In 2018 hebben we geen nieuw hoofdstuk aan solidariteit gewijd omdat er toen weinig nieuw onderzoek naar was gedaan. Inmiddels zijn er weer een aantal nieuwe onderzoeken gedaan die we hieronder toelichten.



5.1. Nu de pensioenen verlagen, of liever niet?

In een onderzoek dat APG eind 2019 uitvoerde concluderen zij het volgende: Ondanks dat er twijfels zijn over de toekomst van het pensioen (is er straks nog wel pensioen?), en ondanks dat er grote groepen zijn die denken dat de ouderen van nu het beter hebben dan de ouderen van straks, willen toch een substantieel deel van de werkenden en vooral gepensioneerden dat er niet verlaagd wordt en vindt men het oneerlijk dat er niet geïndexeerd wordt. Ze zien op deze stellingen duidelijke verschillen tussen de generaties.

Ongeveer twee derde van de Nederlanders jonger dan 55 jaar weet niet of er straks wel genoeg pensioen is voor hem/haar, van de 55-plussers en gepensioneerden weet 43% en 33% respectievelijk dit ook niet. Rond de helft van de Nederlanders tot 55 jaar denkt dat de babyboomers (ouderen van nu) een beter pensioen hebben dan de jongeren van nu straks zullen hebben. Van de ouderen en gepensioneerden is 32 en 23% het hier ook mee eens. Maar onder de ouderen en gepensioneerden is ook ongeveer 1/3e het hier niet mee eens. Grote groepen twijfelen over hun toekomstig pensioen en denken dat het pensioen nu beter is dan het straks zal zijn.

Tegelijkertijd denken ouderen dat de pensioenpot zo goed gevuld is dat er wel extra uitgekeerd mag worden op dit moment. 65% van de gepensioneerden vindt dit en 53% van de ouderen. Van de jongeren en medioren vindt respectievelijk 35% en 40% dit.

Daartegenover staat een groep van 36% jongeren (en 24% medioren) die vindt dat er nu echt verlaagd moet worden, anders hebben jongeren straks te weinig. Onder de ouderen en gepensioneerden is dit percentage erg klein (3% en 5%). Onder de ouderen is 68% en onder de gepensioneerden 70% het hier juist niet mee eens. Bij de vraag of het verlagen van de pensioenen van de huidige gepensioneerden een goed idee is zien we ongeveer dezelfde uitkomsten. Hier is zelfs 90% van de gepensioneerden het niet mee eens.

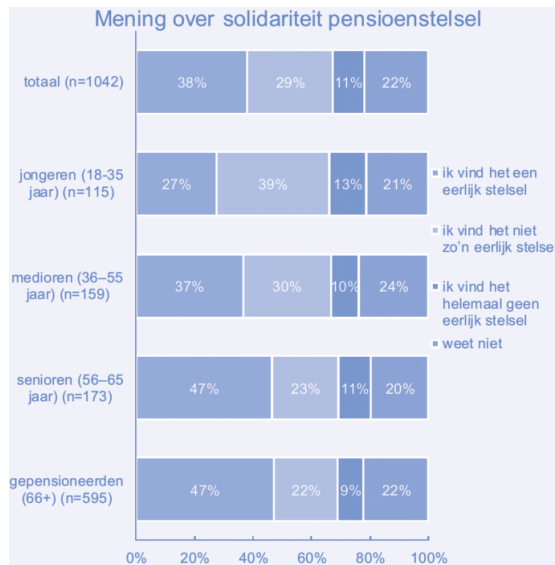
De meerderheid vindt de maatregel van Koolmees om een dekkinggraad van minimaal 90% toe te staan, zodat er op korte termijn niet verlaagd hoeft te worden een goed idee (van 44% bij de medioren, 52% bij de jongeren, tot 65% bij de senioren en 75% bij de gepensioneerden) (APG 2020). Ondanks de twijfel en het idee dat er straks misschien minder pensioen is lijkt het verlagen van de pensioenen niet op steun van de Nederlandse bevolking te kunnen rekenen. Dit zegt iets over de solidariteit. Rationeel gezien zou men verwachten dat een deelnemer, die verwacht dat er straks misschien te weinig pensioen is, zou willen dat het pensioen nu verlaagd wordt, zodat er meer pensioen overblijft voor volgende generaties. Dit beeld kwam wel naar voren in een onderzoek dat ABP uitvoerde, naar aanleiding van berichtgeving van ABP in de Telegraaf over het voorkomen van onnodige kortingen. Een groot aantal jongeren vond dat ABP de rekening hiermee doorschuift naar de toekomst (ABP, 2019e).

In het onderzoek van APG is er ook meer direct naar solidariteit gevraagd. Aan pensioenopbouwende deelnemers is namelijk de stelling voorgelegd: 'ik vind dat de pensioenen nu niet verlaagd hoeven te worden, ook al heb ik daardoor straks zelf misschien minder pensioen'. Ongeveer 1/3e van de pensioenopbouwende deelnemers is het hiermee eens (geen verschil tussen de leeftijdsgroepen). Ongeveer een kwart van de jongeren en medioren is het hier niet mee eens, en 14% van de senioren is het hier niet mee eens.

Aan de gepensioneerden is een soortgelijke stelling voorgelegd, namelijk: Ik vind dat de pensioenen nu niet verlaagd hoeven te worden, ook al betekent dit dat jongeren hierdoor straks misschien een lager pensioen ontvangen. 12% van de gepensioneerden is het hier niet mee eens, en bijna de helft van de gepensioneerden is het hier wel mee eens. De solidariteit van jong naar oud lijkt hier dus sterker dan de solidariteit van oud naar jong.

In het onderzoek is daarnaast ook nog gevraagd hoe eerlijk men het pensioenstelsel vindt na een korte uitleg over de werking van solidariteit in het stelsel: solidariteit van onder

andere mannen naar vrouwen en gezonden naar zieken, alsook hoe het aanpassen van de pensioenuitkering, de pensioenleeftijd of de premie het pensioenvermogen tussen generaties kan verdelen. In onderstaande tabel is te zien dat hoe ouder, hoe meer mensen het stelsel als eerlijk ervaren.



Bron: APG, 2020.

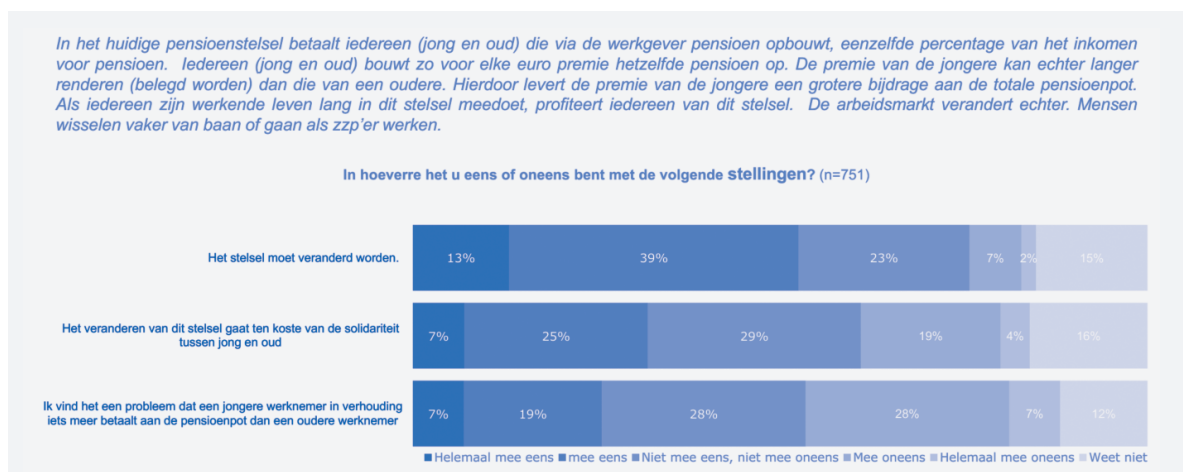
5.2. De doorsneepremie

Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (2019) heeft in een peiling onder 750 Nederlanders kort uitgelegd wat de doorsneepremie inhoudt en gepolst wat men hiervan vindt. Ongeveer een kwart van de Nederlanders zegt het een probleem te vinden dat jongeren iets meer betalen aan de

pensioenpot dan ouderen (als zij niet hun gehele werkzame leven bij het pensioenfonds blijven). 1/3e vindt het geen probleem. 52% vindt wel dat het stelsel moet veranderen naar aanleiding van de uitleg over de doorsneepremie.

5.3. Solidariteit met de eigen leeftijdsgroep

Uit een onderzoek van Riedl, Schmeets en Werner (2019) blijkt dat een substantieel deel van de respondenten voornamelijk solidair wil zijn met mensen van dezelfde leeftijdsgroep. Met mensen in hetzelfde leeftijdscohort willen deze deelnemers beduidend meer geld delen, dan met andere leeftijdsgroepen. Van de jongeren deelt 34,9% van de respondenten meer geld met andere jongeren, dan met de middengroep en de oudere groep. Van de middengroep deelt 27,4% meer met de eigen groep, en van de ouderen deelt 39,4% meer met de eigen groep. Meer dan 50% behandelt de drie leeftijdsgroepen waartussen ze onderscheid maken in het onderzoek echter wel hetzelfde. Riedl et. al (2019) onderzochten dit door deelnemers een som geld te laten verdelen tussen zichzelf en anderen, die geen som geld kregen. Opvallend is dat deelnemers pessimistischer zijn over de solidariteit van anderen. Ze verwachten minder solidariteit van anderen dan ze zelf bereid zijn om te geven. Van de ouderen wordt meer solidariteit verwacht, dan van de jongere groepen. De onderzoekers stelden ook vragen met betrekking tot 'altruïsme': iets voor iemand over hebben



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019.

zonder er iets voor terug te verwachten. Daaruit kwam een tegengesteld beeld: jongeren geven aan het meest altruïstisch te zijn met ouderen. Dit resultaat lijkt meer in lijn te liggen met de resultaten uit het onderzoek van APG, wat in hoofdstuk 5.1. beschreven is.

Deelnemers van alle leeftijdsgroepen vinden dat de solidariteit tussen jong en oud onder druk staat (in elke leeftijdsgroep meer dan 60%). Het beeld bestaat dat vooral ouderen profiteren van het huidige stelsel. 66% van de jongeren en 63% van de middengroep denken dat vooral de ouderen profiteren van het nieuwe stelsel, van de ouderen denkt 49% dit. Ook dit is in lijn met het APG onderzoek waarbij veel Nederlanders denken dat de ouderen van nu het financieel beter hebben dan dat de ouderen van straks het zullen hebben.

Wanneer Riedl et al. (2019) aan de respondenten verschillende solidariteitsvormen uit het pensioenstelsel voorleggen (gezonden vs. zieken, mannen vs. vrouwen en jong vs. oud) zien we dat de deelnemers de solidariteit met zieken (erg) goed vinden, maar dat ze de solidariteit tussen man en vrouw en leeftijdsgroepen minder waarderen.



5.4. Samenvatting

Alhoewel mensen twijfelen of er straks nog wel pensioen is, en alhoewel een grote groep denkt dat ouderen van nu het beter hebben dan ouderen van straks, zijn de meeste mensen geen voorstander van het verlagen van de pensioenen. Onder jongeren is wel meer steun voor het verlagen van pensioenen. Verder wijzen onderzoeken erop dat de solidariteit van jong naar oud sterker lijkt dan andersom. Een meerderheid denkt ook dat ouderen meer 'profiteren van het stelsel' dan jongeren. En hoe ouder, hoe meer mensen het huidige stelsel eerlijk vinden. Mensen verwachten vaak minder solidariteit van anderen, dan ze zelf bereid zijn te geven. Tussen de 27% en 40% van de Nederlanders is geneigd meer solidair te zijn met de eigen leeftijdsgroep dan met andere leeftijdsgroepen. Vooral de solidariteit van gezond naar ziek kan op steun rekenen, met leeftijds- en gendersolidariteit zijn veel minder mensen het eens.

Table 5. Attitudes towards pension solidarity for different domains

	Solidarity_Health	Solidarity_Gender	Solidarity_Age
Young participants	60.12	13.50	9.21
Middle-aged participants	55.10	14.33	12.74
Old participants	64.58	9.17	11.66
All participants	59.42	12.42	11.58

Note: The table displays the shares of participants in % who state that the respective aspect of solidarity within a pension fund is either a "good thing" or a "very good thing".

Bron: Riedl, Schmeets & Werner, 2019.

6

Duurzaamheid

In 2018 concludeerden we het volgende ten aanzien van duurzaamheid:

ABP-deelnemers vinden duurzaamheid nog steeds belangrijk. En nog steeds wordt de groep die dit belangrijk vindt kleiner wanneer het rendement eventueel in het gedrang komt. Verder blijkt dat veel deelnemers niet een heel duidelijk beeld hebben van hoe duurzaam en verantwoord ABP belegt en waarin ABP precies belegt. Ook hebben veel deelnemers geen duidelijk of juist beeld van de mate waarin duurzaamheid van beleggingen samenhangt met meer of minder rendement. Motivaction onderkent vijf verschillende groepen consumenten, die allen op een andere manier met duurzaamheid omgaan en hier een ander belang aan hechten. Vertaald naar pensioenfondsen betekent dit dat het voor sommige deelnemers van groot belang is als het fonds een van de duurzaamste fondsen is, maar dat dit voor anderen minder relevant is. In het algemeen geldt dat voor een relatief grote groep Nederlandse consumenten duurzaamheid nog steeds als belangrijk wordt ervaren. Echter wat duurzaamheid precies inhoudt en hoe men hier zelf aan kan bijdragen is voor velen nog onduidelijk. Ook is er bij een groep consumenten wantrouwen ten aanzien van 'duurzaamheidsclaims' door bedrijven.



6.1. Duurzaam en verantwoord beleggen

ABP heeft ook in 2019 een duurzaam beleggingsonderzoek uitgevoerd onder zijn deelnemers. De resultaten verschillen niet veel van eerdere jaren.

ABP-deelnemers associëren duurzaam en verantwoord beleggen met duurzame/groene energie, milieuvriendelijk zijn en rekening houden met de toekomst, mens, dier, natuur en/of wereld. Deelnemers zijn sterk verdeeld over wat de effecten van duurzaam beleggen op het rendement zijn; gepensioneerden zijn hier het meest positief over. Deelnemers vinden dat ABP zich moet richten op duurzame energie, het tegengaan van klimaatverandering, zuiniger omgaan met grondstoffen en goede gezondheidszorg. Net als andere jaren blijkt dat deelnemers niet in detail hoeven te weten hoe ABP belegt, maar dat zij het wel belangrijk vinden dat er duurzaam en verantwoord wordt belegd (60%). Als ABP aangeeft dat zij duurzaam en verantwoord belegt, dan vertrouwen deelnemers daarop (76%) (ABP, 2019b).

6.2. Duurzaam in eigen gedrag?

Motivaction heeft in opdracht van Milieu Centraal (2019) onderzoek gedaan naar het gedrag en de houding van Nederland ten aanzien van het thema duurzaamheid. Motivaction heeft 7 activiteiten voorgelegd die respondenten in hun dagelijkse leven zouden kunnen aanpassen om milieuvriendelijker te leven. Ze hebben gevraagd in hoeverre deelnemers deze activiteiten al uitvoeren, en of zij deze activiteiten meer of minder zouden willen uitvoeren. De meeste respondenten (tussen 46% en 78%) geven aan geen verschil te ervaren tussen hoe milieuvriendelijk zij zijn met betrekking tot een aantal activiteiten, versus willen zijn. Ze willen bijvoorbeeld niet vaker of minder vaak vegetarisch in plaats van vlees eten in de avond. Ze zijn dus tevreden met hoe milieuvriendelijk zij acteren.

De 7 activiteiten die Motivaction heeft voorgelegd zijn:

- Maximaal 5 minuten douchen (een kwart van de Nederlanders doet dit)
- Vegetarisch eten bij het avondeten in plaats van vlees bij het avondeten (de helft doet dit wel eens)
- De vaatwasser op een ecoprogramma laten draaien
- Melk van planten drinken in plaats van melk van dieren drinken
- Plastic afval scheiden (81% doet dit wel eens)
- De verwarming 's nachts niet hoger dan 15 graden (of 17-18 graden bij vloerverwarming)
- Eigen tas meenemen naar de supermarkt/winkel (95% doet dit wel eens)

Mensen zouden vooral vaker korter willen douchen (27%) of vegetarisch willen eten (24%). 40% van de mensen is het ermee eens dat ze het stom van zichzelf vinden dat zij niet de eigen tas meenemen als ze naar de winkel gaan, en 34% vindt het stom van zichzelf als ze plastic afval niet scheiden. Voor de andere activiteiten is het percentage dat het stom van zichzelf vindt als ze de activiteit niet doen beduidend minder.

6.3. Duurzaam bij boodschappen en winkelen

Net als vorig jaar heeft consultancybureau B-Open 'Dossier Duurzaam' ontwikkeld. Dossier Duurzaam is een langlopend grootschalig marktonderzoek (sinds 2008) naar de houding van de consument ten aanzien van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen. In juli en augustus 2019 heeft het onderzoek plaatsgevonden onder 2700 respondenten. Volgens hun onderzoek vindt 75% van de consumenten dat bedrijven een positieve bijdrage moeten leveren aan maatschappij, milieu en welzijn van mensen. Bedrijven die dit doen vinden ze sympathieker (76%). 52% is het ermee eens dat het vertrouwen in merken groter wordt als deze merken laten zien dat ze maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als we kijken naar in welke mate bedrijven volgens consumenten ook daadwerkelijk een positieve bijdrage leveren zien

we dat 29% van de mensen vindt dat bedrijven een positieve bijdrage leveren aan maatschappij, milieu en welzijn van mensen. 43% van de consumenten wantrouwt duurzaamheidsclaims.

Duurzaamheid speelt een steeds grotere rol bij aankoop van een product; in 2018 gaf 46% aan te letten op duurzaamheid bij aankoop van een product, in 2019 is dat 53%. Ook het percentage dat voor duurzaamheid wil betalen stijgt naar 38% in 2019. Dit is wel per sector verschillend, waarbij energie en voedsel het hoogst scoort (rond de 70%) en verzekeringen het laagst (44%). Net als bij ABP blijkt dat er veel onwetendheid is over wat bedrijven daadwerkelijk doen. En, zoals hierboven al beschreven, is er een grote groep die duurzaamheidsclaims wantrouwt. Ze willen concrete bewijsvoering. Bij ABP-deelnemers zien we een ander resultaat; hier zegt ongeveer 75% ABP te geloven wanneer ABP zegt dat zij duurzaam en verantwoord handelt.



6.4. Samenvatting

Duurzaamheid vindt steeds meer zijn weg in het dagelijkse leven van de consument; zowel wat betreft de eigen activiteiten die hij/zij hieromtrent thuis kan ondernemen als wat betreft hij/zij verwacht van bedrijven. Driekwart van Nederland vindt dat bedrijven een bijdrage moeten leveren aan mens en milieu. Ook van ABP verwacht men verantwoordelijkheid en duurzaamheid. Deelnemers van ABP zeggen ABP te vertrouwen als ze zegt dat ze duurzaam en verantwoord belegt. In de algemene consumentenmarkt is er echter minder vertrouwen ten aanzien van duurzaamheidsclaims; concrete bewijsvoering is hier van belang. Het percentage dat op duurzaamheid let bij aankopen (53%), en het percentage dat voor duurzaamheid wil betalen (38%) zijn allebei gestegen het afgelopen jaar.

7

Pensioenkeuzes

In 2018 concludeerden we het volgende ten aanzien van keuzevrijheid:

In recente onderzoeken over keuzevrijheid blijkt net als in 2016 dat een (grote) groep deelnemers positief reageert op keuzemogelijkheden. Tegelijkertijd laat de AFM in haar onderzoek zien dat het bieden van keuzes aan deelnemers niet automatisch tot positieve financiële gevolgen voor de deelnemer leidt. Ook leidt het direct vragen aan deelnemers of ze pensioenkeuzes willen niet altijd tot betrouwbare inzichten met betrekking tot de daadwerkelijke wens voor keuzevrijheid. De voorkeur van deelnemers hangt namelijk af van de manier waarop de vraag wordt gesteld, en pensioenkeuzes leiden intuïtief in eerste instantie tot relatief negatieve emoties. Daarnaast is het waarschijnlijk dat deelnemers keuzes maken vanuit een gebrek aan kennis of vertrouwen, en niet alleen vanuit een economische overweging. Het begeleiden van keuzes, of het aanbieden van keuzes met bepaalde randvoorwaarden is daarom nog steeds van belang.



7.1. Welke keuzes?

Het ministerie van SZW heeft aan 436 respondenten gevraagd welke pensioenkeuzes zij zouden willen hebben. De grafiek hieronder laat zien dat veel keuzes door de helft of zelfs meer dan de helft van de respondenten gewenst zijn. Waarbij de eerste twee keuzes bij de meeste fondsen eigenlijk al bestaande keuzes zijn. We maken hier, net als in de vorige rapporten van 'wij vragen het de deelnemer' de opmerking dat als je mensen vraagt of ze een keuze willen, of dat ze deze belangrijk vinden, je waarschijnlijk van het grootste gedeelte van de mensen een positief antwoord krijgt. In de praktijk blijkt echter dat de meeste mensen geen pensioenkeuzes maken en dat als je de vraag anders formuleert ('Wilt u dat <keuzeaspect> automatisch voor u geregeld wordt?') je ook positieve antwoorden krijgt van een meerderheid. De resultaten hieronder zijn dan ook in lijn met soortgelijke onderzoeken naar keuzevrijheid die we in eerdere rapporten hebben gepubliceerd (ABP, 2019c).

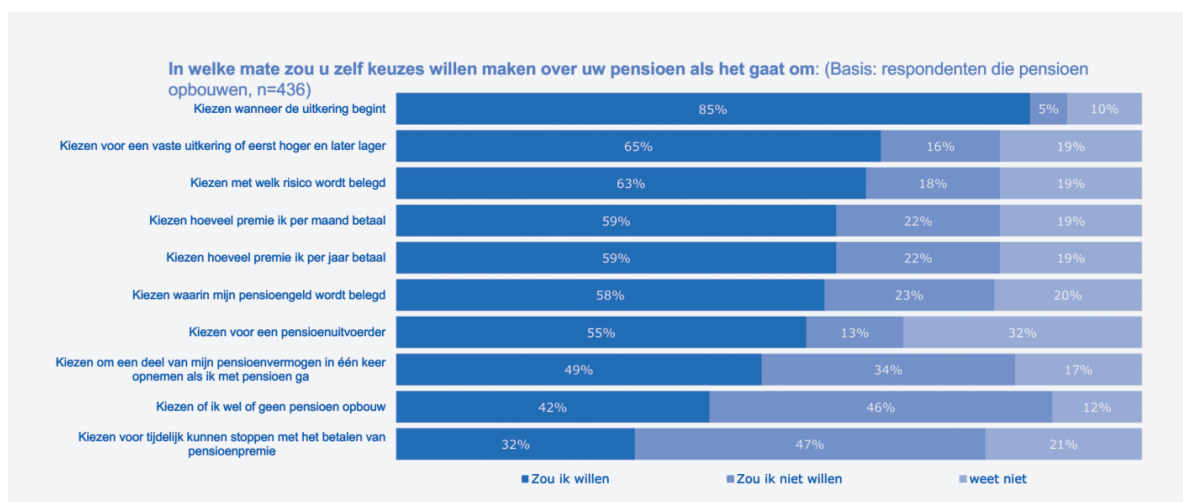
7.2. Invloed op de beleggingen

ABP (ABP, 2019d) heeft in 2019 onderzoek gedaan onder 500 ABP-deelnemers naar of, en hoe deelnemers invloed willen hebben op de beleggingen die het fonds doet met het vermogen. Ze constateren dat deelnemers het liefst invloed hebben door het geven van hun mening (via een poll of onderzoek) over het beleggingsbeleid. Dit doen ze liever dan het

advies van het fonds of het meebeslissen met het fonds met betrekking tot de beleggingen. De mening geven voelt comfortabel, want het vereist weinig kennis, voelt veilig maar geeft wel een gevoel van inspraak. In een eerder onderzoek van ABP in 2018 over meebeslissen over beleggingen gaven deelnemers al aan wel invloed te willen maar hier wel goede begeleiding bij te willen hebben. Ze willen deze invloed vooral op de wijze waarop ABP duurzaam belegt, en invloed op de landen, bedrijven en projecten waar ABP in investeert. Met betrekking tot het vaststellen van het risicoprofiel of de aandelenmix zijn er grotere groepen die ervoor kiezen om dit aan experts over te laten en dus geen invloed te hebben (1/3e kiest hiervoor). Bij het geven van de mening is het wel cruciaal dat het fonds er daarna op terugkomt over hoe de mening van deelnemers het beleid heeft beïnvloed.



Bron: ABP, 2019d



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019.

7.3. Lump sum

In 2019 berichtte minister Koolmees dat de lump sum keuze mogelijk moet worden in de pensioensector. Het moet mogelijk zijn voor deelnemers om bij pensionering tot 10% van hun pensioenvermogen in 1 keer op te nemen. Onderzoeken die in het verleden zijn gedaan naar de lump sum zijn daarom weer relevant. In het rapport van 2016 constateerden we het volgende:

“Bockweg, Ponds, Steenbeek & Vonken (2016) en Alilovic (2016) hebben beiden in hun onderzoek de keuze, om een percentage van het opgebouwde pensioenvermogen bij pensionering als eenmalig bedrag op te nemen, onderzocht. Deelnemers konden kiezen om 0%, 5%, 10%, 15%, of 20% van hun opgebouwde pensioenkapitaal als eenmalig bedrag te ontvangen. In de onderzoeken kiest respectievelijk 58% en 60% voor een eenmalig bedrag. Alhoewel intenties geen goede voorspeller zijn voor gedrag, laat het onderzoek wel zien dat deelnemers interesse zouden hebben in deze keuze. Deelnemers zagen in het onderzoek hetzelfde jaarlijkse bedrag bij 0% ‘lumpsum-opname’ als hun UPO-bedrag. PGGM heeft in 2015 een soortgelijk onderzoek uitgevoerd en concludeert dat 56% óf een lump-sum óf een hoog-laagconstructie opneemt (Kortleve, Willemsen, 2016). Van Dalen en Henkens (2016) tonen aan dat wanneer mensen kunnen kiezen tussen een annuïteit bij pensionering en de mogelijkheid om het pensioenvermogen in een keer uitbetaald te krijgen en zelf te kunnen beheren, dat 34% kiest voor de uitbetaling van het pensioenvermogen.” (APG, 2016).

In een later onderzoek onder gepensioneerden van ABP werd duidelijk dat 50% van de gepensioneerden een lumpsum zou willen opnemen. Dit bevestigt de wens voor lumpsum-mogelijkheden, zeker omdat gepensioneerden een realistischere keuze kunnen maken, zij zijn namelijk al met pensioen en kunnen beter inschatten hoe een lump sum hen zou kunnen helpen. Gepensioneerden die een lump sum willen, geven aan dat ze het geld zouden besteden aan het aflossen van de hypotheek (40%), het geld

als reservepotje willen hebben (28%), willen reizen (17%) of hun huis willen verbouwen (17%) (ABP, 2017).

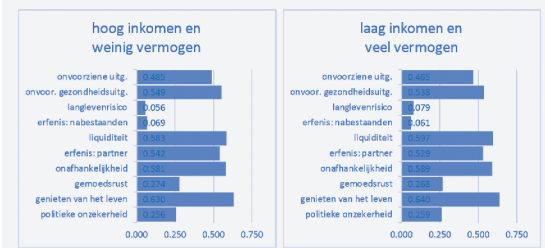
7.4. Besteding bij een lump sum

Bonekamp en van Soest (2019) testen in hun studie welk spaar- en bestedingsgedrag respondenten adviseren aan gepensioneerde voorbeeldhuishoudens in een pensioensituatie waarin ze 1. een relatief hoge maandelijkse uitkering ontvangen en een relatief klein overig vermogen hebben, of 2. een relatief lage maandelijkse uitkering ontvangen en een relatief hoog overig vermogen (lump sum) hebben.

40% van de respondenten kiest een uitgavenpatroon waarbij er nog (veel) gespaard wordt. Ze zien daarnaast dat veel vrij besteedbaar vermogen (lump sum) ook leidt tot significant meer uitgaven.

De redenen waarom deelnemers aan de voorbeeldhuishoudens adviseren om te sparen zijn als volgt (als alle spaarmotieven even belangrijk waren, dan zou de score 0.40 zijn per motief):

Figuur 5: Spaarmotieven voor geprefereerde uitgavenpatronen voor de gehele Nederlandse steekproef per vignet. Links het vignet met weinig vrij besteedbaar vermogen, rechts het vignet met veel vrij besteedbaar vermogen. De volledige omschrijving van de motieven is te vinden in Tabel 1.



Bron: Bonekamp en van Soest, 2019.

In een tweede studie konden respondenten in hun advies nog verschil maken in het geadviseerde uitgavenpatroon voor 77 jaar, en na 77 jaar. Meer dan de helft van de respondenten adviseert om in de jaren voordat iemand 77 jaar wordt meer uit te geven dan daarna (vergelijkbaar met de hoog-laag constructie).

Ze concluderen dat de gemiddeldes die uit het onderzoek naar voren komen economisch gezien redelijk lijken te kloppen. Maar ze zien ook grote verschillen tussen respondenten in het geadviseerde spaar- en bestedingsgedrag. Die verschillen zijn eigenlijk maar voor een zeer beperkt deel te verklaren door observeerbare kenmerken. Ze geven daarom aan dat waarschijnlijk een substantieel deel van de deelnemers wellicht verkeerde keuzes maakt, kijkend naar het bestedings- en spaargedrag. Ze adviseren om keuzevrijheid niet te groot en ingewikkeld te maken, en om het inwinnen van objectief financieel advies te vergemakkelijken. Dit is wat AFM ook eerder concludeerde in een onderzoek naar een premiestop. Deelnemers

zullen financieel gezien niet altijd de beste keuzes maken. Dit pleit voor een lump sum opname die begrensd is, op bijvoorbeeld 10% (ABP, 2019c).



7.5. Samenvatting

De lump sum keuze die geïntroduceerd gaat worden blijkt een relevante keuze; in meerdere onderzoeken is gebleken dat mensen daar gebruik van zouden willen maken. Bonekamp en van Soest (2019) vinden in hun studie waarin deelnemers een uitgave- en spaarpatroon moesten adviseren aan 'voorbeeldgepensioneerden' dat het beschikbaar hebben van meer vermogen (lump sum) waarschijnlijk leidt tot meer besteding. Maar ook dat 2/5e adviseert te blijven sparen. Zij zien grote verschillen in de adviezen van deelnemers en concluderen daarom dat een substantieel deel van de deelnemers waarschijnlijk geen optimale bestedings- en spaarkeuzes maakt. Dit is eerder al door de AFM geconcludeerd. Het begrenzen van de lump sum opname lijkt daarom verstandig. Naast het aanbieden van pensioenkeuzes, zijn er ook andere vormen mogelijk om controle of invloed aan deelnemers te geven. Zoals deelnemers laten meebeslissen over beleid of deelnemers om hun mening of advies vragen. ABP heeft onderzocht dat deelnemers liever invloed hebben op het ABP-beleggingsbeleid door het geven van hun mening (via een poll of onderzoek) over het beleggingsbeleid, dan door het meebeslissen of het adviseren hierover. De mening geven voelt comfortabel, want het vereist weinig kennis, voelt veilig maar geeft wel een gevoel van inspraak.

8

Nieuw pensioencontract

In 2018 concludeerden we het volgende:

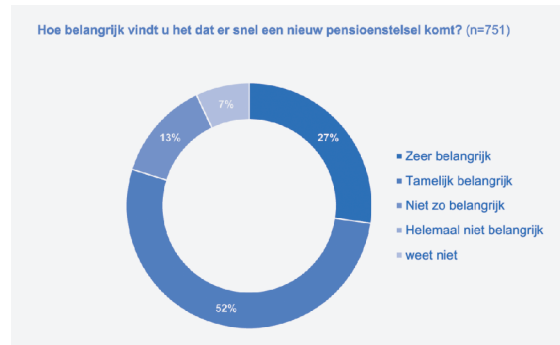
Er lijkt geen sterke voorkeur aanwezig voor een individueel of collectief pensioen. De meningen van Nederlanders zijn verdeeld, of men vindt het moeilijk om hier een mening over te vormen. Wel bestaat het beeld (onder werkgevers in ieder geval) dat het huidige pensioenstelsel voor sommige groepen deelnemers voordeliger is dan voor andere groepen. Verder is er nog steeds weinig onderzoek beschikbaar dat diep ingaat op de voorkeuren van Nederlanders ten aanzien van individueel pensioen. Vaak gaat de discussie over keuzevrijheid in pensioen.



In het hoofdstuk over solidariteit hebben we al gezien dat ook in 2019 onder een substantiële groep het beeld bestaat dat het pensioenstelsel op dit moment niet eerlijk is voor verschillende leeftijdsgroepen. In 2019 is er meer specifiek onderzoek gedaan naar het pensioenstelsel. Met name door het Sociaal en Cultureel Planbureau.

8.1. Wensen voor een nieuw stelsel

Eind 2018 en begin 2019 heeft het Ministerie van SZW onderzoek gedaan onder 750 Nederlanders naar wat zij vinden van de onderhandelingen over het nieuwe pensioenstelsel (die toen mislukt waren) en wat zij verwachten van het nieuwe pensioenstelsel. In het hoofdstuk over vertrouwen was al te lezen dat 58% van de Nederlanders vindt dat het nodig is dat het pensioenstelsel gemoderniseerd wordt. De volgende cijfers onderschrijven dit: 27% vindt het zeer belangrijk dat er nieuw pensioenstelsel komt, en 52% vindt het tamelijk belangrijk.



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019.

Het ministerie heeft ook, via een open vraag, gevraagd wat het belangrijkste is dat geregeld wordt in het nieuwe pensioenstelsel. De pensioenleeftijd bevroren of zelfs verlagen staat met stip bovenaan. Daarnaast wil men zekerheid; iets wat het pensioenakkoord en de nieuwe voorgestelde pensioenstelsels niet gaan bieden.



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019.

8.2. Een variabele uitkering?

Dat mensen zekerheid willen blijkt ook uit het feit dat de meerderheid (55%) zegt te kiezen voor een vast pensioeninkomen, ook al is dat lager dan een variabel pensioeninkomen. 27% kiest voor een variabel pensioen. De rest weet het niet (Ministerie van SZW, 2019). Deze resultaten zijn vergelijkbaar met een onderzoek dat Motivaction eerder heeft uitgevoerd. Kwantitatief onderzoek van Motivaction voor het Verbond van Verzekeraars laat zien dat zonder informatie 54% zegt een voorkeur te hebben voor een vaste uitkering (26% voor een variabele uitkering). 20% heeft geen voorkeur. Deelnemers geven aan dat ze kiezen voor een vaste uitkering omdat dit zekerheid en duidelijkheid geeft. Deelnemers die kiezen voor een variabele uitkering zeggen dat ze dit doen omdat ze mogelijk een hogere uitkering zullen ontvangen. Nadat deelnemers communicatie hebben gelezen over de voor- en nadelen van een vaste versus een variabele uitkering verschuift de voorkeur van sommige deelnemers. Na het lezen van de informatie kiest nog steeds de meerderheid voor een vaste uitkering (41%). 30% kiest voor een variabele uitkering en 29% weet het nog niet. De groep die voor variabel kiest groeit licht, de groep die het n.a.v. de informatie niet weet groeit relatief sterk (Verbond van Verzekeraars, 2017).

8.3. Het resultaat is wat telt

SCP schrijft in een rapport over hun onderzoek naar de pensioenhervormingen (2019) dat de wetenschappelijke literatuur erop wijst dat mensen een institutie beoordelen op basis van haar werking en de resultaten. Uit hun eigen onderzoek onder 2400 pensioenopbouwende Nederlanders en 1200 zelfstandigen komt naar voren dat zij het pensioen voornamelijk beoordelen op basis van de hoogte van de pensioenuitkering die zij (zullen) ontvangen en minder op de werking van het stelsel. Respondenten konden tussen verschillende stelsels kiezen in het onderzoek. Zie hoofdstuk 2.2 voor een uitgebreidere toelichting.

SCP wijst daarbij op het feit dat het pensioenakkoord en de voorgestelde hervormingen van het pensioenstelsel (de werking van pensioen), zoals meer flexibiliteit, keuzevrijheid en eigenaarschap, niet bijdragen aan een beter pensioenresultaat. De stelling dat pensioenhervormingen daarom zullen bijdragen aan een hoger vertrouwen in het pensioenstelsel trekken zij daarom in twijfel.

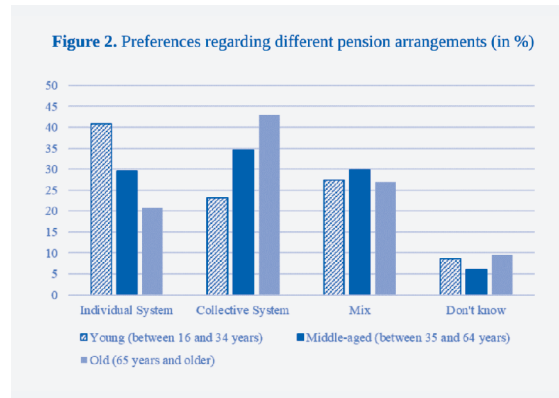
Uit het onderzoek komt verder naar voren dat het door werknemers wordt gewaardeerd als het pensioenfonds persoonlijke potjes aanbiedt (5,2 procentpunt meer kans dat men voor een stelsel kiest waarin men een persoonlijk pensioenpotje opbouwt), en de mogelijkheid biedt om eerder met pensioen te gaan.

8.4. ZZP'ers

Onderdeel van het pensioenakkoord is dat er ook voor ZZP'ers een pensioenoplossing komt. Uit het onderzoek van SCP (2019) blijkt dat verplichting tot deelname aan een pensioenvoorziening in de tweede pijler door de meeste ZZP'ers niet met open armen zal worden ontvangen. De kans dat men voor een stelsel kiest waarbij men verplicht wordt aangesloten in de tweede pijler is 14,3 procentpunt minder dan een stelsel waarbij zij geen toegang zouden hebben tot de tweede pijler. Zij vinden net als werknemers de hoogte van de uitkering het belangrijkste. ZZP'ers zijn wel meer positief dan werknemers over de opties die ervoor zorgen dat zij het pensioen beter kunnen afstemmen op hun wensen; maatwerk. Zo zijn zij positief over inspraak in beleggingen (14,9 procentpunt meer kans dat men voor een stelsel met deze voorwaarde kiest), de mogelijkheid om tijdelijk geen premie te betalen (9,5 procentpunt) en de mogelijkheid om flexibel te zijn met inleg en opname uit het pensioen (13,3 procentpunt). Ze zijn positief over de mogelijkheid om zich vrijwillig aan te sluiten bij een pensioenfonds met persoonlijke potjes. Als in een stelsel de mogelijkheid wordt geboden tot een persoonlijk pensioenpotje waarbij men zich vrijwillig kan aansluiten leidt dit tot 5,1 procentpunt meer kans dat ZZP'ers voor dat stelsel kiezen. Voor draagvlak onder zelfstandigen is dus flexibiliteit en een persoonlijk pensioen belangrijk (SCP, 2019).

8.5. Persoonlijk versus collectief pensioen

Uit het onderzoek van Riedl et al. (2019) komt naar voren dat ouderen de voorkeur geven aan een collectief stelsel en dat jongeren de voorkeur geven aan een individueel stelsel. Het totale beeld is echter redelijk verdeeld; zo wil rond de 30% een collectief stelsel, rond de 30% een individueel stelsel en rond de 30% een mix van collectief en individueel. Dit resultaat is in lijn met de resultaten uit onderzoeken die we in eerdere uitgaves van dit rapport behandeld hebben (ABP, 2019c). De onderzoekers hebben heel kort uitgelegd wat een collectief en individueel stelsel inhoudt. Het is daarom de vraag of de respondenten uit dit onderzoek precies wisten wat een collectief en persoonlijk pensioen inhield.



Bron: Riedl, Schmeets & Werner, 2019

Het Ministerie van SZW (2019) ziet in zijn onderzoek de volgende cijfers als ze vragen of de voorkeur uitgaat naar een gezamenlijke of een persoonlijke pensioenpot. Waarbij ook de resultaten weer verdeeld zijn. De helft kiest voor persoonlijk, ofwel via een bank of verzekeraar, ofwel via het pensioenfonds. En de andere helft kiest voor collectief via het pensioenfonds.



Bron: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019.



8.6. Samenvatting

De meeste Nederlanders zijn van mening dat het pensioenstelsel gemoderniseerd/aangepast moet worden. Wat er volgens Nederlanders voornamelijk moet veranderen is dat de pensioenleeftijd niet verder omhoog moet en dat er meer zekerheid komt. Als Nederlanders moeten kiezen tussen een vast (maar lager) of variabel (maar hoger) pensioen, dan kiezen de meesten (iets meer dan de helft) voor een vast pensioen. Uit onderzoek van het SCP blijkt dat mensen, als ze moeten kiezen tussen verschillende stelsels, het stelsel kiezen dat het hoogste pensioenresultaat biedt. ZZP'ers geven aan geen voorkeur te hebben voor een stelsel waarbij ze automatisch bij een pensioenfonds worden aangesloten, ze wensen flexibiliteit en een persoonlijk pensioen. Ook dit jaar bevestigt een onderzoek het beeld dat er geen sterke voorkeur onder Nederlanders is voor een persoonlijk versus een collectief pensioen.

Referenties

ABP, 2017. Interne rapportage over keuzewensen van gepensioneerden.

ABP, 2018. Waarin zou jij beleggen?

ABP, 2019a. 10 pijlers voor effectieve pensioencommunicatie. Understanding deelnemers en experts. Rapport-kwalitatief onderzoek.

ABP, 2019b. Deelnemersonderzoek duurzaam en verantwoord beleggen.

ABP, 2019c. We vragen het de deelnemer, 2019

ABP 2019d. Experiment invloed op het beleggingsbeleid. Rapportage belangrijkste inzichten.

ABP, 2019e. Wat heeft berichtgeving "ABP wil onnodig korten voorkomen" met sentiment deelnemer gedaan?

AFM, 2019. Pensioenen verlagen: informeer eerlijk, persoonlijk en stimuleer actie.

APG, 2016. We vragen het de deelnemer. Rapport over houding en wensen van deelnemers in het licht van een nieuw pensioenstelsel.

APG, 2020. Nederlanders spreken zich uit over pensioen.

Augustus-Vonken, Verhallen, Brügggen, Post, 2019. Using social norms to activate pension plan members: insights from practice. Netspar Industry Series.

B-Open, 2019. Dossier Duurzaam 2019.

Bonekamp, Jan & van Soest, Arthur, 2019. Spaarmotieven en consumptiegedrag. Netspar Industry Series.

DDMA, 2018. DDMA Privacy Monitor – Deel Twee

DDMA, 2019. DDMA Privacy Monitor. Zo denken Nederlanders over data en privacy.

DNB, 2020. DNBulletin: Financiële kennis voedt vertrouwen in instellingen.

Eberhardt, Wang, Weterings (forthcoming). This looks interesting! More pension involvement by personalizing emails.

Indeed, 2020. Werkzoekenden vinden pensioen het belangrijkste. Gevonden via Telegraaf: <https://www.telegraaf.nl/financieel/2128923828/werkzoekenden-vinden-pensioen-belangrijkst>

ING, Erasmus Universiteit Rotterdam, Universiteit Leiden, 2018. Een zetje in de richting van meer sparen. Klant ESB

KPMG, 2019. Onderzoek: Vertrouwen van de Nederlandse Burger in Algoritmes.

Milieu Centraal, 2019. Onderzoek duurzaam gedrag. Factsheet.

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2019. Beleving pensioenen.

Nationale Nederlanden, 2020. Driekwart van de Nederlanders onderschat financiële veranderingen bij nieuwe baan.

NIBUD, 2019. Geldzaken in de praktijk 2018-2019

Riedl, Arno, Schmeets, Hans & Werner, Peter, 2019. Preferences for solidarity and attitudes towards the Dutch pension system. Evidence from a representative sample. Netspar Industry Series.

Sociaal en Cultureel Planbureau, 2019. Legitimiteit en pensioenhervormingen.

Verbond van Verzekeraars, 2017. Onderzoek standaardmodel. Rapportage.

Vonken en Limpens, 2018. Keuzevrijheid in pensioen: Ons brein wil niet kiezen, maar wel gekozen hebben. Netspar Industry Series.

Wijzeringeldzaken, 2019a. Onderzoek financieel fitte werknemers, Een onderzoek naar de wensen en behoeften rondom hulp van de werkgever bij financiële vragen.

Wijzeringeldzaken, 2019b. Onderzoek financiële goede voornemens. Een onderzoek naar financiële goede voornemens voor 2020.

Wijzeringeldzaken & Maastrichtuniversity, 2019. Financiële veerkracht op de oude dag. Deel 3. Hoe zetten we mensen aan tot actie.

