



Whitepaper

Spread the word

Onderzoek naar nieuwe pensioentaal

Augustus 2022

Pensioenjargon de deur uit, denk aan een aardbei

Het vernieuwde pensioenstelsel komt eraan. Hoe vertellen we Nederlanders wat er straks allemaal gaat veranderen aan hun pensioen? Wat kunnen ze begrijpen en waar haken ze af? Hoe kunnen we mensen die pensioen opbouwen of ontvangen helpen zich te verdiepen in de informatie over de aanstaande veranderingen? Uitdagende vragen die het vernieuwde stelsel met zich meebrengt.

Begrijpelijkheid geeft rust

Meer kennis, meer vertrouwen

Uit onderzoek van Netspar blijkt dat de meeste mensen weinig weten over pensioen. Vaak staan ze niet open voor informatie over dit onderwerp, omdat ze het niet leuk en te complex vinden. Tegelijkertijd maakt ruim de helft van de ondervraagden zich er (veel) zorgen over. Verder zien we dat een grote groep mensen geen vertrouwen heeft in het huidige pensioenstelsel, evenmin als in het vernieuwde stelsel. Mensen die hun pensioenregeling niet goed begrijpen, voelen zich vaak minder betrokken bij hun pensioen, maken sneller ongewenste keuzes en hebben in veel gevallen minder vertrouwen in de pensioenuitvoerder. Uit meerdere onderzoeken komt naar voren dat vertrouwen en pensioenkennis hand in hand gaan. Heldere communicatie kan helpen om kennis over, en hiermee het begrip van, en vertrouwen in het pensioen, te vergroten.

Hét moment om te veranderen

Dat veel mensen zich niet of weinig verdiepen in pensioen maakt communicatie over de overgang naar een vernieuwd stelsel extra uitdagend. Vooral omdat er enkele belangrijke elementen in het stelsel zullen veranderen die persoonlijke impact hebben. Daarnaast vraagt de nieuwe wet ook meer financiële zelfredzaamheid van de mensen die pensioen opbouwen of ontvangen. Het wordt dus nog belangrijker dat men pensioeninformatie tot zich neemt en begrijpt. De overgang naar het vernieuwde stelsel is volgens ons daarom ook hét moment om de manier van communiceren te veranderen en nog meer in lijn te brengen met de belevingswereld van de mensen die de communicatie tot zich (moeten) nemen. Als we afstappen van jargon zorgen we ervoor dat we pensioeninformatie toegankelijker maken.

Een zoektocht naar de juiste woorden

De meeste mensen hebben een beperkte basiskennis van pensioen en een beperkt tekstbegrip. Dat betekent dat teksten snel te moeilijk zijn. Teksten worden over het algemeen al snel als moeilijk ervaren door het gebruik van abstracte formuleringen en concepten. Die zijn weliswaar gangbaar in de pensioensector en de financiële wereld, maar niet in de belevingswereld van de 'gewone mens'. Aan de basis van iedere vorm van communicatie over pensioen staan begrippen en woorden. Wat wij binnen de pensioensector als

normaal taalgebruik beschouwen, wordt daarbuiten ervaren als jargon, als moeilijk en 'niet onze taal'. Wat doet het met de doelgroep van onze communicatie als we het hebben over het 'invaren' van pensioen? Of over 'de solidariteitsreserve'? Heeft men een al dan niet correct beeld bij deze termen? En leidt dat beeld tot gewenste, positieve emoties en associaties?

De gevoelswaarde van woorden

Bij het waarnemen van een woord (het lezen, schrijven, horen, uitspreken ervan, of eraan denken), verbindt ons brein dit woord met associaties die we ermee hebben. Het brein zoekt dus eerst naar bestaande kennis en context. Door de verbinding van het woord aan een netwerk van associaties in ons brein, krijgt het woord een positieve, negatieve of neutrale lading. Dit wordt ook wel de gevoelswaarde, bijklank of associatie genoemd. Er zijn woorden die feitelijk hetzelfde betekenen, maar waar ons brein een verschillende lading aan geeft, zoals 'verandering', 'vernieuwing' of 'verbetering'. De emotionele kant van een woord (connotatie) wordt bovenop de objectieve woordenboekbetekenis (denotatie) gelegd. Hoe prettiger ons brein de verbinding tussen een woord en de context vindt, des te positiever zal de lading zijn.

Dezelfde (woord)betekenis, een andere lading.

Door een woord te kiezen dat feitelijk hetzelfde betekent maar een gunstigere gevoelswaarde creëert, kunnen we een positiever gevoel opwekken. Hierbij maakt het voor het brein niet eens uit of het exact dezelfde betekenis betreft of dat het een benadering is. Door ons in de communicatie bewust te worden van de gevoelswaarde van woorden (ook bij synoniemen en vertalingen), kunnen we woorden kiezen die een bepaald effect teweegbrengen, een doel ondersteunen en tot gewenst gedrag leiden.

Een voorbeeld

“Stel dat er een uitbraak is van een dodelijke ziekte die naar verwachting 600 levens zal kosten. Met strategie A red je 200 van de 600 levens. En met strategie B heb je één derde kans om alle levens te redden en twee derde dat je niemand redt. Welke kies jij?”

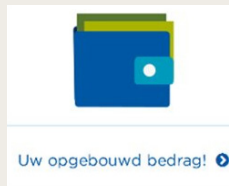
Uit onderzoek blijkt dat bijna driekwart van de proefpersonen kiest voor optie A. Het opmerkelijke is dat mensen een heel andere keuze maken als je het probleem presenteert in termen van aantallen doden (strategie B) in plaats van het aantal levens dat je redt. De achterliggende cijfers zijn precies hetzelfde, maar de woorden maken het verschil.

ABC test

Optie A



Optie B
+11%



Optie C
+32%



Waarom neuromarketingonderzoek?

- Respondenten zijn niet altijd in staat hun emoties onder woorden te brengen.
- Bewuste (benoemde) voorkeuren zijn niet altijd de daadwerkelijke voorkeuren. Die laatste worden sterk beïnvloed door intuïtieve en automatische emoties en reacties.
- Rationele intenties voorspellen niet altijd het uiteindelijke gedrag, intuïtieve emoties vaak wel.
- Met neuromarketingonderzoek kunnen we onderliggende (onbewuste) emoties meten zonder respondenten vragen te stellen.
- De allereerste automatisch reactie van respondenten wordt vastgelegd, wat voorkomt dat ze sociaal wenselijke antwoorden geven.

Woorden die gedrag beïnvloeden

Een ander voorbeeld komt uit onze eigen koker. In een ABC-test op de website van een pensioenfonds legden we diverse websitebezoekers drie afbeeldingen voor met verschillende teksten. We onderzochten welk van de concepten het meest nieuwsgierig maakt en leidt tot doorklikgedrag. We zagen dat de meeste mensen klikten op de afbeelding met het euroteken en de tekst 'uw opgebouwd bedrag!' (32% meer dan op versie A). Dit geeft weer hoe verschillende woorden en beelden, ondanks dat ze hetzelfde aanduiden, gedrag kunnen beïnvloeden.

Met welke woorden raak je de juiste snaar?

Als een woord meer positieve dan negatieve emoties oproept en een gevoel van betrokkenheid creëert bij de ontvanger, zorgt dat voor een positieve houding en positief gedrag. Zo kan de juiste woordkeuze voor pensioeninformatie enerzijds helpen om de doelgroep aan te sporen zich in pensioen te verdiepen, en anderzijds om vertrouwen te creëren. Moeilijke, abstracte woorden en vakjargon zijn dan uit den boze; de woorden moeten aansluiten bij de belevingswereld van de mensen die de informatie tot zich nemen. Daarnaast deden we recent neuromarketingonderzoek. De uitkomsten hiervan bieden inzicht in welke termen beter aansluiten bij de belevingswereld van de lezers dan het huidige woordgebruik. Daarmee kunnen we voortaan communiceren op een manier die mensen aanspreekt en de kans vergroot dat ze openstaan voor pensioeninformatie.

Met neuromarketingonderzoek bestudeerden we de intuïtieve reactie van respondenten op pensioenwoorden

Met behulp van neuromarketingtechnieken (zie ook 'Hoe zijn we bij het neuromarketingonderzoek te werk gegaan') hebben we voor 14 begrippen onderzocht welke terminologie (onbewust en intuïtief) de beste emotiebalans creëert en het meest begrijpelijk is voor de ontvangers. De getoetste begrippen zijn essentieel in het nieuwe stelsel (zoals 'pensioenvermogen' of 'solidariteitsreserve'), of komen in pensioencommunicatie relatief vaak voor (zoals 'pensioenuitkering' en 'werkgevers- en werknemerspremie'). Voor elk van deze woorden hebben we alternatieven gekozen, waarbij ook is nagedacht over framing, eenvoud en juridische en actuariële correctheid.

Hoe zijn we bij het neuromarketing-onderzoek te werk gegaan?

- 24 pensioenopbouwende of ontvangende deelnemers namen plaats in een MRI-scanner en zagen en hoorden zinnen waarin het pensioenconcept werd benoemd (onderzoekstimuli).
- Per pensioenconcept zijn drie alternatieve bewoordingen getoetst (en één keer vier). Voor elk van de alternatieven werd dezelfde zinsconstructie gebruikt. Zie het voorbeeld hieronder.

Voorbeeldstimuli

Als we overgaan naar een nieuwe regeling...

Alternatief 1

... varen we uw pensioen in

Alternatief 2

... verhuizen we uw pensioen mee

Alternatief 3

... passen we uw pensioenaanspraken aan

- Iedere onderzoeksdeelnemer kreeg de zinnen in een willekeurige volgorde gepresenteerd.
- De MRI-scanner meet de activiteit van de hersenen. Hiervoor wordt gekeken naar de aanwezigheid van zuurstofrijk bloed, wat wijst op activiteit in het betreffende hersengebied. Elk van de neurale patronen die op die manier worden gemeten correspondeert met een emotie. Het onderzoeksbureau (Neurensics) is in staat 13 verschillende emoties te onderscheiden. Dit zijn zowel positieve als negatieve emoties, en emoties die te maken hebben met betrokkenheid. Wanneer de balans van emoties positief is en men zich betrokken voelt bij het concept dat wordt gepresenteerd, leidt dat concept tot een positieve reactie (gedrag).

Het onderzoek hebben we in twee fases opgedeeld:

Fase 1

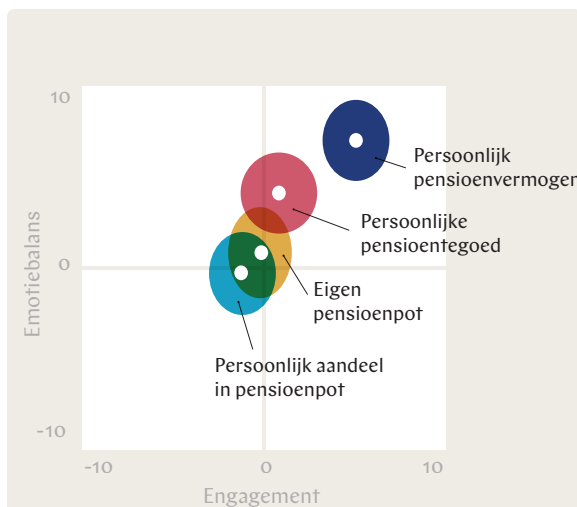
Welke (onbewuste en intuïtieve) emoties ontvangers ervaren bij het zien en horen van verschillende pensioentermen (positieve emoties, negatieve emoties, betrokkenheid) hebben we geanalyseerd via een MRI-scan. Voor elk begrip toetsten we drie alternatieven (zie 'Hoe zijn we bij het neuromarketingonderzoek te werk gegaan').

Fase 2

Begrippen waarbij we een significant verschil vonden tussen de varianten, hebben we via een online vragenlijst onder 250 respondenten verder onderzocht. We waren vooral op zoek naar de onderliggende redenen voor deze verschillen. Van termen waarvan wij verwachtten dat het begrip laag zou zijn, hebben we tevens getoetst in welke mate respondenten de term begrepen. Dit deden we door hen te vragen hoe zij de term aan iemand anders zouden uitleggen.

Wat leren we uit het onderzoek naar ons woordgebruik?

In dit hoofdstuk lichten we de belangrijkste vier resultaten toe, de overige inzichten staan in de rubriek 'Onze 10 taaltips'.



Uitleg bij een figuur

De figuur hierboven toont de score van de vier alternatieve bewoordingen op de positieve-negatieve emotiebalans (verticale as) en op persoonlijke betrokkenheid (engagement) (horizontale as).

De kleine witte cirkels in het midden geven de gemiddelde score van de steekproef aan, de grotere cirkel daaromheen geeft de standaardfout aan. Als er ruimte tussen de cirkels zit, is er een significant verschil tussen deze termen.

Mensen gaan tot gedrag over wanneer de positieve-negatieve emotiebalans positief is, en wanneer zij zich persoonlijk betrokken voelen bij de stimulus. De scores moeten vooral relatief ten opzichte van elkaar bekeken worden.

De nullijn is de gemiddelde score van alle woorden die in het onderzoek zijn getoetst. In dit geval scoort 'persoonlijk pensioenvermogen' dus significant beter op de positieve-negatieve emotiebalans en op betrokkenheid dan de drie alternatieven.

1

Willen we omschrijven wat iemand aan pensioen heeft opgebouwd, komt 'persoonlijk pensioenvermogen' als beste uit het onderzoek.

Voorgelegde zinnen:

Met uw persoonlijk pensioenvermogen/een eigen pensioenpot/persoonlijk aandeel in de pensioenpot/persoonlijk pensioentegoed ziet u wat u heeft opgebouwd.

De term 'persoonlijk pensioenvermogen' resonanceert van alle voorgelegde termen het beste om aan te geven wat iemand heeft opgebouwd.

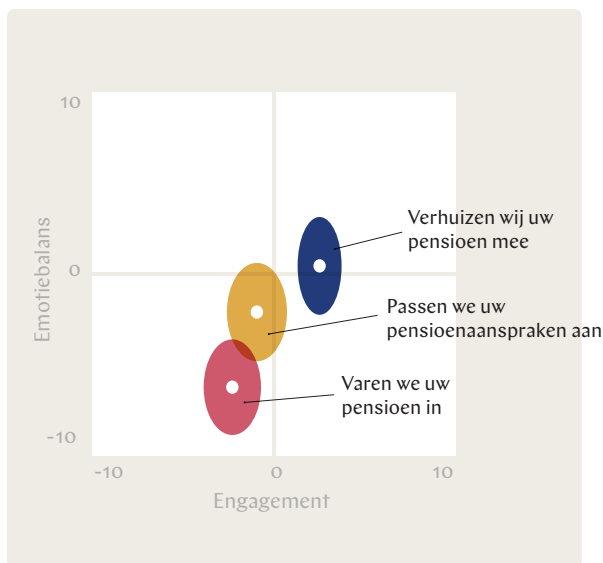
Deze term:

- voelt directer dan 'aandeel in pensioenpot', omdat het een sterkere beloning (waarde) en aantrekkelijkheid activeert;
- roept meer betrokkenheid op dan 'eigen pensioenpot' (voelt relevanter);
- voelt zekerder dan een 'persoonlijk pensioentegoed', wat een geruststellend gevoel geeft.

'Persoonlijk pensioenvermogen' wekt vertrouwen omdat men dit in verband brengt met persoonlijk bezit (in tegenstelling tot een 'aandeel in een pensioenpot').

Het woord 'vermogen' vindt men aantrekkelijker en voelt meer als iets van waarde.

Tot slot scoort 'persoonlijk pensioenvermogen' van alle voorgelegde termen beter dan, of hetzelfde als andere termen, wat betreft het begrijpen van de betekenis. Kortom, ons advies is om de term 'persoonlijk pensioenvermogen' te gebruiken. Dat heeft de beste associaties en wordt relatief goed begrepen.



2

‘We verhuizen uw pensioen mee’ scoort beter dan ‘invaren’ wanneer we het hebben over de overstap naar het vernieuwde pensioencontract.

Vorgelegde zinnen:

Als we overgaan naar een nieuwe regeling varen we uw huidige pensioen in/verhuizen we uw huidige pensioen mee/passen we uw huidige pensioenaanspraken aan.

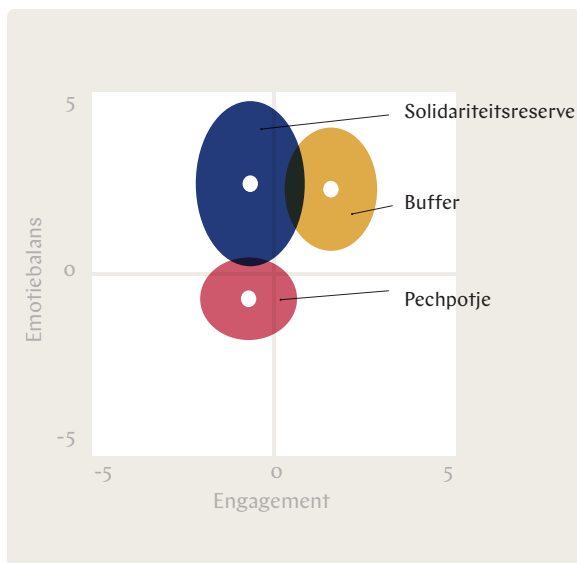
Hoewel we binnen de sector doorgaans de term ‘invaren’ gebruiken, leidt deze term tot onbegrip en onduidelijkheid: “Wat betekent dit?”, “Moet ik me zorgen maken?” en “Wat levert het op?”.

Ongeveer drie op de vijf respondenten geeft aan geen idee te hebben wat ‘invaren’ betekent, of geeft een fout antwoord. Daarentegen zorgt de term ‘meeverhuizen’ voor meer betrokkenheid en een groter gevoel van beloning (concreter) en past dus beter bij de belevingswereld.

Meer mensen weten uit te leggen wat ‘meeverhuizen’ betekent binnen de context van pensioen.

Zonder aanvullende uitleg kan zowel ‘invaren’ als ‘meeverhuizen’ worden opgevat alsof het pensioen een-op-een overgaat naar het vernieuwde stelsel en dus niet verandert.

Daarom is het van belang om altijd aanvullende context te geven. De formulering ‘passen we uw aanspraken aan’ leidt tot minder positieve emoties dan ‘meeverhuizen’. Het scheidt relatief hoge verwachtingen, al dan niet negatief: “Wat gaat er dan gebeuren bij aanpassingen?”.



3

Met het woord 'buffer' kunnen we beter aangeven dat we een (solidariteits)reserve hebben, en met het woord 'gezamenlijk' benadrukken we het sociale aspect van deze reserve.

Voorgelegde zinnen:

De solidariteitsreserve/buffer/(het) pechpotje zorgt ervoor dat we risico's samen delen.

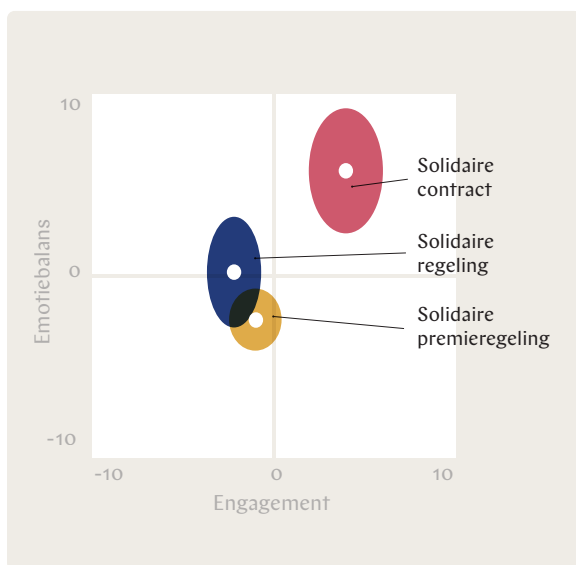
Van de drie termen valt 'pechpotje' af. Het woord 'pech' roept sterke negatieve associaties op. De termen 'solidariteitsreserve' en 'buffer' liggen dicht bij elkaar, maar er zijn verschillen:

De term 'buffer' biedt geruststelling en klinkt veiliger. Mensen vinden 'buffer' ook een makkelijker woord en hebben vaker een juist begrip van de term.

'Solidariteitsreserve' creëert vertrouwen en voelt positiever omdat het een sociaal aspect benadrukt. Daarentegen wordt het vaker gezien als een minder duidelijke term.

Kortom, 'buffer' doet het net iets beter.

'Solidariteitsreserve' omvat een positieve connotatie (sociaal), maar is een (te) moeilijk woord. 'Buffer' is als term eenvoudiger en bekender, en zorgt bovendien voor een geruststellend gevoel. De aanbeveling is wel om hier een woord aan toe te voegen dat het sociale karakter benadrukt, bijvoorbeeld 'gezamenlijke'. Dat geeft een gevoel van vertrouwen.



4

Het woord 'contract' om het vernieuwde pensioen te presenteren roept positievere associaties op dan 'regeling'!

Voorgelegde zinnen:

In uw belang hebben we gekozen voor de solidaire regeling/premieregeling/(het) contract.

De focus op het woord 'contract' zorgt voor een gevoel van geruststelling en betrokkenheid. Het leidt ook tot minder angst en irritatie dan de andere twee woorden 'premieregeling' en 'regeling'.

Ons advies is om het woord 'contract' te gebruiken in plaats van 'regeling' om het vernieuwde pensioen te presenteren. Dit woord zorgt voor een gevoel van geruststelling, betrokkenheid en veiligheid.

Context

We hebben drie (en één keer vier) alternatieven getoetst in dit onderzoek. Het is mogelijk dat een ander alternatief, dat niet is getoetst, nog beter werkt.

Deelnemers aan het onderzoek kregen steeds een losse zin te zien, zonder context of aanvullende informatie. Op basis daarvan werd (het begrip van) een term getoetst. Hierdoor is het begrip mogelijk lager dan in de realiteit. Een woord staat namelijk nooit op zichzelf, maar altijd in een bepaalde context.

Woorden worden soms ingeleid door de voorafgaande zin en/of verder toegelicht door de zin erna.

De reacties die bij dit onderzoek zijn gemeten, zijn intuïtief en automatisch. Bij bewustere of rationelere verwerking van de informatie kunnen andere factoren meer of minder positieve emoties oproepen. Deze resultaten zijn dus vooral belangrijk bij algemene, outbound communicatie waar weinig ruimte is voor context en waarvan de ontvangers de informatie kort tot zich zullen nemen zonder zich bewust erin te verdiepen, zoals bij nieuwsartikelen.

Onze 10 taaltips

Andere interessante resultaten uit het APC-taalonderzoek

Taaltip 1

Wees je bewust van de afstandelijkheid die het woord ‘deelnemers’ (onbewust) impliceert.

Voorgelegde woorden:

Het pensioenfonds zet de belangen van hun deelnemers/klanten voorop/Het pensioenfonds zet de belangen voorop van de mensen die bij hun pensioen hebben.

In pensioenland spreken we al sinds jaar en dag over ‘deelnemers’. Maar de deelnemer zelf wil liever niet zo genoemd worden. De term ‘klanten’ scoort hoger op bekendheid en creëert een sterker gevoel van betrokkenheid dan de andere termen. Volgens respondenten klinkt ‘klanten’ vriendelijker, persoonlijker en wordt het in verband gebracht met ‘dienstverlening’. Met andere woorden, als klant lijkt je er meer toe te doen en kan je rekenen op service. De term ‘deelnemers’ voelt daarentegen afstandelijk en scoort relatief hoog op angst/onzekerheid.

Taaltip 2

Leg de redenatie achter leeftijdsafhankelijk rendement uit.

Voorgelegde woorden:

In het nieuwe pensioenstelsel werken pensioenfondsen met een leeftijdsafhankelijk rendement/

in het nieuwe pensioenstelsel wordt rendement toegespitst op verschillende leeftijdsgroepen/in het nieuwe pensioenstelsel krijgen jongeren een groter deel van het rendement dan ouderen.

Dit concept heeft meerdere woorden nodig en kan niet in één term worden gevangen. De uitleg ervan luistert nauw, omdat het begrip van het concept laag is. In ander onderzoek zagen we al dat mensen zonder verdere uitleg weinig begrip hebben voor leeftijdsafhankelijk rendement. Dat zien we in dit onderzoek ook terug. Mèt uitleg kan men het concept trouwens wel beter plaatsen.

Taaltip 3

Gebruik het woord ‘onzeker’ niet als het om het pensioeninkomen gaat.

Voorgelegde woorden:

Uw pensioenbedrag beweegt mee met de economie/is elk jaar onzeker/schommelt elk jaar.

Het woord ‘onzeker’ zorgt voor een relatief onprettig gevoel. Dat het pensioen meebeweegt met de economie heeft een minder sterke negatieve lading (irritatie), en leidt vooral tot meer betrokkenheid dan de andere twee woorden. Het kan echter ook voor misvattingen zorgen; sommige respondenten dachten bijvoorbeeld dat het inkomen meebeweegt met de inflatie.

Taaltip 4

Gebruik ‘zekerheid’ niet binnen de context van beleggingen.

Voorgelegde woorden:

Uw pensioengeld wordt belegd, we horen graag hoeveel risico u hiermee wilt lopen/wat uw risicovoorkeuren zijn/hoeveel zekerheid u wilt hebben.

Pensioengeld dat wordt belegd in combinatie met ‘zekerheid’ wordt sterk negatief beoordeeld. Het roept irritatie, angst en onduidelijkheid op door te suggereren dat je zekerheid hebt bij beleggen. Zoals een respondent het verwoordde: “Immers bij beleggen loop je risico en zijn er geen zekerheden.”

Taaltip 5

Gebruik het woord ‘pensioeninkomen’ om uit te leggen wat men maandelijks krijgt.

Voorgelegde woorden:

Online ziet u de/het pensioeninkomen/geld/pensioenuitkering die/dat u maandelijks van uw pensioenfonds krijgt.

Het gebruik van het woord ‘pensioeninkomen’ zorgt voor een groter gevoel van beloning (waarde) dan ‘uitkering’ en scoort ongeveer gelijk aan het woord ‘geld’. ‘Pensioeninkomen’ past dan beter in de pensioencontext dan ‘geld’.

Taaltip 6

Solidariteit is het delen van pech en geluk.

Voorgelegde woorden:

Het pensioenstelsel is solidair: we delen pech en geluk met elkaar/we delen de kansen en risico's eerlijk/we helpen elkaar bij tegenvallers, en delen de meevallers.

De eerste variant voelt het meest direct - kansen en risico's gaan over de toekomst. Echter minder dan de helft van de respondenten begrijpt wat het precies inhoudt. Omdat de formulering 'delen van pech en geluk' nog relatief weinig begrepen wordt, is gebruik hiervan alleen mogelijk met aanvullende context.

Taaltip 7

Gebruik niet 'betalen' als het om premie gaat.

Voorgelegde woorden:

De werkgevers- en werknemerspremie/het geld dat u en uw werkgever betalen/het geld dat u en uw werkgever opzijzetten voor uw pensioen is 1.000 euro per maand.

De term 'betalen' roept minder begeerte ("klinkt negatief") en beloning ("het levert iets op") en meer angst op. De premie wordt dan dus minder als investering gezien en meer als een noodzakelijk kwaad.

Taaltip 8

Positioneer het nabestaandenpensioen als een 'verzekering'.

Voorgelegde woorden:

Het nabestaandenpensioen is bedoeld voor uw partner als u komt te overlijden, en is risicogedekt/Het nabestaandenpensioen is een verzekering voor uw partner als u komt te overlijden/ Uw partner ontvangt alleen nabestaandenpensioen als u komt te overlijden.

Het woord 'risicogedekt' roept andere associaties op dan de daadwerkelijke betekenis (dat een pensioendaling wordt afgedekt bijvoorbeeld). Daarnaast is het een moeilijk woord en roept het weinig positieve emoties op. Kies er daarom liever voor het nabestaandenpensioen te positioneren als een 'verzekering'. Een nabestaandenpensioen als verzekering schept meer vertrouwen en verwachting. Bovendien is het een bekend begrip.

Taaltip 9

Gebruik het woord 'verantwoordelijkheid' om zorgplicht te duiden.

Voorgelegde woorden:

Deelnemer heeft recht op begeleiding bij het maken van keuzes/pensioenfondsen moet helpen bij het maken van

keuzes/pensioenfondsen heeft de verantwoordelijkheid deelnemer te begeleiden bij keuzes

Dat een pensioenfondsen de 'verantwoordelijkheid' heeft, scoort goed wat betreft vertrouwen. Het voelt namelijk minder vrijblijvend dan 'moet helpen'. Moeten voelt als 'niet willen'. Verantwoordelijkheid voelt sympathieker dan 'heeft recht op'.

Taaltip 10

Gebruik 'vertalen van' om de omzetting van vermogen naar pensioeninkomen uit te leggen.

Voorgelegde woorden:

Op basis van uw pensioenvermogen schatten wij uw maandelijkse uitkering in/Op basis van uw pensioenvermogen berekenen wij uw verwachte maandelijkse uitkering/Uw pensioenvermogen vertalen wij naar uw verwachte maandelijkse uitkering.

De formulering 'pensioenvermogen vertalen naar uitkering' scoort het beste van de voorgelegde zinnen. 'Vertalen' voelt objectiever, directer en zekerder. Daarnaast klinkt het vriendelijker en spreekt het tot de verbeelding. De woorden 'berekenen' en 'inschatten' klinken afstandelijker en minder zeker/niet geruststellend.



De belangrijkste inzichten uit het onderzoek samengevat:

Stoppen met:

Beginnen met:

(Persoonlijk aandeel in) de pensioenpot



Persoonlijk pensioenvermogen

Invaren



(Mee)verhuizen van pensioen

Solidaire premiereregeling



Solidaire contract

Solidariteitsreserve



Gezamenlijke buffer

Pensioenuitkering



Pensioeninkomen

Risicogedekt nabestaandepensioen



Nabestaande pensioen als verzekering

Nieuw pensioenstelsel



Vernieuwd pensioenstelsel

Premie betalen



Premie opzij zetten

Uitkering berekenen



Pensioen vermogen vertalen naar inkomen

Onzeker pensioenbedrag



Pensioenbedrag beweegt mee met de economie

Dus: jargon de deur uit, denk aan een aardbei!

“Als je aan een aardbei denkt, krijg je bijna vanzelf allerlei positieve associaties: zon, zomer, zoet, toetje, lekker. Het roept veel positieve emoties op.”

Ionica Smeets, tijdens ‘Innovatie in pensioencommunicatie’

Bij woorden als ‘invaren’ of ‘solidaire premieregeling’ zit dat net even anders. Als pensioensector staan we de komende jaren voor de grote uitdaging om de veranderingen en de impact van het vernieuwde pensioenstelsel helder te communiceren.

Terwijl we nadrukkelijk geen ‘valse aardbeien’ willen promoten, het vernieuwde stelsel niet roder of zoeter willen laten lijken, willen we wel een oproep doen aan de gehele sector om de financiële taal en het pensioenjargon los te laten en voortaan in ‘mensentaal’ te schrijven en praten.

Het belang van mensen die pensioen opbouwen of ontvangen en hun roep om begrijpelijke taal staat wat ons betreft voorop. De overgang naar het vernieuwde stelsel is een goed moment om te kiezen voor terminologie die beter aansluit bij de doelgroep, en die deze mensen op een positievere manier aanspreekt en raakt.



En zijn we nu klaar?

Nee!

Wij gaan door met onderzoek naar de juiste bewoording van onze boodschap over het vernieuwde pensioen. En ook hier roepen we de sector op om met ons mee te doen. Het doel is om eenduidig en helder te communiceren met de mensen die pensioen opbouwen of ontvangen en zo mogelijke zorgen en misvattingen weg te nemen.

Laten we elkaar aanspreken op ons woordgebruik. Pensioen is te belangrijk om ingewikkeld te zijn, vinden wij. Het belang van aandacht en begrip moet minstens zo zwaar wegen als de juridische correctheid van de teksten en terminologie. Zo dragen we bij aan een goede basis voor vertrouwen in het vernieuwde pensioenstelsel.

We vertellen u graag meer

Wilt u meer weten over het onderzoek en welke bewoording het beste past bij de belevingswereld van deelnemers?

Neem dan contact op met Joyce Augustus, APG research via joyce.augustus@apg.nl.

Auteurs

Joyce Augustus
Marjolein Doomen
Michiel van Rossum

Team APG research (Market & Customer Insights)

Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met:



Referenties:

- APG (2022) Pensioenbarometer
- NIDI (2021) Netspar pensioenmonitor
- Pensioenfederatie, Verbond van Verzekeraars, Maastricht University, Universiteit Utrecht (2020) Communicatie over de nieuwe regels voor pensioen.
- Smeets, Ionica. Tijdens conferentie 'Innovatie in pensioencommunicatie' van Verbond van Verzekeraars, de Pensioenfederatie en Netspar
- Tversky, Amos & Kahneman, Daniel (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. Science.

