

COMMUNICATIEBELEIDSPLAN
STICHTING PENSIOENFONDS ROCKWOOL
2023-2025

INHOUD	BLAD
INLEIDING	3
1 UITGANGSPUNTEN EN CONTEXT	5
2 STAKEHOLDERS	7
3 AMBITIES EN DOELSTELLINGEN	9
4 STRATEGIE, AANPAK EN COMMUNICATIESTIJL	11
5 ROLLEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN	15
6 METEN EN BORGEN	17

INLEIDING

De verdere professionalisering van beleid en processen binnen Pensioenfonds Rockwool is een doorlopend proces. Ook de externe omgeving waarin het pensioenfonds zich beweegt verandert in snel tempo. Communicatie speelt hierin een belangrijke rol. Voor communicatie doelen wij daarbij met name op de verdergaande digitalisering van communicatie en het feit dat als vervolg op de in de Pensioenwet genoemde communicatie inmiddels ook de Wet Pensioencommunicatie van kracht is geworden.

Pensioenfonds Rockwool legt in dit plan haar beleid rondom het onderwerp communicatie vast. Dit plan levert een bijdrage aan de realisatie van de missie en visie van Pensioenfonds Rockwool, en is daarmee richtinggevend voor het bestuur en het bestuursbureau. Het is de basis voor de inzet van communicatie in beleids- en projectplannen en de wijze waarop bestuur en medewerkers invulling geven aan de communicatietaak.

Op grond van de ambities in dit communicatiebeleidsplan stelt de bestuurder met het aandachtsgebied communicatie en het bestuursbureau gezamenlijk een Communicatiejaarplan op dat wordt vastgesteld door het bestuur. Het Communicatiebeleidsplan wordt jaarlijks besproken door het bestuur en waar wenselijk aangepast.

In de afgelopen jaren is door sociale partners veelvuldig het voornemen aangegeven de uitvoeringsovereenkomst met het pensioenfonds te willen opzeggen. Bij het opstellen van het communicatiebeleidsplan en de jaarlijkse communicatieplannen is rekening gehouden met dit voornemen. In 2022 is duidelijk geworden dat het voornemen tot het beëindigen van de uitvoeringsovereenkomst door sociale partners vooralsnog niet zal plaatsvinden. Hoewel hierover geen toezeggingen zijn gedaan gaat het pensioenfonds er vanuit dat de uitvoeringsovereenkomst wordt voortgezet tot tenminste het moment dat invaren in het nieuwe pensioencontract heeft plaatsgevonden. In 2022 is dit voornemen tot invaren door sociale partners uitgesproken. Het pensioenfonds bereidt zich ook voor op de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel en het invaren van de bestaande pensioenaanspraken van (gewezen) deelnemers en gepensioneerden. Het pensioenfonds heeft het voornemen op 1 januari 2026 over te gaan naar het nieuwe pensioenstelsel.

Met de komst van een nieuw pensioenstelsel wordt een belangrijke communicatieverantwoordelijkheid bij pensioenfondsen neergelegd. Pensioenfonds Rockwool wil deze vereisten op een goede manier invullen. De wijze waarop dit gebeurt wordt, naast het communicatiejaarplan, ingevuld door middel van een afzonderlijk communicatieplan. Zowel het communicatiejaarplan als het afzonderlijke communicatieplan voor de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel worden gebaseerd op dit communicatiebeleidsplan en de wettelijke vereisten.

Het eerste hoofdstuk gaat in op de uitgangspunten van en het speelveld waarbinnen Pensioenfonds Rockwool opereert. In het tweede hoofdstuk zijn de belanghebbenden bij het pensioenfonds in kaart gebracht. Vervolgens wordt ingegaan op ambities en communicatiedoelstellingen. In het vierde hoofdstuk komen aanpak en inzet van

communicatiemiddelen aan de orde. Daarna is er aandacht voor “rollen en verantwoordelijkheden”. Tenslotte geeft hoofdstuk 6 inzicht in de wijze waarop de effecten van communicatie worden gemeten.

1. UITGANGSPUNTEN EN CONTEXT

Missie

Het pensioenfonds heeft als missie vastgesteld:

Stichting Pensioenfonds Rockwool beheert en belegt de premies van Rockwool en haar werknemers. Daarnaast beheert zij de opgebouwde aanspraken, premievrije aanspraken en ingegane pensioenrechten van de oud-werknemers. Het pensioenfonds wil een goed en betaalbaar collectief pensioen realiseren. Kernwaarden van het pensioenfonds zijn:

- *Verantwoordelijkheid;*
- *Evenwichtigheid;*
- *Betrouwbaarheid;*
- *Kostenbewustzijn;*
- *Transparantie;*
- *Laagdrempelig;*
- *Maatschappelijk verantwoord.*

Maatschappelijke context

Pensioenfonds Rockwool heeft te maken met ontwikkelingen in de maatschappij. Met deze maatschappelijke ontwikkelingen dient Pensioenfonds Rockwool rekening te houden en daarop, voor zover mogelijk, in te spelen. Hierbij kan onder meer gedacht worden aan de volgende zaken:

- Een terugtrekkende overheid (die uitgaat van een grotere zelfredzaamheid van burgers);
- Een nieuw pensioenstelsel (met minder garanties);
- Een verdere verhoging van de pensioenleeftijd in de toekomst;
- Geringe interesse van met name jongeren voor het onderwerp pensioen;
- Door lage dekkingsgraden was er een negatieve beeldvorming over pensioenfondsen. De verhogingen van pensioenen in 2022 hebben de beeldvorming niet wezenlijk veranderd;
- Een kritische houding ten aanzien van nut en toegevoegde waarde van pensioenfondsen;
- Verplichte deelname aan pensioenfondsen;
- (noodzakelijke) schaalvergroting van pensioenfondsen.

Pensioenfonds Rockwool moet rekening houden met deze zaken en deze betrekken in het beleid. Het communicatiebeleid draagt bij aan de missie van het Pensioenfonds en heeft als uitgangspunten:

- Optimaal inspelen en aansluiten op specifieke informatiebehoeften en belangen van de (verschillende groepen) stakeholders;
- Uitvoering geven aan de Wet Pensioencommunicatie (tijdig, correct, duidelijk en evenwichtig communiceren);
- De communicatie tussen Pensioenfonds, (gewezen) deelnemers en gepensioneerden te regisseren en faciliteren;

- Kostenbewustzijn, effectiviteit en duurzaamheid zijn belangrijke afwegingen bij de uitvoering;
- Flexibiliteit wanneer externe ontwikkelingen (zoals wetswijzigingen, krantenberichten e.d.) hiertoe aanleiding geven.

Ondernemingspensioenfonds

Als onafhankelijk ondernemingspensioenfonds heeft het fonds een bijzondere band met ROCKWOOL. De nauwe relatie tussen de twee organisaties komt niet alleen tot uiting in de gekozen huisstijl van het Pensioenfonds maar ook in het gezamenlijke doel om voor alle betrokkenen een evenwichtig pensioenbeleid uit te voeren.

Wet Pensioencommunicatie

De Wet Pensioencommunicatie stelt het perspectief van de deelnemer centraal. Communicatie van pensioenfondsen moet aansluiten bij de specifieke informatiebehoeften en kenmerken van de deelnemer. Naast tijdige, duidelijke, correcte en evenwichtige communicatie staan termen als 'overzicht', 'inzicht' en 'actie' daarbij centraal. Een belangrijke wijziging is dat het zogenaamde *Pensioen 1-2-3* geïntroduceerd is. Dit digitale communicatie-instrument dat werkt met standaard iconen en bestaat uit 3 communicatielagen, moet de (gewezen) deelnemers en gepensioneerden op hoofdlijnen inzicht geven in de belangrijkste kenmerken van de pensioenregeling. Het moet onderdeel uitmaken van de website van het pensioenfonds. Bovendien zijn pensioenuitvoerders met deze wet verplicht om via *mijnpensioenoverzicht.nl* de deelnemers een totaaloverzicht te bieden van hun opgebouwde pensioenrechten.

Het pensioenfonds richt het communicatiebeleid zodanig in dat het in lijn is met de wettelijke eisen uit de Wet Pensioencommunicatie.

2. STAKEHOLDERS

Voorwaarde voor het slagen van pensioencommunicatie is dat de informatie aansluit op de specifieke behoeften en wensen van de verschillende (groepen) stakeholders. Verder moet het pensioenfonds 'momentum' creëren door aandacht te vragen voor pensioen op het moment dat een deelnemer wordt geconfronteerd met zogenaamde 'life events' (ingrijpende gebeurtenissen in het persoonlijke leven).

We onderscheiden de volgende stakeholders:

- Deelnemers:
Deze groep is divers in leeftijd, in informatiebehoefte (hoeveelheid en inhoud), en in gebruik van digitale informatie (variërend van 'whizzkid' tot 'digibeet'). Het betreft alle (nieuwe) medewerkers van ROCKWOOL. De werkgever vervult ook een rol in de pensioencommunicatie naar deze groep;
- Pensioengerechtigden:
Ook deze groep vertoont een behoorlijke diversiteit in leeftijd en mediagebruik. In toenemende mate is ook deze groep digitaal actief;
- Gewezen deelnemers (inclusief ex-partners van (gewezen) deelnemers). Ten aanzien van deze groep bestaat een wettelijke minimum communicatieplicht, waaraan het pensioenfonds dient te voldoen. Vooralsnog lijkt dit voldoende. Uiteraard kan deze groep op eigen initiatief wel extra informatie vergaren;
- ROCKWOOL als werkgever: met de werkgever bestaat een goede verstandhouding en nauwe samenwerkingsrelatie. Zie ook onder 6 "rollen en verantwoordelijkheden".
- De Nederlandsche Bank (DNB), de Autoriteit Financiële Markten (AFM) en de Autoriteit Persoonsgegevens (AP). Naar DNB/AFM hebben we bepaalde vaste informatieverplichtingen waaraan we moeten voldoen. De AP houdt toezicht op de naleving van de AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming).
- Het verantwoordingsorgaan en de visitatiecommissie.

De deelnemers, pensioengerechtigden en gewezen deelnemers worden gekwalificeerd als primaire stakeholders.

Deelnemersonderzoek

Eind 2022/begin 2023 heeft het pensioenfonds een deelnemersonderzoek gehouden naar (de effectiviteit van) de communicatie door het pensioenfonds. De resultaten van dit onderzoek geven aan dat de interesse voor pensioen bij pensioengerechtigden groter is dan bij deelnemers. Deelnemers ondernemen ook minder vaak actie naar aanleiding van informatie over hun pensioen.

Bij Pensioenfonds Rockwool is er binnen de groep deelnemers ook een verschil in interesse voor het onderwerp pensioen. Medewerkers die dichterbij hun pensioendatum staan zijn meer met hun pensioen bezig dan de jongere groep.

Uit het onderzoek komt ook naar voren welke informatiebehoeften de verschillende groepen

hebben:

- Er is een voorkeur voor het gebruik van informatie uit www.mijnpensioenoverzicht.nl ;
- De bestaande frequentie van informatievoorziening wordt als goed ervaren;
- Er is veel behoefte aan een digitale nieuwsbrief;
- Er is behoefte aan een (jaarlijkse) pensioencheck;
- 1/3^e deel van de deelnemers heeft behoefte aan een persoonlijk gesprek met de werkgever;
- 2/3^e deel van de belanghebbenden staat positief tegenover meer digitale communicatie.

Ten aanzien van de kennis rondom het (eigen) pensioen komt uit het onderzoek het volgende naar voren:

- Een meerderheid van de deelnemers weet wat het opgebouwde pensioen is, maar slechts 50% weet wat men gaat krijgen;
- Een meerderheid weet welke actie men moet ondernemen bij onvoldoende pensioen;
- Vrijwel iedere belanghebbende weet dat het pensioen verhoogd, maar ook verlaagd kan worden.

3. AMBITIES EN DOELSTELLINGEN

Pensioenfonds Rockwool beoogt door middel van haar communicatie de pensioenbewustwording van haar deelnemers te stimuleren en streeft naar transparantie en tevredenheid bij deelnemers. Daarbij communiceert Pensioenfonds Rockwool de correcte informatie op het juiste moment op een begrijpelijke en duidelijke manier. De communicatie draagt bij aan een positief imago van het fonds.

De communicatie van het pensioenfonds heeft tot ambitie te bereiken dat de primaire stakeholder:

- Meer pensioenbewustzijn krijgt over zijn volledige pensioen, te weten AOW, pensioen bij andere pensioenuitvoerders en het pensioen van het pensioenfonds;
- Een pensioenverwachting heeft die overeenkomt met hetgeen het pensioenfonds kan realiseren (voorkomen van een verwachtingskloof);
- Weet hoeveel pensioen hij van het pensioenfonds kan verwachten (overzicht);
- Kan nagaan of dat voldoende is (inzicht);
- Zich bewust is van de risico's van de pensioenvoorziening bij het pensioenfonds (inzicht);
- Uit de communicatie kan opmaken welke acties hij zou kunnen ondernemen ter aanvulling van zijn pensioen van het pensioenfonds of om zijn uitgavenpatroon aan te passen (handelingsperspectief en actie);
- Open staat voor pensioeninformatie, dat wil zeggen:
 - o Betrokken is bij het thema pensioen;
 - o De urgentie inziet van een (goed) pensioen;
 - o Vaardig met de geboden informatie om kan gaan;
 - o De geboden pensioeninformatie positief beoordeelt;
- De informatie krijgt aangeboden in voor de (gewezen) deelnemer/gepensioneerde begrijpelijke taal.

Met de invoering van de Wet toekomst pensioenen (Wtp) dienen pensioenfondsen de deelnemer te begeleiden bij het maken van keuzes binnen de pensioenregeling. Pensioenfonds Rockwool heeft voor de invulling hiervan de volgende zorgambitie gedefinieerd:

Het pensioenfonds wil deelnemers zo breed mogelijk informeren en zo goed mogelijk meenemen bij de te maken keuzes rondom hun pensioen bij het fonds. Dat begint bij het correct, tijdig en eerlijk informeren van de deelnemer. Met name op het moment dat de situatie van de deelnemer zodanig wijzigt, dat het gevolgen heeft (of kan hebben) voor zijn of haar pensioen. In de informatie die deelnemers op dat moment ontvangen, is altijd aandacht voor de acties die de deelnemer moet (of kan) ondernemen. Deelnemers kunnen gebruik maken van de diverse (online) middelen om zelfstandig een keuze te maken.

Om de communicatieambities te bereiken zijn de doelstellingen nader verdeeld in termen van kennis, houding en gedrag.

- **Kennis**

De doelstelling is dat de primaire stakeholders kennis hebben van en over:

- Wat de omvang van het pensioen van het pensioenfonds is of wordt;
- Wat de pensioenregeling van het pensioenfonds op hoofdlijnen inhoudt;
- De keuzemogelijkheden binnen de pensioenregeling van het pensioenfonds;
- Waar ze terecht kunnen voor meer informatie over het pensioen van het pensioenfonds;
- De kosten en risico's van de pensioenregeling van het pensioenfonds;
- De acties die zij moeten ondernemen voor hun pensioen van het pensioenfonds;
- Het fonds, het bestuur en de medewerkers;
- Wat de financiële strategie van het fonds is.

- **Houding**

De doelstelling is dat de stakeholders;

- Een positieve houding hebben ten opzichte van het pensioen en Pensioenfonds Rockwool;
- Vertrouwen hebben in het fonds, het bestuur, de regeling en de keuzemogelijkheden.

- **Gedrag**

De doelstelling is om de primaire stakeholders in staat te stellen aan te zetten tot het (laten) maken van een eigen financiële planning zodat:

- De juiste keuzes worden gemaakt;
- Op een relevant moment de gewenste of noodzakelijke informatie bij het juiste loket wordt gehaald;
- De juiste actie op het juiste moment wordt ondernomen;
- Zowel gewezen als actieve deelnemers kunnen voor keuzebegeleiding gebruik maken van medewerkers van de klantenservice van pensioenuitvoerder AZL, pensioenconsultants en het bestuursbureau. Klantenservice AZL, pensioenconsultants en het bestuursbureau zijn, in deze volgorde, beschikbaar en opgeleid om (gewezen) deelnemers en gepensioneerden op persoonlijk niveau te informeren over het pensioen bij Pensioenfonds Rockwool. Gewezen en actieve deelnemers worden actief gewezen op de mogelijkheden tot keuzebegeleiding. Het pensioenfonds heeft niet de ambitie om de begeleiding van (gewezen) deelnemers uit te breiden naar pensioen van andere pensioenuitvoerders of privévoorzieningen en -vermogen. Het fonds is van mening dat het huidige niveau van keuzebegeleiding volstaat. Wettelijke wijzigingen of wijzigingen in de pensioenregeling zijn mogelijk aanleiding om in de toekomst de dienstverlening en/of zorgambitie verder aan te scherpen. Het pensioenfonds onderzoekt op dat moment bij welke life-events het relevant is om meer of extra (keuze)begeleiding in te zetten.

4. STRATEGIE, AANPAK EN COMMUNICATIESTIJL

Strategie

De communicatiestrategie beoogt de volgende zaken:

- **Betrokkenheid bij het thema pensioen verhogen**
 - Pensioen meer tot de verbeelding van de deelnemers (vooral ook jongeren) te laten spreken en een positiever beeld mee te geven (beeld geven van hoe het leven er na pensionering uit zal zien). Er zal meer op het gevoel van mensen moeten worden ingespeeld om pensioenen hoger op de agenda van de stakeholders te krijgen. Het thema pensioen zal dichterbij de deelnemers gebracht moeten worden;
 - Pensioenfonds Rockwool meer gezicht geven. Om mensen goed te kunnen voorlichten moet er een goede vertrouwensrelatie met de stakeholders zijn. De deelnemer zal zich meer deelgenoot moeten voelen van zijn pensioen en het pensioenfonds waar dit pensioen wordt opgebouwd;
 - Pensioen meer naar het “heden” brengen in plaats van naar de toekomst. Pas dan gaan mensen (vooral ook jongere medewerkers) zich meer druk maken over hun pensioen.
- **Urgentie versterken**
 - Actief informatie verstrekken over kenmerken pensioenregeling, eventuele risico's en mogelijke aanvullende maatregelen;
 - Pensioen hoger op de agenda van - vooral jongere - deelnemers krijgen (door onder meer inzicht te geven in kans en gevolgen van een te laag pensioen);
 - Toekomstbeeld naar heden halen (door pensioen ook aan andere financiële zaken te koppelen die in het heden plaatsvinden, bijvoorbeeld tijdens/na nieuwe cao afspraken).
- **Vergroten eigen vaardigheid**

Door deze vaardigheid te vergroten, kan de mate waarin men zich openstelt voor pensioeninformatie toenemen:

 - Informatie sluit aan op eigen informatiebehoefte en/of denk- en belevingswereld (bijv. in één oogopslag kunnen zien hoe hoog het pensioeninkomen is en of dit toereikend is).
 - De informatie zal als het ware stap voor stap aan de doelgroep moeten worden voorgelegd. De volgorde waarin die informatie wordt gepresenteerd is daarin zeer bepalend;
 - Duidelijk handelingsperspectief.
- **Positievare beoordeling van pensioeninformatie**
 - Meer gebruik maken van visuele en interactieve informatie in plaats van informatie

in de vorm van veel tekst en vakjargon. Dit onder andere via Pensioen 1-2-3;

- Informatie op de persoon afgestemd en inzicht in concrete betekenis en financiële gevolgen voor deelnemer.

De Wet Pensioencommunicatie en Pensioen 1-2-3 spelen hierop in door gebruik te maken van het sleutelbegrip 'gelaagdheid'. De eerste communicatielaag bestaat uit essentiële informatie over de pensioenregeling. De tweede en derde lagen geven uitgebreidere/verdiepende informatie die de deelnemers op een later moment desgewenst tot zich kunnen nemen, indien mogelijk op doelgroep en/of persoonlijk niveau. Die gelaagdheid komt ook terug in de eisen die gesteld gaan worden aan het pensioenregister ('inzicht' - 'overzicht' – 'handelingsperspectief' en de 3 scenario's).

Aanpak

Om deze doelstellingen te realiseren gebruikt Pensioenfonds Rockwool onder meer onderstaande aanpak en middelen. De exacte invulling hiervan wordt bepaald in het jaarplan.

- **Website**

De website van het pensioenfonds vormt de basis van alle communicatie met deelnemers en gepensioneerden. Op de website kan de deelnemer op maat en gelaagde informatie vinden via een 'mijn omgeving'. Door de website uit te breiden kan meer praktische informatie worden gedeeld. Daarnaast wordt, binnen de technische mogelijkheden, aandacht besteed aan de aantrekkelijkheid van de website. Zo wordt onder meer aandacht besteed aan de leesbaarheid van de pagina's.

- **Papieren communicatie**

De meest uitgebreide informatie zal op de website te vinden zijn. Via de fysieke nieuwsbrieven worden verschillende onderwerpen onder de aandacht gebracht waarbij voortdurend aandacht wordt gevraagd voor de website. Voor zover mogelijk zal per doelgroep en per life event gelaagd overzicht, inzicht en handelingsperspectief gegeven worden. Ook hier zal de website leidend zijn.

Het jaarverslag is via de website beschikbaar; een verkorte versie wordt bij de nieuwsbrief opgenomen. In de verkorte versie zal met name worden ingegaan op de (individuele) gevolgen van de in het jaarverslag gerapporteerde gebeurtenissen op het pensioen van de belanghebbende.

- **Digitalisering communicatie**

Het pensioenfonds zet in op het vervangen van de bestaande schriftelijke communicatie door digitale communicatie. Dit betekent dat toekomstige communicatie naar belanghebbenden in beginsel digitaal gaat plaatsvinden. Belanghebbenden kunnen aangeven de schriftelijke communicatie te willen behouden. In het communicatiejaarplan wordt aangegeven op welke wijze digitalisering wordt vormgegeven.

- **Persoonlijke contact**

Persoonlijk contact heeft een belangrijke meerwaarde voor kennisoverdracht naar, en bewustzijn bij deelnemers. Dit persoonlijk contact is (telefonisch) mogelijk met medewerkers van de uitvoeringsorganisatie (momenteel AZL). Daarnaast zorgt de fysieke aanwezigheid (en toegankelijkheid) van het bestuursbureau op het kantoor van ROCKWOOL ervoor dat voor deelnemers laagdrempelige toegang bestaat tot gespecialiseerde pensioen kennis. Uitgangspunt is wel dat de informatieverstrekking aan deelnemers in beginsel door de uitvoeringsorganisatie wordt verzorgd.

De eerste kennismaking met pensioen zal bij een nieuwe deelnemer het contact met de medewerker HR zijn. Deze medewerker dient over voldoende basiskennis te beschikken om deelnemersvragen over aard van de regeling en verwachte pensioenuitkomst te kunnen beantwoorden. In situaties waarbij er sprake is van collectieve beëindiging van deelnemerschap is het in beginsel de werkgever die in passende communicatie dient te voorzien. Het pensioenfonds kan de werkgever op verzoek daarbij ondersteunen.

- **Bijeenkomsten**

Voor bepaalde actuele thema's, specifiek voor ons pensioenfonds of meer algemeen, zijn informatiebijeenkomsten een persoonlijk middel voor zowel deelnemers als gepensioneerden persoonlijk middel, dat bijdraagt aan de betrokkenheid en zichtbaarheid. Een en ander wordt nader ingevuld in het communicatiejaarplan.

- **Wettelijke middelen**

Naast de website en nieuwsbrieven zijn er een aantal wettelijke, steeds terugkerende middelen zoals:

- Uniform Pensioen Overzicht (UPO)
- Pensioen1-2-3
- Jaarverslag
- Verplichte brieven

Communicatiestijl

Pensioenfonds Rockwool wil duidelijk en begrijpelijk communiceren. Om dat te bereiken hanteert het fonds voorwaarden aan huis- en schrijfstijl:

- **Schrijfstijl**

- Taalniveau B1;
- Consistentie in begrippen;
- Positieve toonzetting;
- De lezer persoonlijk aanspreken;
- Compacte zinnen;

- Gebruik maken van rekenvoorbeelden en voorbeeldwerking;
 - Vermijden van vakjargon;
 - Uitgaan van het standpunt van de lezer.
-
- **Huisstijl**
 - Een eigen logo en herkenbare huisstijl;
 - Een consistente toepassing van het logo en de huisstijl;
 - Duidelijk aangeven waar de primaire stakeholder terecht kan voor meer informatie.

5. ROLLEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN

Hieronder wordt een overzicht gegeven van de geldende taakverdeling, verantwoordelijkheden en rapportagelijnen binnen Pensioenfonds Rockwool met betrekking tot communicatie.

Bestuur

Het bestuur is eindverantwoordelijk voor communicatie. Door het bestuur wordt het Communicatiebeleidsplan vastgesteld. Datzelfde geldt voor het bijbehorende Communicatiejaarplan en het communicatiebudget.

Door het bestuur is een bestuurslid aangewezen met als aandachtsgebied communicatie. Door het bestuurslid kan een bezoldigde deskundige worden ingeschakeld mits hiervoor toestemming door het bestuur is verleend.

Het bestuurslid heeft de volgende taken:

- Het periodiek (eenmaal per drie jaar opstellen van het (concept) Communicatiebeleidsplan en, na advisering door het Verantwoordingsorgaan en vaststelling door het Bestuur, toetsen van de adequate uitvoering daarvan;
- Zich voortdurend op de hoogte te houden van de wettelijke voorschriften en aanbevelingen van de overheid ter zake van communicatie door pensioenfonds;
- Het toezien op de uitvoering van de communicatie;
- Het jaarlijks toetsen van de uitvoering aan het vastgestelde communicatiebeleid en periodiek verslag daarvan uitbrengen aan het bestuur;
- Het opstellen van een (concept) Communicatiejaarplan in het vierde kwartaal van het jaar voorafgaande aan het jaar waarop het jaarplan betrekking heeft;
- Het voorbereiden van concrete stukken op het terrein van communicatie voor het bestuur. Dit zijn onder meer maar niet uitsluitend voorstellen tot aanpassingen in communicatiebeleid of communicatiejaarplan op basis van wettelijke wijzigingen of veranderde inzichten;
- Het opmaken van een jaarlijkse begroting voor de afzonderlijk te maken kosten voor de uitvoering van het communicatiebeleid in het vierde kwartaal van het jaar voorafgaande aan het jaar van de begroting;
- Het (her)redigeren en doen uitgeven van voorlichtingsmateriaal ten behoeve van de diverse doelgroepen en/of diverse onderwerpen binnen de regeling;
- Gevraagd en ongevraagd het bestuur te adviseren ten aanzien van het vast te stellen communicatiebeleid en het formuleren van voorstellen om dit, waar nodig en/of gewenst, aan te passen.

Verantwoordingsorgaan

Het Verantwoordingsorgaan (VO) geeft advies over het Communicatiebeleidsplan. Bij tussentijdse wijzigingen van het Communicatiebeleidsplan stelt het bestuur het VO eveneens in de gelegenheid advies uit te brengen over de beoogde wijzigingen.

Werkgever

Pensioenfonds Rockwool is een ondernemingspensioenfonds. Voor de werkgever is de arbeidsvoorwaarde pensioen een belangrijk onderdeel van het totale beloningspakket. Het bestuur vindt dat de werkgever een navenante rol moet vervullen in de communicatie met de deelnemers. De werkgever beschikt over een professionele HR-organisatie. Vanuit zowel HR als directie wordt pensioen serieus genomen. Het pensioenfonds wil bij haar pensioencommunicatie, waar mogelijk, nauw samenwerken met de werkgever.

6. METEN EN BORGEN

Het Pensioenfonds wil beter aansluiten op de behoeften van zijn stakeholders. Daarvoor is het van belang dat de wensen en behoeften van (gewezen) deelnemers en gepensioneerden periodiek worden geïnventariseerd waarbij ook de effecten van de inspanningen op het terrein van communicatie wordt gemeten.

De website en nieuwsbrieven bieden diverse mogelijkheden voor meting van behoeften. In het Communicatiejaarplan wordt dit meegenomen bij de uitwerking van de diverse communicatiemiddelen.

Het Communicatiebeleidsplan wordt vastgesteld voor een periode van drie jaar. Het Communicatiejaarplan sluit daarop aan en wordt jaarlijks opnieuw opgesteld. In het Communicatiejaarplan worden tevens planning en kosten opgenomen. Voor zover wenselijk of noodzakelijk wordt het Communicatiebeleidsplan tussentijds aangepast. Het streven is eenmaal per vijf jaar een communicatieonderzoek te doen.

Het communicatieonderzoek heeft verschillende doelstellingen. Naast het (verder) inventariseren van de wensen en behoeften van (gewezen) deelnemers en pensioengerechtigden is het communicatieonderzoek een toetsingsinstrument voor de effectiviteit van het communicatiebeleid van het fonds. Om deze effectiviteit te kunnen meten wordt gebruik gemaakt van onderstaande prestatie-indicatoren:

- Pensioenbewustzijn;
- Tevredenheid over dienstverlening;
- Waardering informatieverstrekking;
- Waardering contactmomenten.

Het communicatieonderzoek is voor het eerst uitgevoerd in 2017. In 2019 heeft in samenwerking met sociale partners een deelnemersonderzoek plaatsgevonden over de toekomstige uitvoering van de pensioenregeling. Eind 2022/begin 2023 is weer een eigen deelnemersonderzoek gehouden naar de (effectiviteit van de) communicatie door het pensioenfonds.

Dit Communicatiebeleidsplan 2023-2025 is door het bestuur van het fonds vastgesteld in de bestuursvergadering van 13 november 2023.