

Neem drempels weg opdat Nederlanders in actie komen voor hun pensioen

Oktober 2015



Autoriteit Financiële Markten

De AFM maakt zich sterk voor eerlijke en transparante financiële markten.

Als onafhankelijke gedragstoezichthouder dragen wij bij aan duurzaam financieel welzijn in Nederland.

Inhoudsopgave

	Samenvatting	4
1	Wat is het pensioenprobleem?	9
	1.1 <i>Het inkomen voor later staat onder druk door demografische ontwikkelingen, wetswijzigingen en de financiële crisis.</i>	9
	<i>We leven langer en krijgen minder kinderen.</i>	9
	<i>Pensioenfondsen zien hun verplichtingen toenemen, deelnemers zien hun verwachte pensioen dalen.</i>	9
	<i>De verwachte pensioeninkomens zullen in de toekomst verder dalen.</i>	10
	<i>De hypotheek legt, meer dan voorheen, druk op het vrij besteedbare inkomen.</i>	10
	<i>De stijgende eigen bijdrage aan zorgkosten verlaagt het vrij besteedbare inkomen.</i>	11
2	Wie loopt risico?	12
	2.1 <i>Algemene risicogroepen uit de AFM Pensioenrisicoanalyse 2012</i>	12
	2.2 <i>Specifieke risicogroepen uit het onderzoek “Pensioenwensen en vermogens na de financiële crisis” 2015</i>	13
	2.3 <i>Weinig mensen zijn zich bewust van een risico.</i>	21
3	Waarom is er zo weinig interesse en actie?	24
	3.1 <i>Inzichten uit o.a. de sociale psychologie, communicatiewetenschappen en gedragseconomie</i>	24
	3.2 <i>Hoe vertalen wij deze inzichten naar de pensioen customer journey?</i>	25
4	Wat kan men doen om consumenten te activeren?	31
	4.1 <i>Activatiepogingen in de pensioensector</i>	31
	4.2 <i>Aanpakken in de niet-commerciële sector</i>	35
5	Conclusies en aanbevelingen	38

Dit rapport wil de AFM onder de aandacht brengen van de stakeholders in en rondom de pensioensector om gezamenlijk tot een oplossing te komen voor de grote groep deelnemers die, veelal zonder dat zij dit weten, op een pensioentekort afstevenen en die om verschillende redenen niet in actie komen.

Met dit rapport:

brengen wij de omvang van de pensioentekorten in kaart:

- welke groepen deelnemers lopen de kans op een tekort?
- hoeveel pijn betekent dat tekort?

geven wij met behulp van de gedragswetenschap een verklaring voor de inactiviteit van consumenten:

- welke *biases* en heuristieken spelen bij pensioen een rol?
- op welk moment in de *customer journey*, zover er sprake is van een pensioen *journey*, spelen deze een rol?
- en wat speelt hier nog meer een rol?

analyseren wij de effecten van activatiepogingen uit de praktijk, zowel binnen als buiten de pensioensector. Nemen de *lessons learned* uit deze analyse mee in onze aanbevelingen voor vervolgstappen.

Samenvatting

Demografische ontwikkelingen, wetswijzigingen en de financiële crisis leggen druk op het inkomen voor later. Uit recent wetenschappelijk onderzoek (2015) dat in dit rapport beschreven wordt, blijkt dat 33% van de mensen het risico loopt een lager netto pensioeninkomen te krijgen dan zij zelf beogen¹ te moeten kunnen besteden bij pensionering (*beoogde bestedingsbehoefte*). Als het pensioeninkomen, het financieel vermogen en het vermogen in de woning mee worden genomen, heeft 23% alsnog een tekort ten opzichte van hun beoogde bestedingsbehoefte.

Dit betekent dat een op de drie mensen bij de huidige pensioenopbouw niet kan voorzien in zijn beoogde bestedingsbehoefte. Mogelijk moeten zij hun uitgavenpatroon drastisch aanpassen. Misschien het huis verkopen? Dit kan grote negatieve consequenties hebben voor zowel het individu als voor de maatschappij. Wanneer grote groepen mensen met pensioen gaan die minder ontvangen dan ze hadden verwacht en misschien moeilijk kunnen rondkomen, kan dit een negatief effect hebben op de economie en kan er opnieuw sprake zijn van verlies van vertrouwen in de financiële sector.

Het is niet te voorspellen hoe lang de lage stand van de kapitaalmarktrente zal voortduren. Wel is duidelijk dat de lage rente een negatief effect heeft op de verwachte pensioenuitkomsten, vanwege een bot premiestuur en het uitblijven van indexatie van pensioenaanspraken. Een verdere verhoging van de levensverwachting kan de pensioenuitkomsten verder onder druk zetten.

Het zou daarom verstandig zijn als men zich zou verdiepen in zijn financiële realiteit nu en in de toekomst, om zo nodig het financieel gedrag **tijdig aan te passen** zodat men bij pensionering niet geconfronteerd wordt met een teleurstelling waarvoor op dat moment weinig aanpassingsmogelijkheden zijn.

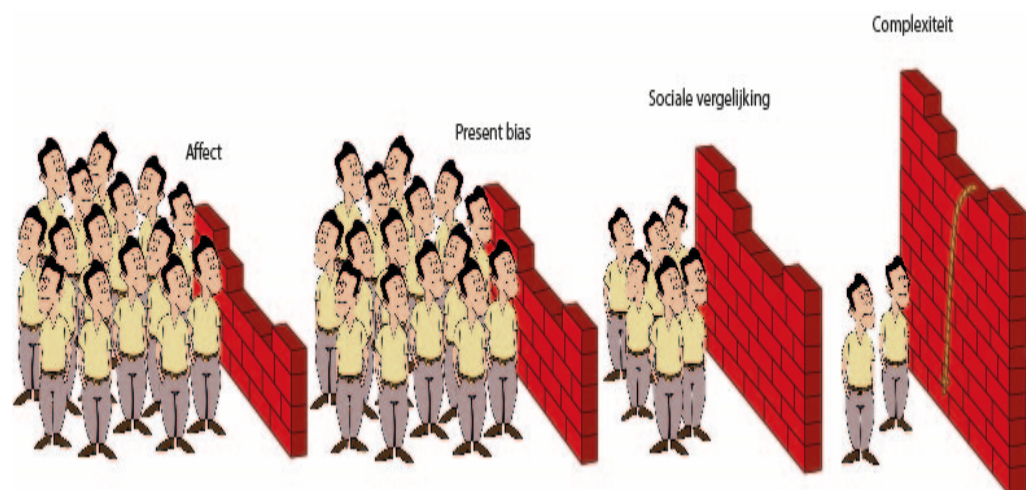
Toch is pensioen een onderwerp waar veel mensen zich voor afsluiten waardoor ze geen inzicht hebben of krijgen in hun pensioenrealiteit, noch stappen nemen om teleurstelling of een pensioentekort te voorkomen. Volgens de Pensioenmonitor 2014 van Wijzer in Geldzaken maakt driekwart van de beroepsbevolking zich weinig tot helemaal geen zorgen of zij na pensionering voldoende geld hebben om hun normale levensstandaard voort te zetten. De meeste mensen zijn op de hoogte van de AOW, maar weten weinig over hun aanvullende pensioen. Vier op de tien consumenten weten niet in welk type regeling zij pensioen opbouwen; zes op de tien weten niet of hun werkgeverspensioen wordt geïndexeerd of in het verleden is verlaagd.

Waarom verdiepen mensen zich niet in hun pensioen? En wat kunnen stakeholders doen om ze te activeren om zich daar wel in te verdiepen?

¹ Beoogd te moeten kunnen besteden inkomen wordt door de consument beschreven als een bedrag waar zij over het algemeen neutraal tot tevreden mee zijn. Mensen met een hoog inkomen kunnen een groter inkomensverlies dragen dan mensen met een laag inkomen. Mensen met een inkomen van € 3000 of meer beogen gemiddeld 56% van het huidige inkomen te moeten kunnen besteden na pensionering.

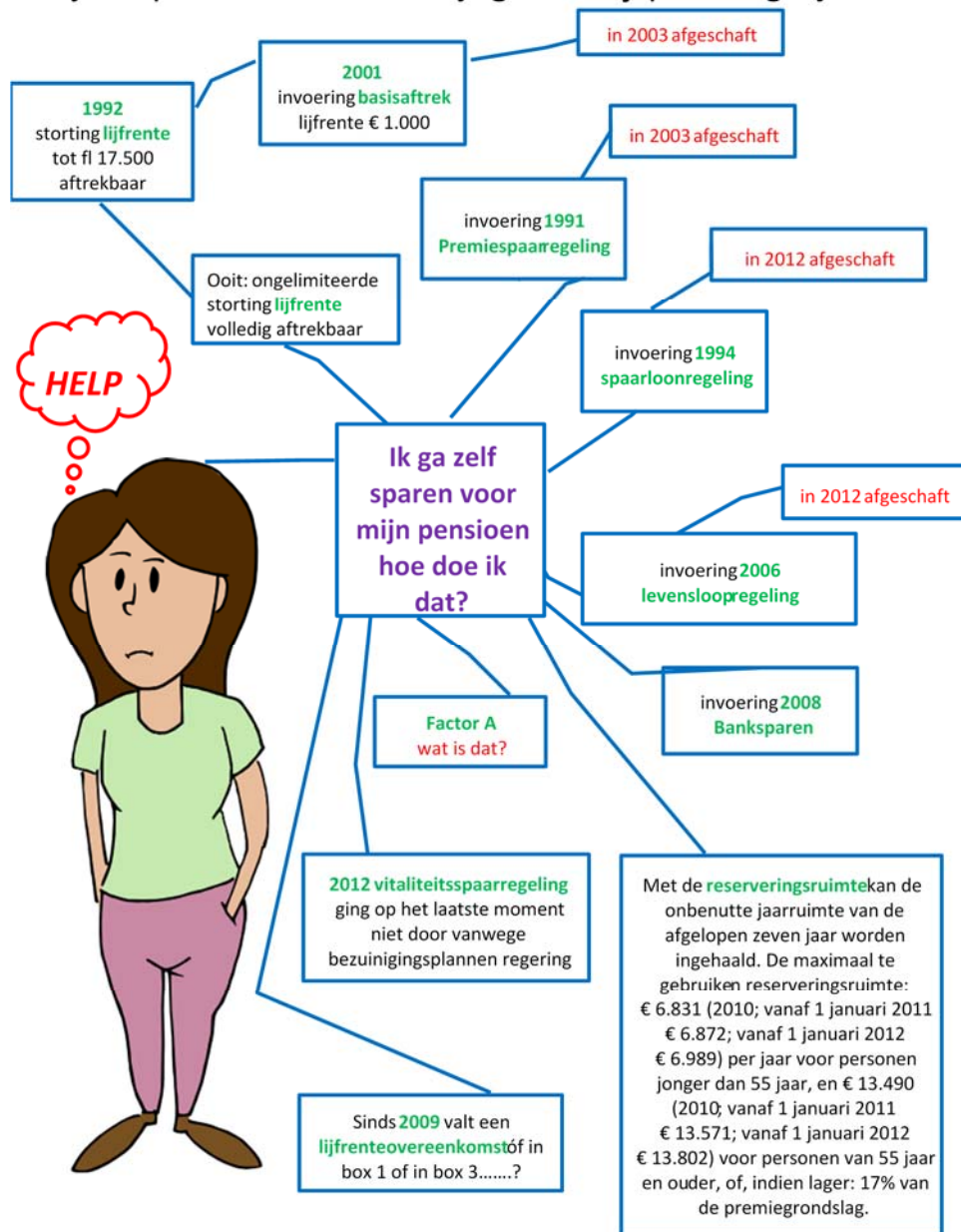
Gedragswetenschap biedt inzicht in het waarom van het lage bewustzijn en de zeer beperkte actie die ondernomen wordt voor pensioen: mensen nemen maar beperkt rationeel beslissingen. De meeste beslissingen zijn intuïtief of automatisch en worden beïnvloed door zaken die er voor een homo economicus (die wel in alle gevallen rationeel handelt) niet toe zouden moeten doen. Daarnaast zijn de cognitieve capaciteiten, motivatie en wilskracht van mensen beperkt.

Mensen vinden pensioen wel belangrijk, maar willen liever niet nadenken over 'oud zijn' en 'niet meer werken' (*affect*). Als ze deze heuristieken weten te overwinnen en zij zich wel willen verdiepen in hun pensioen dan willen zij er, juist omdat het complex is, genoeg tijd voor nemen om te proberen alles in kaart te brengen en te interpreteren. Helaas verliezen zaken *op de langere termijn* het vaak van *prangende zaken nu* (i.e. "Ik ga er morgen echt voor zitten, nu is de melk op en moet ik naar de supermarkt") (*present bias*). Wij vermoeden bovendien dat de collectieve desinteresse in pensioen hen niet motiveert om zelf *wel* in actie te komen (sociale vergelijking). Diegenen die deze eerste hindernissen, zie hieronder, wel weten te overbruggen en er voor gaan zitten, worden geconfronteerd met de complexiteit van alle elementen die een rol spelen bij het in kaart brengen van alle inkomens- en vermogenscomponenten en het inschatten van de uitgaven bij pensionering.



Mocht dit wel lukken en komt men uit op een overzicht van inkomsten en uitgaven, dan ontbreekt vaak een duidelijk handelingsperspectief. Is het genoeg of kom ik tekort? En, als dat zo is welke handelingsperspectieven heb ik allemaal? Als er wel een duidelijk handelingsperspectief is, dan bestaat de kans dat deze wijzigt in de tijd. Waardoor de consument steeds op zoek moet naar een nieuw (gewijzigd) handelingsperspectief (een voorbeeld is het plaatje hieronder). Dit alles leidt er toe dat men zich grotendeels afsluit voor het onderwerp. Men heeft de wilskracht en/of kunde niet om het zelf uit te zoeken en aan uitkomst van de zoektocht de gewenste actie te kunnen verbinden.

20 jaar sparen met steeds wijzigende bijspaarmogelijkheden



Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

Willen wij consumenten in actie laten komen, dan zullen wij hen moeten helpen om de volgende hindernissen te overbruggen:

- *affect* (“ik wil eigenlijk helemaal niet denken aan een moment dat ik niet meer werk en oud ben”),
- *present bias* (“ja, ik weet dat het belangrijk is, maar nu moet ik eerst even melk kopen. Later maak ik er echt tijd voor vrij”, en “Ik heb mijn geld nu nodig om een huis te kopen of mijn studie af te betalen, wat later komt zie ik wel.”),
- sociale vergelijking (“ach, niemand anders is er actief mee bezig, waar zal ik mij druk om maken?”),
- complexiteit (het in kaart brengen van alle relevante financiële informatie alsook hun onderlinge effect op de lange termijn) en
- gebrek aan handelingsperspectief.

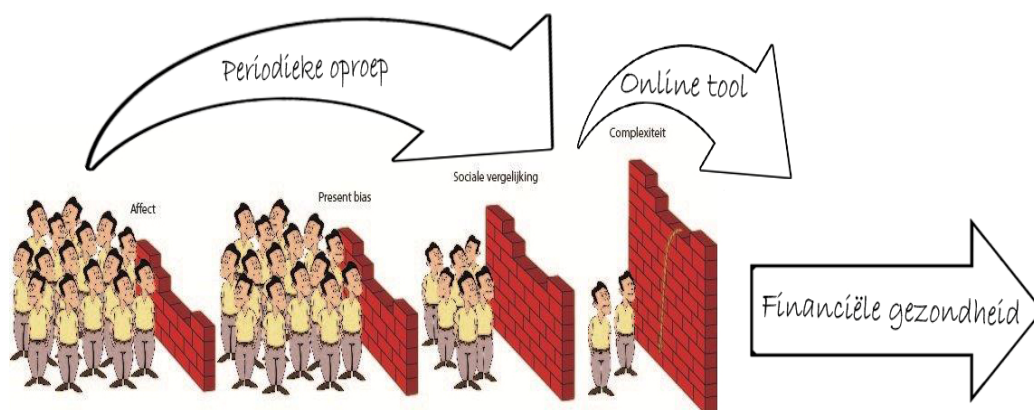
“De sleutel tot het tegengaan van uitstel is niet het verbeteren van de intenties, maar het faciliteren van het wenselijke gedrag².”

Wij stellen voor om de psychologische hindernissen te overbruggen en consumenten in actie te krijgen door een persoonlijke aanpak met digitale ondersteuning periodiek aan te (laten) bieden. Concreet houdt dit in:

Aanbevelingen

- A. Consumenten actief stimuleren om in actie te komen door ze periodiek een oproep te (laten) sturen om hun financiële totaalplaatje bij pensionering in kaart te krijgen. (Hiermee worden de eerste drie hindernissen overbrugd.)
- B. Het onderwerp te vergemakkelijken door de ontwikkeling van een *online tool* te stimuleren waar alle relevante financiële producten op één plek in kaart gebracht worden. (Hiermee wordt de complexiteit voor de consument gereduceerd.) Wij stellen voor om hiertoe aan te haken bij bestaande initiatieven rondom financiële planning.
- C. Het gebrek aan handelingsperspectief op te vangen door de ontwikkeling van vuistregels voor diegenen die zelf hun financiële producten in kaart kunnen brengen en persoonlijke hulp, ondersteund door eerdergenoemde centrale digitale *tooling*, voor de degenen die dit niet kunnen.

² Het uitstellen van pensioenbeslissingen: Waarom gedrag niet overeenkomst met intenties
Job Krijnen, Seger Breugelmans en Marcel Zeelenberg (Tilburg University)



Het activeren van consumenten voor hun pensioen zoals voorgesteld in dit rapport vraagt om een multilaterale aanpak met een gezamenlijke verantwoordelijkheid en een integrale aanpak van de overheid, de pensioensector, de financiële sector, werkgevers en consumentenorganisaties.

1 Wat is het pensioenprobleem?

1.1 Het inkomen voor later staat onder druk door demografische ontwikkelingen, wetswijzigingen en de financiële crisis.

Het inkomen voor later staat onder druk. We leven langer en krijgen minder kinderen. Dit heeft gevolgen voor de betaalbaarheid van de AOW. Pensioenfondsen zien hun verplichtingen door de huidige lage rentestand en de toegenomen levensverwachting toenemen, terwijl de pensioenopbouw mogelijkheden voor de deelnemer worden beperkt. De hypotheek (vooral de aflossingsvrije hypotheek) en de stijgende bijdrage van het individu aan zorgkosten, verzwaren de financiële lasten na pensionering. De kans is daarom groot dat men geconfronteerd wordt met aan de ene kant minder pensioeninkomsten en aan de andere kant hogere hypotheek- en zorglasten dan men verwacht.

Weinig mensen weten wat ze daadwerkelijk kunnen verwachten als inkomen voor later. Als ze al een verwachting hebben, dan is dat vaak de verouderde vuistregel “70% van je laatstverdiende loon”, wat in veel gevallen niet haalbaar zal zijn. Weinig mensen nemen de moeite om uit te zoeken of hun verwachte inkomen bij pensionering in evenwicht is met hun beoogde uitgavenpatroon.

Een pensioeninkomen dat lager is dan verwacht, leidt niet alleen tot teleurstelling, maar kan ook leiden tot financiële problemen als het lager is dan nodig voor een beoogd uitgavenpatroon.

We leven langer en krijgen minder kinderen.

In 2012 waren er 26 AOW-gerechtigden per 100 potentiële arbeidskrachten. Tot aan 2040 zal deze verhouding stijgen tot 40. De AOW-premie moet dan door een kleinere groep worden opgebracht.³

Pensioenfondsen zien hun verplichtingen toenemen, deelnemers zien hun verwachte pensioen dalen.

Pensioenfondsen hebben om hun financiële beloftes na te komen geïnvesteerd in onder andere obligaties, aandelen en vastgoed. Zij hebben te lijden gehad onder de schokken op de financiële markten⁴ en de daling van de kapitaalmarktrente. De lage rente en het feit dat we langer leven zorgen ervoor dat pensioenfondsen meer vermogen aan moeten houden om aan hun toekomstige verplichtingen te kunnen voldoen. Het verhogen van de pensioenpremies om het vermogen te verhogen, is meestal uitgesloten vanwege de relatieve hoogte van de huidige premies als percentage van de loonruimte en de vergrijzing, waardoor er minder premiebetalers zijn. Met als gevolg dat indexatie bij een groot aantal fondsen jarenlang is uitgebleven en, in een aantal gevallen, dat de pensioenaanspraken zijn gekort.

³ www.cbs.nl/.../2012bevolkingprognoselangerlevenlangerwerken.pdf

⁴ Commissie Goudswaard, 2010. Een sterke tweede pijler. Naar een toekomstbestendig stelsel van aanvullende pensioenen. Commissie Toekomstbestendigheid Aanvullende Pensioenregelingen (Prof. Dr. K.P. Goudswaard, Prof. Dr. R.M.W.J. Beetsma, Prof. Dr. Th. E. Nijman, Prof. Dr. P. Schnabel)

Volgens het AFM-rapport Pensioenrisicoanalyse uit 2012 zullen de verwachte pensioeninkomens van de helft van de werkende 55- tot 65-jarigen minder dan 60% van het laatstverdiende loon bedragen. Het ligt volgens het rapport verder in de lijn der verwachting dat de verwachte pensioeninkomens in de toekomst nog verder zullen dalen.⁵

De verwachte pensioeninkomens zullen in de toekomst verder dalen.

De laatste jaren is de pensioenopbouw lager geworden, voornamelijk vanwege overheidsmaatregelen. Het Witteveenkader is aangepast⁶: het maximale opbouwpercentage is verlaagd van 2,25% naar 2,15% in 2014 en naar 1,875% in 2015 en de pensioenopbouw over inkomens boven € 100.000 is beperkt. Daarentegen is de pensioenleeftijd omhoog gegaan, waardoor er langer pensioen wordt opgebouwd.

Maar ook andere factoren spelen een rol, zoals

- de overgang van eindloon- naar middelloonregelingen;
- het verleggen van (pensioen)risico's naar deelnemers, bijvoorbeeld door een overstap naar (C)DC-regelingen;
- het (jarenlang) uitblijven van indexaties;
- het korten van pensioenaanspraken;
- de afkoop van kleine pensioenaanspraken en
- het ontbreken van enige pensioenopbouw, bijvoorbeeld bij veel zzp'ers.

De hypotheek legt, meer dan voorheen, druk op het vrij besteedbare inkomen.

De hypotheek legt meer dan voorheen een groot beslag op het inkomen. Tot de jaren negentig werden hypotheeklen in 30 jaar afgelost. Daarna werden aflossingsvrije hypotheeklen populair, met als gevolg dat na pensionering de hypotheekbetaling voortduurt. Het percentage van de maximale hypotheekrenteaf trek wordt in 28 jaarlijkse stappen geleidelijk verlaagd van 52% naar 38%. Bovendien is de af trek gemaximeerd tot 30 jaar. De consument met een aflossingsvrije hypotheek, die zich onvoldoende realiseert wat de gevolgen van deze overheidsmaatregelen zijn, kan bij pensionering geconfronteerd worden met een lager besteedbaar inkomen dan hij verwacht.

De daling van de huizenprijzen confronteert veel huishoudens bovendien met een huis dat 'onder water staat', wat kan leiden tot een restschuld bij verkoop. In 2014 stonden volgens het CBS⁷ 42% van alle koopwoningen 'onder water' (vergeleken met 13% in 2008). De Nederlandsche Bank telt het vermogen in de spaarhypotheek mee en komt uit op een percentage van 33%.

⁵ <http://www.afm.nl/nl-nl/professionals/nieuws/2012/juni/ontbrekende-risico-informatie-pensioenresultaat>

⁶ Eerste Kamer der Staten-Generaal, website: <http://www.eerstekamer.nl/trefwoord/witteveenkader#p1>

⁷ <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/inkomen-bestedingen/publicaties/artikelen/archief/2014/2014-4044-wm.htm>

De stijgende eigen bijdrage aan zorgkosten verlaagt het vrij besteedbare inkomen.

De zorguitgaven groeiden de afgelopen 10 jaar met 4% per jaar⁸. De reden daarvoor ligt niet alleen in de vergrijzing, maar ook in nieuwe medische technologieën en hogere eisen die aan de kwaliteit van de zorg worden gesteld. Volgens een CPB-onderzoek⁹ is het mogelijk dat de zorgkosten in 2040 tot 31% van het BBP zullen uitmaken. In 2000 was dat nog 9% en in 2012 13%. Een verdere stijging van de eigen bijdrage valt te verwachten. Een gemiddeld huishouden betaalt bij een dergelijke stijging dan 14%-punt extra premie voor zijn zorg; nu al wordt 23% van het inkomen aan zorg besteed¹⁰. Voor een gemiddeld huishouden stijgen de uitgaven dan met 5%.

De regering en Tweede Kamer hebben in het Lenteakkoord besloten om het vermogen vanaf 2013 extra mee te laten tellen voor de eigen bijdrage van AWBZ-gebruikers. De hoogte van de eigen bijdrage kan oplopen tot maximaal € 2.189,20 per maand (in 2013) bij gebruik van intramurale zorg. De eigen bijdrage kan deels worden gezien als een vergoeding voor de kosten van wonen, eten en drinken. Vanaf 2014 is de maximale eigen bijdrage € 2.500. Sinds 2015 is de verantwoordelijkheid voor een groot deel van de zorg voor chronisch zieken en gehandicapten overgenomen door de gemeenten. Veel gemeenten hebben de eigen bijdrage van de consument voor de zorg verhoogd. Bij een verdere stijging van de zorgkosten is het niet ondenkbaar dat de maximale eigen bijdrage verder oploopt.

Conclusie

De kans is groot dat men geconfronteerd wordt met aan de ene kant minder pensioeninkomsten en aan de andere kant stijgende zorglasten en (onverwachts) hogere hypotheeklasten, vanwege het doorlopen van aflossingsvrije hypotheek en de beperking van de renteaftrek.

Een pensioeninkomen dat lager is dan de deelnemer verwacht, leidt niet alleen tot teleurstelling, maar kan bovendien leiden tot financiële problemen als het lager is dan de deelnemer **nodig** heeft. Wanneer een grote groep tegelijkertijd geconfronteerd wordt met financiële problemen, kan een maatschappelijk probleem ontstaan.

Welke groepen mensen lopen door bovengenoemde factoren een risico op een lager pensioen dan verwacht of dan ze minimaal nodig hebben? Dit onderzoeken wij in het volgende hoofdstuk.

⁸ <http://www.nationaalkompas.nl/zorg/trends-in-kosten/>

⁹ Trends in de gezondheid en zorg: <http://www.cpb.nl/publicatie/trends-in-gezondheid-en-zorg>

¹⁰ CPB-rapport, Toekomst voor de zorg, Van Ewijk, Van der Horst en Besseling, maart 2013

2 Wie loopt risico?

Wij hebben geconstateerd dat door de demografische ontwikkelingen, wetwijzigingen en de financiële crisis er een pensioenprobleem kan ontstaan: groepen mensen zullen minder pensioeninkomen ontvangen dan zij beogen en verwachten. Deze groepen willen wij nauwkeuriger in beeld krijgen.

Op welke aspecten van pensioen hebben deze macro-economische ontwikkelingen een (negatief) effect? Welke groepen mensen lopen een risico? Hoe groot zijn deze groepen en hoe groot is hun 'pijn'?

Voor het in kaart brengen van de specifieke pensioenrisico's maken wij o.a. gebruik van de Pensioenrisicoanalyse van de AFM uit 2012. Om de groepen mensen die een risico lopen in kaart te brengen, hebben wij in samenwerking met M. Knoef en L. Kools van de Universiteit van Leiden onderzoek gedaan naar de pensioenwensen en vermogens na de financiële crisis (2015). Wij hebben daarbij risico gedefinieerd als: *'de kloof tussen wat respondenten zelf denken nodig te hebben tijdens pensionering en wat zij waarschijnlijk zullen ontvangen op basis van de huidige pensioenopbouw*. Om dit te achterhalen zijn vragen over pensioen aan leden van het LISS Panel (*Langlopende Internet Studies voor de Sociale wetenschappen* bestaande uit ongeveer 5.000 huishoudens) gecombineerd met administratieve data van de Belastingdienst, banken en pensioenfondsen.

2.1 Algemene risicogroepen uit de AFM Pensioenrisicoanalyse 2012

Volgens de AFM Pensioenrisicoanalyse (2012) zijn er verschillende risico's die kunnen leiden tot een lager pensioen dan verwacht. Hierin zijn twee groepen deelnemers te onderscheiden: zelfstandigen¹¹ en werknemers in loondienst.

De groep zelfstandigen zonder personeel is een groeiende groep werkenden. In 1996 waren dat rond de 330.000 personen, in 2014 zijn dat volgens het CBS 829.000 personen. Zelfstandigen die een groot risico lopen op een (te) laag pensioen zijn zij:

- die nooit of (een) korte periode(s) deelnemen aan een pensioenregeling via een werkgever, en/of
- die gedurende de periode dat zij zelfstandig zijn, geen eigen pensioenvoorziening hebben of
- die een derde pijlerproduct hebben afgesloten, waarvan de uiteindelijk in te kopen pensioenuitkering als lager dan verwacht en/of niet toereikend kan worden beschouwd
- waarvoor een of meer van de voorgaande punten geldt.

¹¹ Ten aanzien van deze risicogroepen meldde het rapport *Pensioenrisicoanalyse* dat de pensioenopbouw van zelfstandigen of van anderen die buiten de tweede pijler pensioen opbouwen, buiten de reikwijdte van de studie viel en dat dit betekende dat niet alle pensioenrisico's in het vizier zijn.

Werknemers die een groot risico lopen op een (te) laag pensioen of een pensioen dat niet in lijn is met hun verwachtingen, zijn zij

1. die gedurende een periode in dienst zijn (waren) bij een werkgever of bij meerdere werkgevers die geen pensioenregeling heeft (hadden); de zogenaamde witte vlek (8% van alle werknemers bouwt geen pensioen op)
2. waarvan de werkgever een magere pensioenregeling heeft (laag opbouwpercentage, hoge franchise, verlaagde of vlakke premiestaffel)
3. waarvan het pensioen is gekort (verlaagd)
4. waarvan het pensioen gedurende een (langere) periode niet is geïndexeerd
5. die niet altijd, of niet altijd volledig, pensioen opbouwden, omdat zij parttime werkten en/of een periode werkloos of arbeidsongeschikt waren
6. van wie het pensioen (herhaaldelijk) werd afgekocht
7. die geen volledige AOW krijgen vanwege langdurig verblijf in het buitenland
8. die gescheiden zijn en waarvan het (ongelijke) pensioen is verevend
9. die ca. 15 jaar voor ingang van het pensioen snel carrière maken
10. waarvan het pensioengevend salaris hoger is dan de grens waarvoor de omkeerregel van toepassing is (€ 100.000 in 2015)
11. die een beschikbare premieregeling hebben waarbij sprake is van een laag rendement en/of een lage rentestand bij aankoop van de pensioenuitkering
12. die met een beschikbare premieregeling bij aankoop van het pensioen een hoge kosten- en/of solvabiliteitsopslag opgelegd krijgen door de verzekeraar.

Al deze factoren kunnen (vooral in combinatie met elkaar) leiden tot een pensioentekort.

Als een grote groep mensen een pensioentekort heeft en tegelijkertijd hun huis willen verkopen, dan kan dit macro-economische gevolgen met zich meebrengen. Wanneer een grote groep mensen geconfronteerd wordt met een financiële teleurstelling waar weinig meer aan te doen is, kan dit ook gevolgen hebben voor het vertrouwen in de financiële sector. Geschaad vertrouwen geldt niet alleen voor de getroffen consumenten zelf, maar ook van hun naasten die zien hoe hun familielid of bekende een financiële teleurstelling moet verwerken en/of opvangen.

In hoeverre is dat ook het geval? Zijn er groepen te onderscheiden die meer risico lopen? Hoe groot zijn deze groepen? Welke mensen binnen deze risicogroepen hebben een tekort? Hoeveel 'pijn' doet dat tekort (moeten ze de boot verkopen of het huis?)?

2.2 Specifieke risicogroepen uit het onderzoek "Pensioenwensen en vermogens na de financiële crisis" 2015

Marieke Knoef en Lieke Kools (2015)¹² hebben in samenwerking met de AFM onderzoek gedaan om antwoord te vinden op deze vragen.

¹² Nog niet gepubliceerd. Dit onderzoek is een vervolg op Knoef, Hussem, Soede en De Bresser (2014). In het vervolgonderzoek kunnen Knoef, Kools en De Bresser pensioenvermogen en pensioen wensen voor en na de crisis vergelijken. Tevens hebben zij informatie verzameld over de verwachtingen van mensen (zien mensen een tekort

De hoofdconclusie is dat 1 op de 3 mensen afstevent op een tekort op wat zij zelf beogen¹³ netto te moeten kunnen besteden bij pensionering (*beoogde bestedingsbehoefte*). Het merendeel van de mensen dat af lijkt te stevenen op een tekort ten aanzien van hun beoogde bestedingsbehoefte na pensionering ziet dit niet aankomen. Slechts 35% van de mensen met een tekort legt geld opzij en vindt het belangrijk om te sparen voor een aanvulling op het pensioen.

Het onderzoek richt zich op de kloof (het tekort) tussen wat respondenten beogen te moeten kunnen besteden tijdens pensionering en wat zij (op basis van administratieve data van de Belastingdienst, banken en pensioenfondsen) naar verwachting ter besteding zullen hebben.

Voor dit onderzoek zijn enquêtegegevens van het LISS panel¹⁴ gecombineerd met administratieve data van de Belastingdienst, banken en pensioenfondsen. Hoe groter de kloof tussen de beoogde bestedingsbehoefte van de respondenten en wat ze waarschijnlijk krijgen, hoe groter de kans op een pensioentekort is. Het gaat er hierbij niet om of de consument zakt onder de absolute armoedegrens. Het gaat erom dat consumenten, ondanks het aanwezige pensioeninkomen, geheel onverwachts hun levensstijl moeten aanpassen.

Binnen het onderzoek van Knoef, Kools en de Bresser is een verschil gemaakt tussen de bestedingen die men minimaal acht nodig te hebben na pensionering en wat men beoogt te moeten kunnen besteden. Minimaal wordt beschreven als uitgaven die men minimaal nodig acht voor onder andere huisvesting, verzekering, eten en drinken en kleding. Consumenten geven over het algemeen ontevreden tot neutraal te zijn als ze dit bedrag na pensionering kunnen besteden. Beoogd wordt door de consument beschreven als een bedrag waar zij over het algemeen neutraal tot tevreden mee zijn. Hierbij moeten wij rekening houden met het feit dat het aangegeven minimale bestedingsniveau en de beoogde bestedingsbehoefte inschattingen zijn van de consument zelf¹⁵. De AFM brengt in dit rapport de risicogroepen in kaart die in de situatie komen waarin zij op een lager pensioen afstevenen dan de door hen aangegeven beoogde te moeten kunnen besteden tijdens pensionering. Voor de pensioenopbouw maken de onderzoekers onderscheid

aankomen?) en hebben de onderzoekers informatie verzameld over de bereidheid van mensen om extra te sparen voor pensioen en/of langer door te werken.

¹³ Beoogd te moeten kunnen besteden inkomen wordt door de consument beschreven als een bedrag waar zij over het algemeen neutraal tot tevreden mee zijn. Mensen met een hoog inkomen kunnen een groter inkomensverlies dragen dan mensen met een laag inkomen. Mensen met een inkomen van 3000 euro of meer beogen gemiddeld 56% van het huidige inkomen te moeten kunnen besteden na pensionering.

¹⁴ Het LISS panel opgezet door CentERdata, bestaat uit ongeveer 5.000 huishoudens verspreid over heel Nederland. Het Centraal Bureau voor de Statistiek selecteert de leden voor het LISS panel. Voor de vragenlijst selecteren we personen in het LISS panel die ouder zijn dan 25 jaar, een netto huishoudinkomen ontvangen hoger dan €800 en zijn aangemerkt als het hoofd van het huishouden of (on)gehuwd partner.

¹⁵ Als maatstaf voor de toereikendheid van pensioen gebruiken we de pensioenwensen die mensen zelf opgegeven hebben. Op deze wijze kunnen we rekening houden met het feit dat mensen verschillend zijn en andere behoeften hebben. De vraag rijst wel of mensen redelijkerwijs in kunnen schatten wat zij nodig hebben tijdens pensionering. We vinden dat de genoemde bedragen ongeveer gelijk zijn voor alle leeftijdscategorieën (ook voor de 65-plussers). De wensen van toekomstige ouderen lijken dus veel op de behoeften van huidige ouderen (die al weten hoe het is om met pensioen te zijn). Dit geeft vertrouwen in de resultaten. Verder hebben we mensen gevraagd hoe moeilijk zij het vonden om in te schatten hoeveel geld zij willen hebben als ze gepensioneerd zijn. Vervangingspercentages met betrekking tot de minimale en gewenste bestedingen blijken niet systematisch hoger of lager voor mensen die het moeilijk vonden om de vragen te beantwoorden.

tussen wat er in pensioenproducten is opgebouwd (AOW, werknemerspensioen en derdepijlerproducten) en wat men aan vrije besparingen¹⁶ en/of vermogen in onroerend goed¹⁷ opgebouwd heeft.

Uit de onderzoeksresultaten destilleren wij:

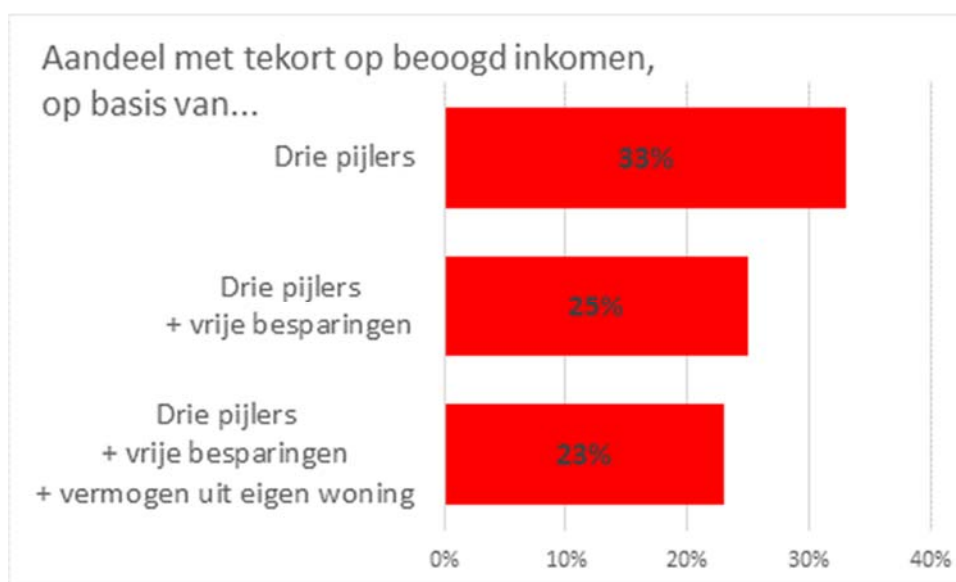
de grootte van de risicogroepen

- a. Op basis van de drie pijlers
- b. Op basis van de drie pijler + vrije besparingen
- c. Op basis van de drie pijler + vrije besparingen + vermogen uit woning

welke groepen een tekort hebben

- a. Op basis van de drie pijlers
- b. Op basis van de drie pijler + vrije besparingen
- c. Op basis van de drie pijler + vrije besparingen + vermogen uit woning

en hoeveel 'pijn' het tekort doet.



Welke groepen hebben een tekort?

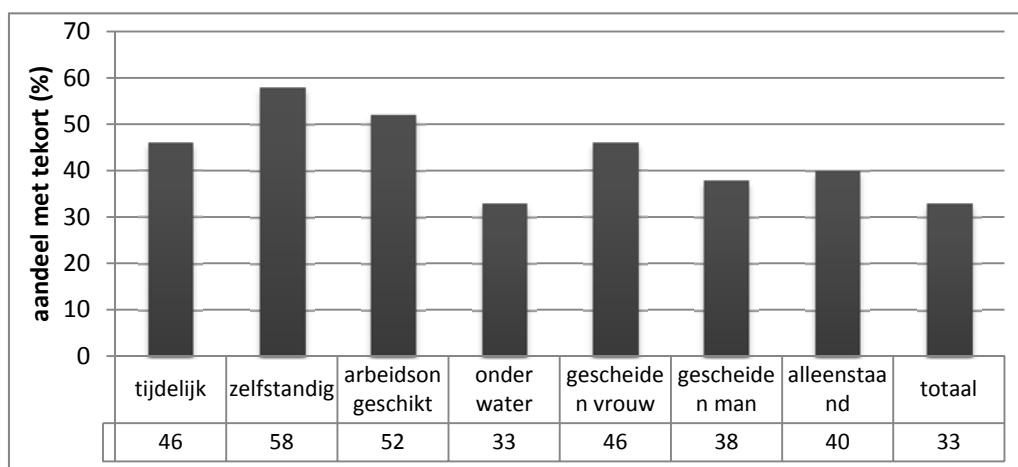
Zelfstandigen en gescheiden mannen en vrouwen hebben relatief vaak een tekort. Daarnaast springen mensen met tijdelijke contracten, arbeidsongeschikten en mensen met een huis dat 'onder water' staat, er uit. Dit geldt zowel als we naar het netto

¹⁶ De onderzoekers definiëren vrije besparingen als het saldo van spaartegoeden, obligaties en aandelen, ondernemingsvermogen, overig roerend bezit en schulden (anders dan de hypotheek). We rekenen vrije besparingen om naar een inkomensstroom vanaf de AOW gerechtigde leeftijd tot overlijden. Hoewel we van pensioenaanspraken zeker weten dat ze opgebouwd worden om als inkomstenbron te dienen tijdens pensionering, kunnen vrije besparingen en vermogen in de woning ook opgebouwd worden voor andere doeleinden voorafgaand aan pensionering of voor een erfenis. We gaan er hier vanuit dat indien nodig, ook dit vermogen ingezet kan worden om de oude dag te betalen.

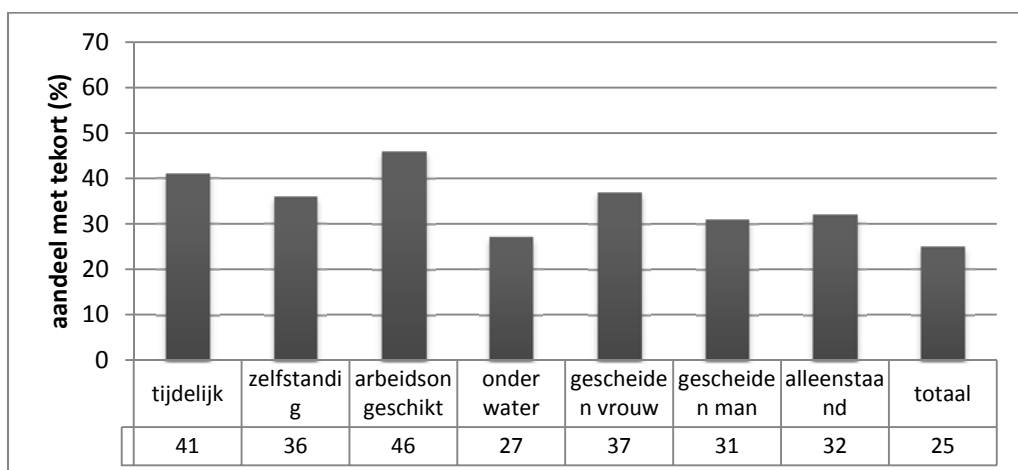
¹⁷ Het netto vermogen in onroerend goed berekenen we door de hypotheek van de woningwaarde af te trekken. We hebben geen informatie over spaar- en beleggingshypotheeken. Mastrogiacomio, Li en Dillingh (2015) laten zien dat vermogens in spaarhypotheeken en leenhypotheeken op dit moment nog een klein effect hebben op het netto woonvermogen. In de toekomst kan dit natuurlijk wel groeien. Voor ongeveer 10% van de hypotheeken maken kapitaalverzekeringen eigen woning het verschil tussen wel en niet onder water staan.

inkomen uit de eerste drie pijlers kijken als wanneer we ook vrije besparingen en de eigen woning in beschouwing nemen (zie onderstaande figuren).

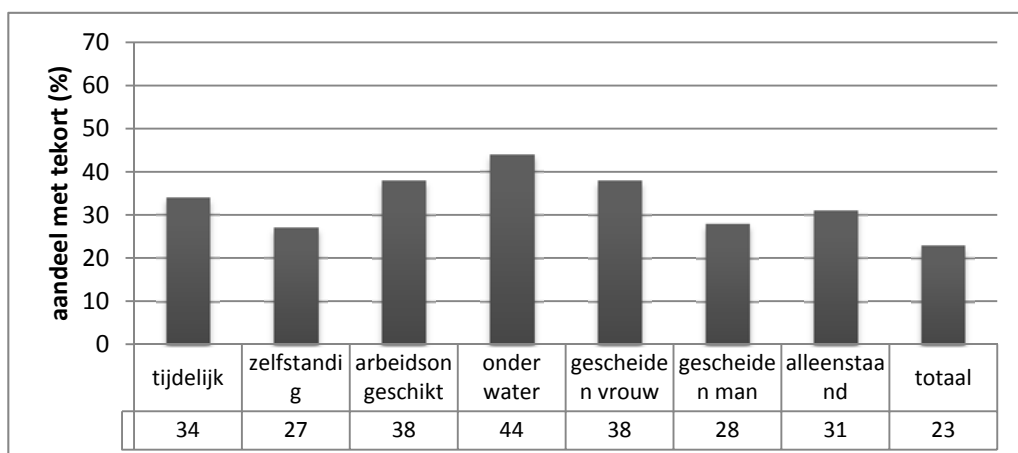
a. Tekort op basis van de eerste drie pijlers



b. Tekort op basis van de eerste drie pijlers + vrije besparingen



c. Tekort op basis van totale pensioen + vrije besparingen + woning



Zelfstandigen hebben relatief weinig opgebouwd in de tweede en derde pijler. Ruim de helft van de zelfstandigen met een tekort op basis van de eerste drie pijlers kan dit tekort opvangen met behulp van vrije besparingen en woonvermogen, terwijl maar ongeveer 30% van de werknemers met een tijdelijk contract en arbeidsongeschikten die een tekort hebben dat kan. Echter, zelfs als we alle vermogenscomponenten meenemen, hebben zelfstandigen nog relatief vaak een tekort ten opzichte van hun beoogde bestedingsbehoefte in vergelijking met werknemers in loondienst. Slechts 35% van de zelfstandigen met een tekort, op basis van pensioen, vrije besparingen en vermogen in de woning, legt geld opzij en vindt het belangrijk om te sparen voor pensioen. Slechts 20% legt geld opzij en vindt sparen voor pensioen een beetje belangrijk.

Woningbezitters staan er relatief goed voor. Als we naar pensioenen en vrije besparingen kijken, heeft 19% van de woningbezitters een tekort. Voor huizenbezitters met een negatief vermogen in de eigen woning zijn de resultaten minder rooskleurig, ook als we alleen naar het pensioen en de vrije besparingen kijken. In de leeftijdsgroep 35-44 jaar zijn huizenbezitters met een woning 'onder water' significant minder goed af dan huizenbezitters met een positief vermogen in de eigen woning.

Woningbezitters met een positief woonvermogen hebben relatief minder vaak een tekort. Als zij echter wel een tekort hebben op basis van de eerste drie pijlers en vrije vermogens, dan kan het doorsnee consument in deze situatie bijna 4 jaar met zijn vrije besparingen vooruit om zijn netto pensioeninkomen aan te vullen zijn beoogde bestedingsbehoefte. Vervolgens zou hij met behulp van het positief woonvermogen zijn tekort 17 jaar lang tot beoogde bestedingsbehoefte kunnen aanvullen. Totaal kan hij dus 21 jaar vooruit.

Ter vergelijking, in 2014 was de gemiddelde resterende levensverwachting op 67-jarige leeftijd 18,9 jaar voor mannen en 21,6 jaar voor vrouwen. Dit betekent dat indien deze woningbezitters in staat zijn hun positieve woonvermogen om te zetten in pensioen, zij geen of een zeer beperkt pensioentekort zullen hebben.

Als we de mensen er uitlichten met een negatief vermogen in de woning die, op basis van pensioenen en vrije vermogens, genoeg hebben voor de beoogde bestedingsbehoefte, dan komt 23% alsnog tekort als we het negatieve vermogen in de eigen woning in beschouwing nemen. Voor de crisis had het toevoegen van het vermogen in de eigen woning een groter positief effect op de mate waarin mensen aan hun beoogde bestedingsbehoefte kunnen voldoen dan nu het geval is.

Hoeveel 'pijn' doet dat tekort?

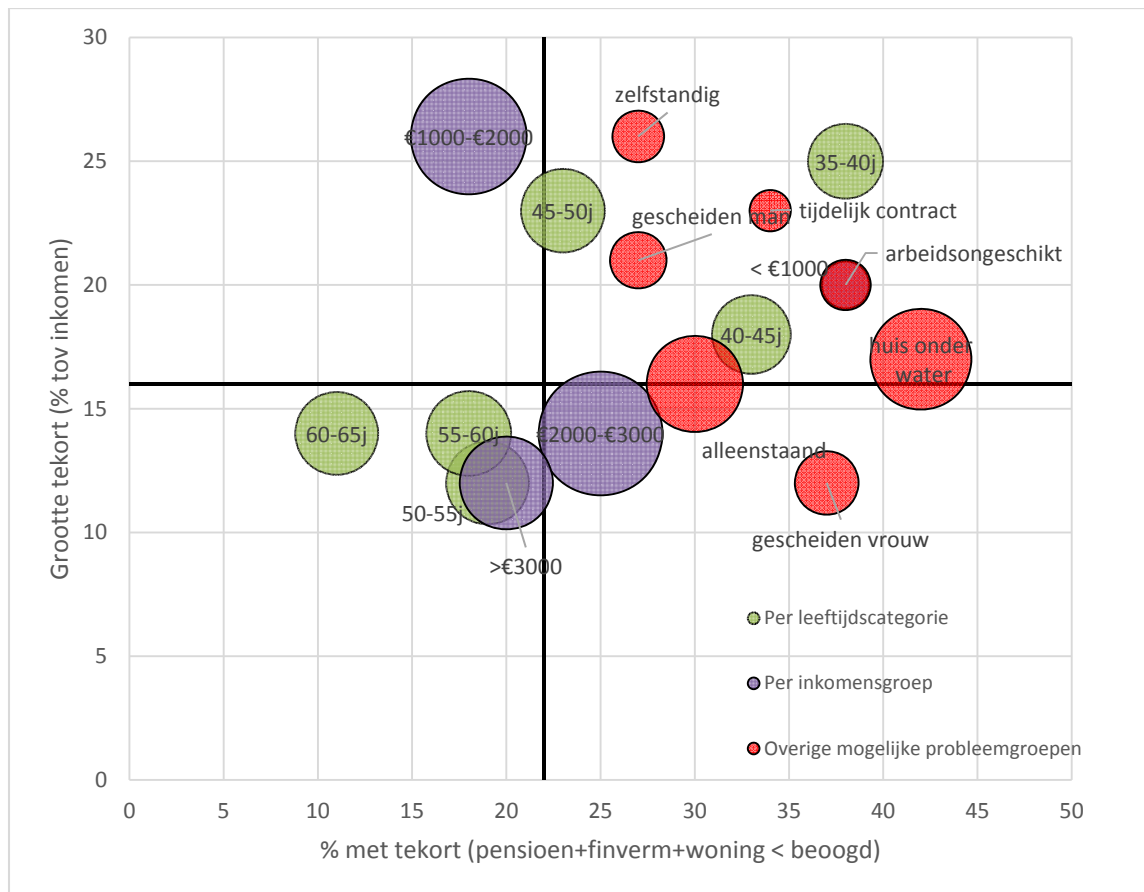
In welke mate zal het tekort moeilijk op te vangen zijn? Moet men de boot verkopen of het huis, om rond te komen? Een tekort van €300 per maand heeft een andere impact op iemand met een laag inkomen dan op iemand met een hoog inkomen. In het onderzoek is er daarom voor gekozen om het tekort ten opzichte van het huidige inkomen weer te geven. Omdat 45- tot 55-jarigen in het geval van een tekort **nu** nog stappen kunnen ondernemen om tekorten op te vangen, richten wij ons in onderstaande tabel op deze groep.

Onderstaande tabel geeft voor wat betreft de 'pijn' onder andere weer dat 75% van de mensen (tussen 45 en 55 jaar) met een tekort ten opzichte van de beoogde bestedingsbehoefte, een tekort heeft dat groter is dan 4% ten opzichte van hun huidige inkomen. Terwijl 25% van de mensen met een tekort ten opzichte van de beoogde bestedingsbehoefte heeft, dat groter is dan 34% van het huidige inkomen. Een gedeelte van de mensen in deze leeftijdsgroep blijkt dus een substantieel tekort te hebben.

Onderstaande tabel geeft ook de cijfers voor de verschillende subgroepen.

<i>Pensioen + financieel vermogen</i>	25% van de mensen met een tekort heeft een tekort groter dan ... % van het huidige inkomen	Het doorsnee tekort (mediaan): 50% van de mensen met een tekort heeft een tekort groter dan... % van het huidige inkomen	75% van de mensen met een tekort heeft een tekort groter dan... % van het huidige inkomen
< 1000	56	46	15
1000-2000	43	11	3
2000-3000	34	16	8
>3000	20	7	3
tijdelijk	18	16	3
zelfstandig	45	31	7
arbeidsongeschikt	34	18	9
Huis onder water	28	11	5
gescheiden vrouw	35	16	3
gescheiden man	45	13	8
alleenstaand	35	14	5
totaal	34	13	4

Alle groepen in een overzicht:



Bovenstaande figuur geeft een overzicht van de groepen met een tekort en de grootte van de tekorten. Het gaat hier om de tekorten ten aanzien van de beoogde bestedingsbehoefte en de opbouw in de eerste drie pijlers plus de vrije besparingen plus het vermogen in de woning (inclusief vakantiewoning).

Toelichting op de figuur/leeswijzer

Op de horizontale as staat het percentage met een tekort. Dus het aandeel mensen voor wie geldt, dat de financiële middelen die ze bij pensionering gaan krijgen uit de drie pensioenpijlers, hun eigen vermogen en hun woning **lager** is dan de door hen beoogde bestedingen. Voor alle Nederlanders geldt dat 23% naar verwachting minder kan besteden dan dat ze beogen. Bij de subgroep mensen met een huis onder water heeft 44% een tekort, voor de groep 60-65 jarigen heeft 11% een tekort.

Op de verticale as staat de grootte van het mediane tekort. Dus: hoe groot is het tekort voor de groep die een tekort heeft? Voor de hele steekproef is het mediane tekort 16% van het inkomen. Voor mensen met een inkomen van meer dan €3.000 bedraagt het tekort 13% van het inkomen voor hen die een tekort hebben. Voor zelfstandigen is het mediane tekort 26% van hun inkomen.

De grootte van de bollen geeft de grootte van de groep weer, dus om hoeveel mensen gaat het in de specifieke subgroep. De kleur geeft de soort subgroepen weer: grijze

bollen voor categorieën op basis van leeftijd, gele bollen voor categorieën op basis van inkomen en rode bollen zijn voor mogelijke probleemgroepen.

Leesvoorbeeld voor de groep 35-40-jarigen: 41% van deze groep heeft een tekort (versus 23% voor de hele populatie). De mediane grootte van dit tekort is 22% van het inkomen (versus 16% voor de hele populatie). Deze leeftijdsgroep heeft dus relatief vaker een tekort en als ze een tekort hebben, is dat ook relatief vaker hoger dan gemiddeld.

Conclusie

In de afgelopen jaren zijn de pensioenaanspraken, de vrije besparingen en de vermogens in onroerend goed afgenomen. Het Witteveenkader is versoberd en de AOW-leeftijd is gestegen.

Ondanks dat mensen hun pensioenambities na de crisis naar beneden hebben bijgesteld, bouwt nog steeds een substantieel deel van de mensen minder op dan nodig is voor de beoogde bestedingsbehoefte tijdens pensionering. 33% van de respondenten heeft een tekort als we alleen naar netto pensioeninkomens kijken, 25% een tekort als we vrije besparingen meetellen en 23% een tekort als we ook het vermogen in onroerend goed meetellen. Zelfstandigen, arbeidsongeschikten, mensen met een tijdelijk contract, mensen met een huis 'onder water', gescheiden mensen en alleenstaanden hebben relatief vaak minder opgebouwd dan zij beogen te moeten kunnen besteden tijdens pensionering.

Bijna de helft van de respondenten, dat af lijkt te stevenen op een tekort ten opzichte van hun beoogde bestedingsbehoefte, ziet dit niet aankomen (zij achten de kans op een dergelijk tekort 50% of minder). Vooral onder mensen met een hoog inkomen is het bewustzijn laag. Bijna 70% ziet het tekort niet aankomen. Ongeveer 15% van de mensen die op een tekort afstevent, verwacht langer door te moeten werken dan de AOW gerechtigde leeftijd. Slechts 35% van de mensen met een tekort legt geld opzij en vindt het belangrijk om te sparen voor een aanvulling van het pensioen.

2.3 Weinig mensen zijn zich bewust van een risico.

Dat er een kloof is tussen verwachtingen en het verwachte netto pensioeninkomen is een zorg. Die zorg wordt nog groter wanneer men zich van het risico op een tekort niet bewust is. Hieronder zetten wij enkele resultaten van onder andere wetenschappers, *Wijzer in geldzaken* en de AFM *consumentenmonitor* met betrekking tot het pensioenbewustzijn op een rij.

In de *Wijzer in geldzaken Pensioenmonitor*, uitgevoerd door GfK in 2013¹⁸, staat dat de beroepsbevolking zichzelf niet goed op de hoogte acht van pensioen. Slechts 1 op de 3 meent op de hoogte te zijn. Deze uitkomsten wijken niet veel af van een voorgaand onderzoek uit 2011 van *Wijzer in geldzaken, Zin en onzin van Pensioen*. Ook toen bleek dat ruim twee derde van de Nederlanders volledig pensioenonbewust was.

“Bijna de helft van de beroepsbevolking ervaart onkunde in omgaan met pensioeninformatie. Eveneens bijna de helft is geneigd om de kop in het zand te steken en wil nog niet denken aan (de situatie na) pensionering (onwil). Ook onmacht, vooral door de vele veranderingen op pensioengebied, speelt een significante rol.” Uit de pensioenmonitor van wijzer in geldzaken, 2013

Uit de in 2014 hervormde¹⁹ monitor blijkt dat de *kennis* onder de Nederlandse bevolking over pensioen laag is, evenals de kennis over de eigen pensioensituatie. Men maakt weinig tijd vrij om zich in zijn oudedagsvoorziening te verdiepen (*gedrag*), ondanks dat de helft van de panelleden dat wel belangrijk vindt (*houding*). Een paar belangrijke conclusies uit de monitor:

- **Kennis:** (pensioenbewustzijn): men lijkt goed op de hoogte van de AOW, maar minder op de hoogte van andere pensioenonderwerpen. De helft denkt na pensionering een inkomen te hebben van 70% of meer van het laatstverdiende bruto loon, terwijl dat niet meer de norm is. Driekwart van de respondenten maakt zich geen zorgen over zijn financiële situatie bij pensionering, terwijl 43% daarvan dit zegt zonder hierover nagedacht te hebben. Deze groep is mogelijk onterecht “onbewust onbezorgd”.
- **Houding:** de helft ziet de urgentie niet om zich te verdiepen in het pensioen. De helft van de beroepsbevolking ervaart drempels zoals onkunde en onwil. Ruim 50% vraagt zich af of er straks nog wel iets over is van het opgebouwde pensioen.
- **Gedrag:** slechts 10% van de beroepsbevolking maakt geregeld tijd vrij om zich te verdiepen in zijn pensioen. Nauwelijks 1 op de 5 anticipeert in sterke mate op de oudedag bij het nemen van financiële beslissingen.

¹⁸Wijzer in geldzaken, website:

[http://www.wijzeringeldzaken.nl/media/1077118/7712-wig%20toelicht%20pensioenmonitor%20eng\[v1\].pdf](http://www.wijzeringeldzaken.nl/media/1077118/7712-wig%20toelicht%20pensioenmonitor%20eng[v1].pdf)

¹⁹ De monitor moet nu “periodiek inzicht verschaffen en signalen en monitoren van ontwikkelingen inzake de kennis, de houding en het gedrag van consumenten ten aanzien van hun financiële situatie op de oudedag alsmede de gebeurtenissen en factoren die daar invloed op hebben”.

Ook het paper *Pensioenbewustzijn*²⁰ van Henriëtte Prast en Arthur van Soest, stelt dat de pensioenkennis in Nederland nog altijd laag is. De neiging om dit te willen oplossen door beter te informeren is volgens hen niet nuttig: "*financiële educatie en pensioenkennis [is] niet voldoende om passende pensioenopbouw te bevorderen.*" Zij geven hiervoor twee belangrijke redenen:

- Het pensioendomein wordt gekenmerkt door omstandigheden die ertoe leiden dat ook goed geïnformeerde mensen systematisch keuzes maken die niet in lijn zijn met hun eigen doelen. Het gaat hier om intrinsieke menselijke eigenschappen (*biases* en heuristieken) die niet verdwijnen door feitenoverdracht en kennisbevordering op het gebied van pensioen, zelfs als dat zou gebeuren in begrijpelijke taal en via geschikte kanalen. Uitstelgedrag, passieve keuzes, invloed van de manier waarop en de context waarin keuzes gepresenteerd worden, etc., zijn zeker in het pensioendomein, meer regel dan uitzondering. (Hier gaan wij in het volgende hoofdstuk verder op in.)
- Optimale pensioenopbouw is zo ingewikkeld dat financiële educatie de leek daartoe net zo min in staat kan stellen als gezondheidsinformatie de patiënt in staat stelt zelf zijn medicatie te bepalen.

Knoef en Kools hebben in hun onderzoek (2014/2015)²¹ respondenten laten aangeven hoeveel zij hebben nagedacht over hun oudedag. Zij konden kiezen uit vier mogelijkheden: bijna niet, een beetje, tamelijk veel of veel. Dezelfde vraag is ook in 2008 aan het LISS panel²² gesteld. Wanneer we de antwoorden uit 2015 vergelijken met die uit 2008 valt op dat er nu meer mensen aangeven bijna niet te hebben nagedacht over hun pensioen. Had in 2008 32% van de mensen tussen 25 en 34 jaar bijna **niet** nagedacht over hun pensioen, in 2014 is dit percentage gestegen naar 53%.

Dat is verbazingwekkend, omdat er tussen 2008 en 2014 redelijk wat media-aandacht is geweest rondom pensioen en de aanpassing van de AOW-leeftijd. In de afgelopen jaren werd er bovendien veelvuldig door pensioenuitvoerders met hun deelnemers gecommuniceerd over de wijzigingen van pensioenregelingen als gevolg van aanpassingen in het Witteveen kader en over doorgevoerde kortingen. De verbazing wordt nog groter als we ons realiseren dat deelnemers vanaf 2008 jaarlijks een Uniform Pensioenoverzicht ontvangen. Ook ging in 2011 het Pensioenregister (mijnpensioenoverzicht.nl) van start, waar de deelnemer zowel zijn AOW als pensioenaanspraken kan inzien, zowel bruto als netto.

Ook uit de in 2015 uitgevoerde AFM consumentenmonitor²³ blijkt echter dat dit niet heeft geleid tot een hoger pensioenbewustzijn bij consumenten.

²⁰ Prast, H. M., & van Soest, A. H. O. (2014). *Pensioenbewustzijn*. NETSPAR Panel Paper; 37, 1-83, Tilburg: NETSPAR.

²¹ Nog niet gepubliceerd. Dit onderzoek is een vervolg op Knoef, Hussem, Soede en De Bresser (2014). In het vervolgonderzoek kunnen Knoef, Kools en De Bresser pensioenvermogen en pensioen wensen voor en na de crisis vergelijken.

²² het LISS panel van CentERdata zitten mensen uit alle lagen van de Nederlandse bevolking en bestaat uit ongeveer 5000 huishoudens, verspreid over heel Nederland.

²³ Nog niet gepubliceerd

- Vier op de tien niet-gepensioneerde consumenten kan namelijk geen inschatting maken van het bruto inkomen bij pensionering.
- 31% van de respondenten heeft geen enkel inzicht in zijn inkomsten en uitgaven bij pensionering.
- Een kwart van de niet-gepensioneerden verwacht 70% of meer van het laatstverdiende bruto salaris als bruto pensioeninkomen te ontvangen.
- Het aantal consumenten dat minder dan 70% verwacht over te houden is licht gedaald, namelijk van 23% naar 20%.

Uit deze onderzoeken blijkt dat men zich inderdaad heel slecht bewust is van zijn eigen pensioen. In het volgende hoofdstuk analyseren wij dit aan de hand van de gedragswetenschap.

3 Waarom is er zo weinig interesse en actie?

Zoals hierboven aangegeven is het een grote uitdaging om mensen over hun pensioen te laten nadenken en zo nodig actie te laten ondernemen. Wat maakt dat de consument zo weinig interesse toont voor dit onderwerp? Inzichten uit o.a. de sociale psychologie, communicatiewetenschappen en gedragseconomie geven ons algemene inzichten. Door deze te koppelen aan de *'pensioen customer journey'* (zie bijlage D) krijgen wij meer inzicht in mogelijke verklaringen voor het lage niveau van bewustzijn en het uitblijven van actie bij de consument.

3.1 Inzichten uit o.a. de sociale psychologie, communicatiewetenschappen en gedragseconomie

Mensen verwerken informatie systematisch op een andere manier dan waar men tot nu toe van is uitgegaan. In tegenstelling tot het idee van een 'homo economicus' die rationele weloverwogen beslissingen maakt, blijkt dat mensen noch de capaciteit noch de motivatie^{24 25} hebben om alles nauwkeurig te evalueren. Mensen maken in plaats daarvan intuïtieve keuzes die beïnvloed worden door heuristieken en *biases*. Heuristieken zijn mentale vuistregels die we gebruiken om snelle beslissingen te maken (*als iedereen belegt, zal het wel een goed idee zijn*). Als heuristieken systematisch leiden tot incorrecte inschattingen of niet-rationele beslissingen, spreken we van een *bias* (mensen schatten de kans op gebeurtenis X groter in, als ze in het recente verleden een voorbeeld hebben gezien van gebeurtenis X. Ongeacht hoe groot de kans op gebeurtenis X in werkelijkheid is).ⁱ

Deze heuristieken en *biases* spelen ook een rol wanneer mensen na zouden moeten denken over pensioen en/of actie zouden moeten nemen. Bijvoorbeeld, men:

- kan zich afsluiten voor een onderwerp wanneer men er een negatieve associatie mee heeft. Bij pensioen zou het kunnen zijn dat men liever niet nadenkt over een moment van 'oud zijn' en 'niet meer werken' (*affect*^{26 27}),
- is georiënteerd op de korte termijn en heeft de wilskracht niet om uitgaven nu uit te stellen tot later (*present Bias*^{28,29}).
- stelt, door de complexiteit van pensioen en het gebrek aan handelingsperspectief, het maken van een beslissing uit (*obstakels*³⁰ *procrastination*),

²⁴ Simon, H. A. (1955). A behavioural model of rational choice. The Quarterly Journal of Economics, 69, 99–118.

²⁵ Ellis, A., & Knaus, W. J. (1977). Overcoming procrastination. New York: Signet Books.

²⁶ 'Retirement Anxiety' Hayslip

²⁷ Affect: het menselijk brein kent altijd en onmiddellijk aan alles wat ze waarnemen een positieve of negatieve gevoelswaarde toe, dus nog voordat er enige bewuste oordeelsvorming heeft plaatsgevonden over de stimulus in kwestie. Deze eerste affectieve indruk beïnvloedt onze voorkeuren en de redeneringen over onze voorkeuren. beïnvloedt onze voorkeuren en de redeneringen over onze voorkeuren.

²⁸ Smith, Adam. (1759). The Theory of Moral Sentiments.

²⁹ Erta, K, Hunt, S, Iscenko, Z, & Brambley, W. (2013) Applying behavioural economics at the Financial Conduct Authority, FCA

³⁰ Choi, James J, Laibson, David, Madrian, Brigitte C, & Metrick, Andrew. (2002). Defined contribution pensions: Plan rules, participant choices, and the path of least resistance. Tax Policy and the Economy, 16, 67-114: MIT Press.

³¹ Iyengar, Sheena S, & Kamenica, Emir. (2010). Choice proliferation, simplicity seeking, and asset allocation. Journal of Public Economics, 94, 530-539.

- gaat op zoek naar informatie die men herkent (de invloed van geheugen op beslissingen). Bij pensioen denkt de consument al snel aan de (verouderde) associatie met pensioenen: “70% van je laatstverdiende loon” en waant zich dan veilig, waardoor de urgentie om nu in actie te komen niet gevoeld wordt (*confirmation bias* ^{31, 32}).
- doet liever niets dan spijt te krijgen van een nog te nemen beslissing (*Status quo bias* ^{33,34}),
- ziet alleen informatie die bevestigt dat men het juiste doet of heeft gedaan, bijvoorbeeld door niets te doen (*confirmation bias* ^{35,36}).
- laat zich moeilijk beïnvloeden door informatie die de keuze (om niets te doen) weerspreekt (*cognitieve dissonantie* ^{37,38}),
- overschat de eigen capaciteit om eventuele pensioentekorten op te kunnen vangen (*overconfidence* ^{39,40}),
- vergelijkt zichzelf met anderen (*social comparison* ⁴¹) en laat zich hierdoor leiden.

Voor een uitgebreide opsomming van heuristieken en biases zie bijlage A en B.

Wanneer, en op welke manier, komen deze verschillende *biases* en heuristieken in actie? Om die vraag te kunnen beantwoorden lopen wij het proces van contact van een consument met pensioen langs. Per contactmoment maken wij een lijst van mogelijke drempels naar bewustwording. Wij kijken wat de mogelijke oorzaken hiervan zijn, wat ze betekenen voor de consument, welke actie de consument wel of niet onderneemt en welk specifieke *bias* of heuristiek hier een rol bij speelt.

3.2 Hoe vertalen wij deze inzichten naar de pensioen customer journey?

Met behulp van bovenstaande vragen hebben wij de pensioen *customer journey* opgesteld. De verwachting was dat wij ons op basis van de uitkomsten van deze analyse zouden kunnen richten op onderdelen van de *journey* die mogelijk door specifieke *biases* en heuristieken stagneerden. Door hier ‘oplossingen’ voor te vinden zou de consument in staat worden gesteld de rest van de *journey* actief te kunnen doorlopen.

³¹ Akerlof, George A, & Dickens, William T. (1982). The economic consequences of cognitive dissonance. The American Economic Review, 72(3), 307-319.

³² Nickerson, Raymond S. (1998). Confirmation bias: a ubiquitous phenomenon in many guises. Review of General Psychology, 2(2), 175.

³³ Reb, Jochen. (2008). Regret aversion and decision process quality: Effects of regret salience on decision process carefulness. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 105, 169-182.

³⁴ Loomes, Graham, & Sugden, Robert. (1982). Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. The Economic Journal, 92, 805-824.

³⁵ Akerlof, George A, & Dickens, William T. (1982). The economic consequences of cognitive dissonance. The American Economic Review, 72, 307-319.

³⁶ Nickerson, Raymond S. (1998). Confirmation bias: a ubiquitous phenomenon in many guises. Review of General Psychology, 2, 175.

³⁷ Festinger, Leon. (1957). A theory of dissonance cognitive. Evanston: Row.

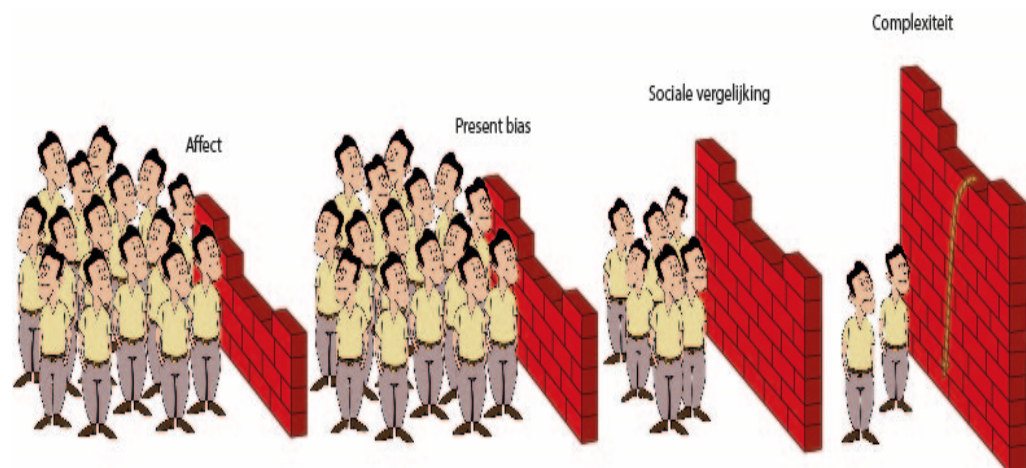
³⁸ Akerlof, George A, & Dickens, William T. (1982). The economic consequences of cognitive dissonance. The American Economic Review, 72, 307-319.

³⁹ Nisan, Mordecai. (1972). Dimension of time in relation to choice behavior and achievement orientation. Journal of Personality and Social Psychology, 21, 175.

⁴⁰ Kruger, Justin, & Dunning, David. (1999). Unskilled and unaware of it: how difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. Journal of personality and social psychology, 77, 1121.

⁴¹ Cialdini, Robert B, & Trost, Melanie R. (1998). Social influence: Social norms, conformity and compliance.

Onze conclusie is: enkele *biases* en heuristieken (*affect*, *social comparison* en de *present bias*) zijn dusdanig sterk dat veel mensen deze hindernissen tot nadenken over pensioen niet overwinnen. Deze consumenten starten geen *journey*. De consumenten die dat **wel** weten te doen worden alsnog geconfronteerd met de grote complexiteit-hindernis van het in kaart brengen en begrijpen van alle financiële producten die onderdeel uitmaken van hun pensioen. Deze hindernis is dusdanig groot dat de *journey* alsnog stopt. We kunnen daarom niet spreken van een *journey*.



Bij het analyseren van dit proces hebben wij onderscheid gemaakt in consumenten:

1. Consumenten die geen externe pensioeninformatie ontvangen (zij hebben geen aanvullend pensioen maar slechts AOW)
2. Consumenten die enige pensioeninformatie ontvangen maar zich onvoldoende realiseren dat zij eventueel een tekort hebben (AOW + aanvullend pensioen)
3. Consumenten die informatie ontvangen, zich realiseren dat zij wellicht een probleem hebben en op zoek willen naar een oplossing (AOW + aanvullend pensioen + een vorm van pensioenbewustzijn)

De eerste groep consumenten krijgt 6 maanden voor het ingaan van de AOW informatie over pensioen. Deze groep ontvangt voor dit moment geen persoonlijke informatie of aansporing om in actie te komen. Uit zichzelf gaan weinig mensen uit deze groep op zoek naar informatie over hun pensioenuitkering en naar hun AOW-leeftijd. Mogelijke *biases* en heuristieken om dit te verklaren zijn de volgende:

Sociale vergelijking

We nemen aan dat de wijze van handelen van anderen de juiste is en nemen dat over. In hun omgeving ontbreekt bewustzijn, hierdoor zien deze consumenten geen andere actieve consumenten. Onze hypothese is dat consumenten hierdoor geen noodzaak voelen om in actie te komen.

Confirmation bias

Consumenten hebben graag gelijk en daardoor een voorkeur voor meningen die bestaande attitudes en verwachtingen bevestigen. Deze consumenten varen op het verouderde idee dat de overheid voor een sociaal vangnet zorgt en gaan ervan uit dat er voor hun oude dag gezorgd wordt, zoals bij hun ouders het geval is, en ondernemen zelf geen stappen.

Affect

De consument sluit zich voor het onderwerp af. *Affect* is een subtiel gevoel waarvan mensen zich vaak onbewust zijn. Wanneer iets als prettig wordt ervaren, motiveert deze ervaring acties en gedachten die anticiperen op het reproduceren van deze prettige ervaring. Met pensioen kan bij de consument het onprettige affectieve gevoel oproepen van oud en niet meer zelfredzaam zijn. Deze, vaak onbewuste, automatische reactie zou dan als effect kunnen hebben dat de consument zich voor het onderwerp afsluit.

Wanneer men een aanvullend tweede pijlerpensioen heeft, ontvangt men een startbrief, een jaarlijks of 5-jaarlijks UPO, en jaarlijks een beleggingsoverzicht bij een premieregeling of kapitaalregeling. Deze tweede groep consumenten ontvangt meer informatie dan de eerste groep, maar:

- ervaart die informatie als te uitgebreid en/of te complex waardoor hij voortijdig stopt, of
- neemt de informatie niet tot zich en weet daardoor niet of hij een probleem heeft,
- kan de informatie niet goed interpreteren doordat een concreet referentiepunt ontbreekt en weet niet of hij een probleem heeft of
- herkent in de informatie niet de persoonlijk relevante urgentie.

In eerste instantie is hier sprake van *information overload*⁴²: het lezen van complexe of grote hoeveelheden informatie kost veel (cognitieve) energie. Hierdoor stoppen mensen eerder met lezen. Sterker nog, de hoeveelheid informatie of verwachte complexiteit kan een afschrikwekkend effect hebben, waardoor consumenten helemaal niet beginnen met lezen.

Verder spelen de volgende *biases* en heuristieken bij deze groep mogelijk ook een rol.

Affect/ Retirement anxiety

De consument kan/wil zich geen voorstelling maken van zijn positie ten tijde van pensioeningang en verdiept zich daardoor niet in de ontvangen informatie.

Onrealistisch optimisme

Mensen zijn onrealistisch optimistisch. De consument verwacht dat het wel goed zit, en anders lost de overheid het wel op. Waarom dan nog verdiepen in de ontvangen informatie? Deze *bias* gaat vaak gepaard met onrealistisch pessimisme ("wat heeft het voor nut om me te verdiepen? Tegen de tijd dat ik met pensioen ga zal er toch niets mee over zijn.")

⁴² Mensen kunnen overload ervaren; informatie kan te complex en abstract zijn met als gevolg dat mensen ervan worden weerhouden de informatie te lezen (Sunstein, 2011⁴²; Thaler & Sunstein, 2008⁴²).

Sociale vergelijking

Ook hier speelt sociale vergelijking. We nemen aan dat de wijze van handelen van anderen de juiste is en nemen die over. Als de consument in zijn omgeving te horen krijgt dat anderen ook slechts twee gaatjes prikken in hun UPO (of nog minder!) en in een map opbergen, is het niet zo erg dat zij zich er ook niet in verdiepen, toch?

Present bias⁴³

Zelfs als mensen de intentie hebben om het verstandige te doen, wint de urgentie van zaken voor **nu** het vaak van die voor de toekomst. Daarbij heeft de voorkeur voor een beloning op de korte termijn vaak de overhand. "Dit jaar nog even uitgebreid op vakantie en volgend jaar beginnen we met sparen voor pensioen." Ook als mensen weten dat iets belangrijk is, kunnen ze uitstelgedrag vertonen. Ze onderschatten de gevolgen daarvan o.a. omdat ze denken dat ze er binnenkort wel aan toekomen. Maar als 'binnenkort' nu is, hebben ze weer dezelfde neiging. Bij hele impactvolle beslissingen kan de neiging tot uitstelgedrag nog groter zijn, want dan is het extra belangrijk dat je goed kiest en is de gevraagde inspanning groter. En zo kan je belanden in een vicieuze cirkel van uitstelgedrag.

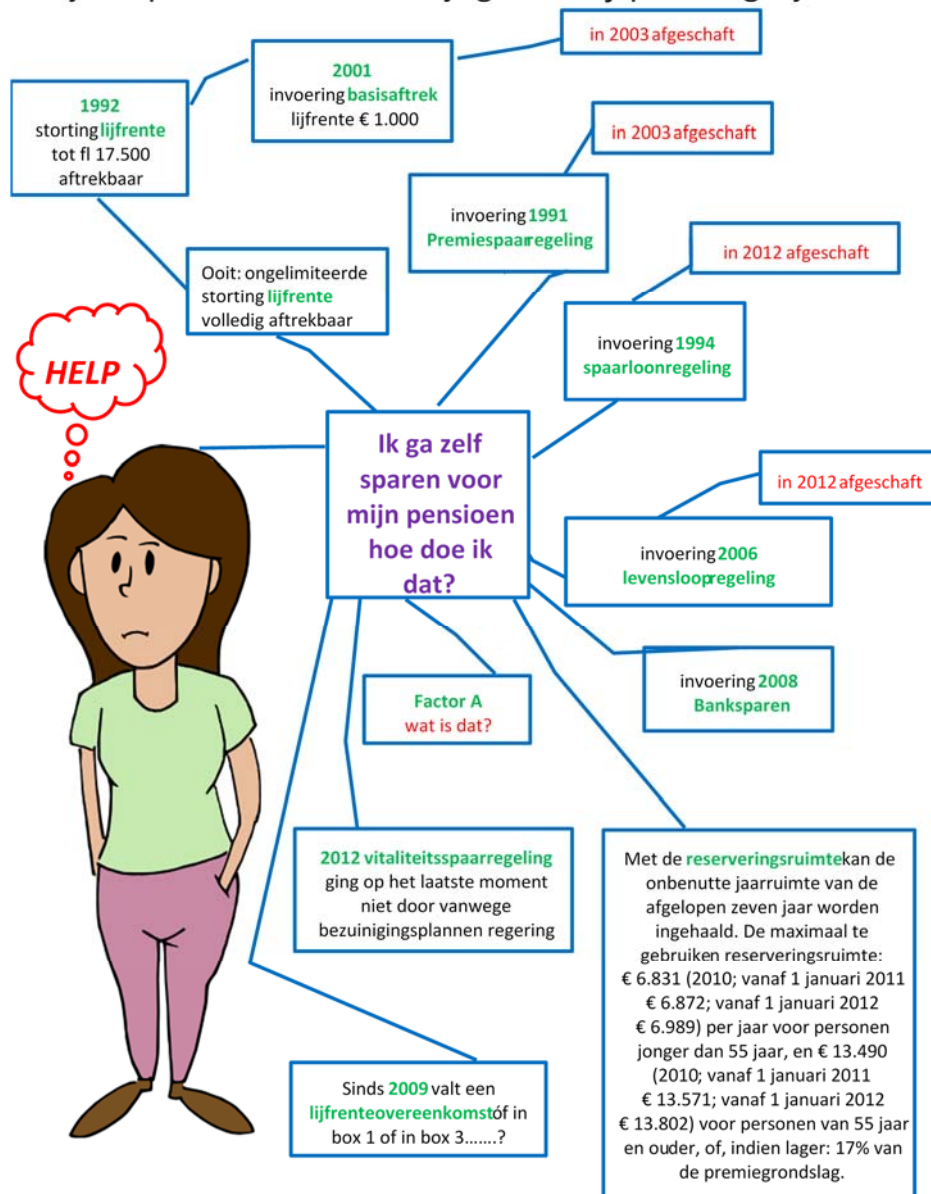


De derde groep, de consumenten die zich realiseren dat zij mogelijk een probleem hebben en stappen willen ondernemen, hebben de eerste hindernissen overwonnen maar blijven nu steken bij de complexiteit.

⁴³ Netspar, Het uitstellen van de pensioenvoorbereiding. Job Krijnen, Seger Breugelmans, Marcel Zeelenberg

Om inzicht te krijgen in je pensioen moet je eerst in kaart brengen welke financiële producten je hebt. Daarna moet je begrijpen hoe deze zich door de tijd heen en ook in combinatie met elkaar ontwikkelen. Je moet inzicht hebben in je financiële uitgaven nú, en een inschatting kunnen maken van wat je in de toekomst nodig zult hebben. Door de vele veranderingen in het pensioen- en belastinglandschap is het ingewikkeld voor de consument om een overzicht en inzicht te krijgen van zijn toekomstige pensioeninkomen en uitgavenpatroon. Heeft de consument eenmaal een overzicht gemaakt, dan vraagt de continue stroom van veranderingen om aanpassing van het overzicht. Dat zal de bereidheid bij de consument om zich met enige regelmaat een beeld van zijn pensioeninkomen te vormen tegenhouden. Zie het volgende voorbeeld:

20 jaar sparen met steeds wijzigende bijspaarmogelijkheden



Voor overige veranderingen in het pensioen- en belastinglandschap die invloed hebben op het pensioeninkomen of uitgavenpatroon van de consument, zie bijlage C.

Wanneer dit toch in kaart is gebracht, en er blijkt een kloof te zijn tussen de verwachtingen en de realiteit, dan moet dat opgelost worden. Maar hoe? Wat zijn de mogelijkheden? Een handelingsperspectief om een eventueel tekort op te vullen hangt af van het gehele financiële plaatje van de consument en kan op verschillende manieren worden vormgegeven. Voor het overgrote deel van de consumenten is het totaal in kaart brengen te moeilijk, en verwachten consumenten (onterecht) dat extra sparen het enige handelingsperspectief is.

Conclusie:

Er zijn verschillende hindernissen die consumenten in de weg staan om zich te verdiepen in hun pensioen. Deze zijn zo sterk dat zij het starten van een *pensioen customer journey* in de weg zit.

Voor een volledig overzicht van de customer journey zie bijlage D.

4 Wat kan men doen om consumenten te activeren?

De hindernissen zijn zo groot zijn dat een consument uit zichzelf niet in actie komt. Wat kan er gedaan worden om ze te activeren?

Om een overzicht te krijgen van de verschillende manieren die men nu al toepast om consumenten te activeren, hebben wij gekeken naar acties vanuit de pensioensector en hebben wij interviews gehouden met niet-commerciële partijen (De Belastingdienst, het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), Veilig Verkeer Nederland, the Money Advice Service (MAS) in de UK, charity org in UK) die ook te maken hebben met consumenten die niet in actie komen.

Conclusies uit de activatiepogingen in de pensioensector zijn:

1. Deelnemers reageren in het geheel niet of zeer beperkt op schriftelijke aansporingen en/of waarschuwingen.
2. Deelnemers komen niet in actie op basis van generieke informatie en geven aan persoonlijk toegespitste informatie te willen.
3. Deelnemers waarderen *tooling* en een-op-een contact.
4. De weinige deelnemers die de pensioensector wel in actie zag komen waren 55-plussers die voornamelijk wilden weten “wanneer kan ik met pensioen?”.

Aanpakken in de niet-commerciële sector:

- De Belastingdienst kiest ervoor om het de consument zo eenvoudig mogelijk te maken, door de aangifte vooraf in te vullen, om Postbus 51 filmpjes uit te zenden, en door persoonlijk contact/hulp te bieden bij vragen.
- Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu zet in op het actief oproepen van de consument en het gratis aanbieden van de benodigde actie, met steun van (huis)artsen.
- Veilig Verkeer Nederland voert campagnes en zoekt partijen, zoals horeca, auto-industrie, scholen en gemeentes, om hen te ondersteunen in hun boodschap.
- Werkt de Money Advice Service zoveel mogelijk met partners om consumenten te bereiken en te activeren op ‘natuurlijke’ momenten zonder dat de consument extra motivatie nodig heeft om actie te ondernemen, zowel via *tooling* op de website als via presentaties in het land.

Er zijn meer vormen van activatie waar de consument gevolg aangeeft. Als het een verplichte handeling betreft, zoals de APK van voertuigen, dan is het duidelijk waarom de consument dit opvolgt. Van andere al dan niet-verplichte activatie, zoals een periodieke controle bij de tandarts, valt nog te leren welke type consumenten daar wel gevolg aan geven en waarom.

4.1 Activatiepogingen in de pensioensector

We signaleren veel initiatieven in de pensioensector die gericht zijn op het activeren van deelnemers. Wat voor initiatieven zijn er en wat leren wij daarvan? Voor welke soorten initiatieven staan deelnemers open? Is het voor deelnemers mogelijk om een compleet beeld te krijgen van hun financiële situatie bij pensionering?

Verskillende soorten van initiatieven in de pensioensector

Wat ons opvalt, is dat de pensioensector veel verschillende creatieve aanpakken ontwikkelt in een poging deelnemers te activeren om stappen te nemen met betrekking tot hun pensioen. Buiten de wettelijk verplichte informatie troffen we de volgende initiatieven aan:

- a) Schriftelijke informatie, via brief of boek
- b) Bijeenkomsten met pensioendeskundigen
- c) Webinar waaraan deelnemers actief konden deelnemen
- d) Filmpjes, *tooling* en/of *gaming* via website
- e) Uitleg op website voorzien van filmpjes
- f) Hulp via collega's op de werkvloer
- g) Een persoonlijk gesprek

Wij bekeken ruim veertig goede initiatieven uit de pensioensector en constateerden dat een groot aantal van gelijke strekking waren. Daarom kozen wij er acht uit om nader te onderzoeken en hebben met de partijen hierover van gedachten gewisseld. Een aantal instellingen heeft hun evaluaties, op basis van anonimiteit en voor zover zij daarover beschikten, met ons gedeeld.

De meeste initiatieven beperken zich tot het geven van inzicht. Daar waar sprake is van het geven van handelingsperspectief beperkt dat zich veelal tot de eigen pensioenregeling. De groep pensioenuitvoerders die de AOW-gegevens en de overige tweede pijlerpensioenen, via een download van MPO, van deelnemers meenemen in de door hen aangeboden *tools*, groeit. Doch meestal ontbreekt een overzicht van het inkomen uit de 3^e, 4^e en 5^e pijler. Gegevens van derde pijlerproducten, vrije besparingen en vrij vermogen in eigen huis, zijn veelal niet, of niet op een eenvoudige manier, te downloaden via een digitaal platform. De deelnemer moet daarvoor op zoek in zijn papierenarchief.

Wat ons verder opviel was dat de pensioensector uit de door hen ingezette initiatieven niet kan afleiden, laat staan kan vaststellen, of de deelnemer dusdanig is geactiveerd dat hij noodzakelijke vervolgacties onderneemt.

Conclusies uit de activatiepogingen in de pensioensector zijn:

1. Deelnemers reageren in het geheel niet of zeer beperkt op schriftelijke aansporingen en/of waarschuwingen

Het verstrekken van een boekje met pensioeninformatie, of het sturen van een verjaardagskaart of een zogenaamde stoplichtbrief, waarin de deelnemer leest dat hij (mogelijk) op een pensioentekort afstevent, hebben niet het beoogde effect. De reacties van deelnemers waren zeer beperkt.

Bijna alle partijen gaven aan dat een *vrijblijvende* oproep via brief of e-mail, om deel te nemen aan een webinar, een groepsbijeenkomst, een persoonlijk gesprek, om gebruik te maken van een pensioenplanner of het bekijken van (teken)filmpjes, over het algemeen leidt tot een response tussen de 10-15%. Een van de partijen gaf aan dat

een oproep in een nieuwsbrief en op de website om een bijeenkomst via internet (*uit de luie stoel dus*) bij te wonen voor een uitleg over de wijzigingen in de pensioenregeling, tot een opkomst van minder dan 1% leidde.

2. Deelnemers komen niet in actie op basis van generieke informatie en geven aan persoonlijk toegespitste informatie te willen

Bijeenkomsten, webinars, filmpjes en generieke uitleg op de website worden door deelnemers als te algemeen gezien. Zij willen weten ‘wat het voor hen persoonlijk betekent’.

Ook een personeelsbijeenkomst over de wijziging van de pensioenregeling wordt vaak als te generiek gezien. De deelnemer wil namelijk weten wat het voor hem zelf betekent. Een webinar voorzien van filmpjes en de mogelijkheid tot *direct* vragen stellen, stelde de kleine groep deelnemers die er aan meedeed, wel op prijs. Uit de evaluatie bleek ook hier dat deelnemers meer geïnteresseerd zijn in hun *persoonlijke* situatie en informatie daarover misten.

Filmpjes over wijziging van de pensioenregeling waren volgens deelnemers begrijpelijk, maar ook hier luidt de vraag: “Wat betekent het nu voor mij?”.

De vertaalslag van generieke informatie naar de persoonlijke situatie en de gevolgen van wijzigingen van de pensioenregeling, lijkt de gemiddelde deelnemer zonder hulp van een deskundige niet te kunnen maken. Door angst voor ‘adviesrol’ blijft de sector zich vooral richten op het geven van informatie over de eigen regeling. Hierdoor ontbreekt het de deelnemer aan een totaalplaatje en komt hij niet in actie.

3. Deelnemers waarderen *tooling* maar het gebruik is beperkt

Er zijn steeds meer online pensioenplanners in de ‘mijnomgeving’ waar de deelnemer zelf zijn gegevens, zoals AOW en overige tweede pijlerproducten, kan binnenhalen. Hiermee krijgt hij een compleet pensioenoverzicht. Maar het ontbreekt in deze context wel aan de gegevens van de vierde en vijfde pijler, respectievelijk het eigen spaargeld en beleggingen, en het vrije vermogen in het eigen huis.

Een stijgend aantal pensioenuitvoerders maakt gebruik van de budgetgegevens van het Nibud in de pensioenplanner, om deelnemers inzicht te geven in hun uitgavenpatroon. Daarmee kan de deelnemer zelf vaststellen of hij op een tekort afstevent.

De deelnemers die van *tooling* gebruik maken, zijn over het algemeen tevreden met de werking, mits zij ook hun overige pensioenen kunnen invoeren. Het is echter onduidelijk of de deelnemer die er achter komt dat hij afstevent op een pensioentekort, vervolgens enige actie onderneemt. Dit ligt buiten het zicht van de pensioenuitvoerder.

Bezoekersaantallen websites

Van een paar pensioenfondsen weten we wat de bezoekersaantallen van de website zijn en de gebruikersaantallen van de *tools*. Het inloggen op de mijnomgeving ligt

gemiddeld onder de 10% per jaar van het totale deelnemersbestand. Het is door de meeste pensioenfondsen (nog) niet op te maken of het unieke bezoekers betreft. Gebruik van de beschikbaar gestelde *tooling* ligt op een nog lager niveau. Het gebruik van *tooling* voor het uitrekenen van uitgaven in de toekomst, ligt rond de 1%. Het is niet duidelijk wat de leeftijd van deze gebruikers is. De pensioenuitvoerders, die wij in dit kader spraken, gaven aan dat het gebruik onder 55^{plus}ers het hoogst is.

Mijnpensioenoverzicht.nl (MPO)

Het aantal unieke inloggers op mijnpensioenoverzicht.nl is tot nu toe 2,7 miljoen. Dit betekent dat bij lange na niet alle Nederlanders hebben ingelogd om te zien wat hun toekomstige pensioeninkomen, zowel bruto als netto, wordt.

Het blijkt een grote uitdaging te zijn om deelnemers naar de website van de pensioenuitvoerder en/of mijnpensioenoverzicht.nl te krijgen.

Een positieve uitschieter in functionaliteit van tooling en het gebruik daarvan

Er zijn ongetwijfeld meerdere positieve uitschieters onder de *tools* te vinden. Een van deze positieve uitschieters hebben wij bij een pensioenuitvoerder bekeken. Daarbij moet gezegd worden dat de populatie van het betreffende pensioenfonds, redelijk financieel onderlegd is. Dit fonds maakt gebruik van een *tool* van een commerciële partij. Deze *tool* haalt gegevens op van mijnpensioenoverzicht.nl en geeft deelnemers op basis van hun persoonlijke kenmerken, die zij zelf invoeren en op basis van een geschat uitgavenpatroon, inzicht in de toereikendheid van hun pensioen. De toereikendheid wordt bovendien op een begrijpelijke wijze visueel weergegeven.

In tegenstelling tot de algemene pensioenplanner van dit pensioenfonds, dat meestal door 5 à 10% van de deelnemers werd bezocht, logde circa 80% van de doelgroep in op deze *tool*. 50% unieke bezoekers doorliep de *tool* helemaal. Het feit dat de betreffende werkgever haar werknemers aanmoedigde om tijdens kantooruren de *tool* te doorlopen, werd als mogelijke reden aangegeven voor deze hoge inlogcijfers. Binnenkort wordt aan de *tool* een pensioenplanner toegevoegd, zodat deelnemers ook de gevolgen van uitruil en/of uitstel van pensioen inzichtelijk kunnen maken en daarmee hun pensioen op maat kunnen creëren.

Deelnemers waarderen vooral persoonlijke hulp

Het wordt positief ontvangen als collega's, in een verloren uurtje, hun collega's uitleg geven over de pensioenregeling. Het ontbreekt hier helaas aan persoonlijk toegespitste informatie. De deelnemer weet na een dergelijk gesprek alleen dat er mogelijk acties moeten worden ondernomen bij trouwen, echtscheiding of verandering van baan. Of zijn pensioeninkomen hoog genoeg zal zijn voor zijn beoogde uitgavenpatroon, kan hij niet uit deze gesprekken afleiden.

Grote bedrijfstakpensioenfondsen hebben consultants in dienst die na een generieke presentatie pensioensprekuren houden. Zij helpen deelnemers met persoonlijke vragen. Hier tref je wachtrijen aan voor een persoonlijk gesprek. Maar de opkomst is vaak beperkt tot 55-plussers met de vraag 'wanneer kan ik met pensioen?' Deze persoonlijke hulp wordt wel zeer op prijs gesteld.

Er zijn ook werkgevers die met behulp van onafhankelijk pensioenadviseurs hun werknemers helpen met het in beeld brengen van het pensioeninkomen en de toereikendheid daarvan. Bij een beperkt aantal partijen komen pensioenconsulenten op verzoek ook thuis bij de deelnemer. Op deze manier is een totaal pensioenplaatje voor de deelnemer mogelijk; alle gegevens, ook die van de partner, zijn immers ‘in huis’. Dit wordt zeer gewaardeerd door de werknemers.

Conclusies

Bij de meeste partijen ligt de gemiddelde leeftijd van deelnemers die aan een webinar of een bijeenkomst deelnemen, of een persoonlijk gesprek voeren, of vragen stellen aan de helpdesk of consulenten, boven de 55 jaar. Zij stellen meestal de vraag: ‘Wanneer kan ik met pensioen?’

Er bestaat goede *tooling*, maar de gemiddelde deelnemer maakt daar weinig gebruik van, maar werkt misschien wel voor een beperkte groep deelnemers. Meestal beperkt de *tooling* zich vaak tot de eerste 3 pensioenpijlers en ontbreken relevante cijfers uit de 4e en 5e pijler.

Uit de gesprekken met mensen uit de pensioensector komt vooral naar voren dat een persoonlijk gesprek, waarbij de eigen situatie van de deelnemer en liefst ook die van de partner, duidelijk in beeld wordt gebracht, zeer wordt gewaardeerd.

4.2 Aanpakken in de niet-commerciële sector

Ook buiten de pensioensector hebben instellingen en/of de overheid te maken met consumenten die niet in actie komen. Wij hebben met de volgende partijen gesproken om te leren van hun ervaringen: De Belastingdienst, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), Veilig Verkeer Nederland en de Money Advice Service (Verenigd Koninkrijk). Uit de gesprekken komen de volgende belangrijke punten naar voren:

- De Belastingdienst kiest ervoor om het de mensen zo eenvoudig mogelijk te maken, door de aangifte voor af in te vullen, om Postbus 51 filmpjes op t.v. uit te zenden, en persoonlijk contact/hulp te bieden bij vragen.
- Het RIVM zet in op het actief oproepen van de consument en de te nemen actie gratis aan te bieden.
- Veilig Verkeer Nederland voert campagnes via t.v. en zoekt partijen, zoals horeca, scholen en gemeentes, om hen daarbij te helpen.
- de Money Advice Service werkt zoveel mogelijk met partners om consumenten te bereiken en te activeren op ‘natuurlijke’ momenten zonder dat de consument extra motivatie nodig heeft om de te nemen actie te nemen, zowel via *tooling* op de website als via presentaties in het land.

Belastingdienst

Voor de aangifte van de inkomstenbelasting bestaat de plicht om deze tijdig in te vullen. De belastingdienst ziet zich echter ook geconfronteerd met consumenten die zij zou willen activeren om de belastingaangifte tijdig in te vullen. Daaronder vallen

ook de jongere consumenten die vaak recht hebben op een teruggave van loonbelasting. Bovendien wil zij consumenten activeren om toeslagen aan te vragen waar zij recht op hebben, zoals huur- en zorgtoeslag. De hoofduitdaging ligt in het feit dat consumenten niet weten dat ze recht hebben op een bepaalde toeslag en dat ze (verwachten) de te nemen stappen te complex vinden.

De volgende stappen neemt de Belastingdienst in de hoop de consument te activeren

- De gestelde vragen bij de belastingtelefoon worden gebruikt als input ter verbetering van de format van de aangiftes. Bovendien worden de meest gestelde vragen opgenomen in een FAQ op de website van de belastingdienst.
- Persoonlijke hulp bieden bij het invullen van formulieren. Er zijn 12.000 mensen bij de BelastingTelefoon die miljoenen telefoontjes per jaar verwerken voor hulp bij het invullen van de formulieren. Zowel laagopgeleiden als hoogopgeleiden maken gebruik van de BelastingTelefoon.
- De Belastingdienst gaat op zoek naar partnerships met organisaties waar de consument 'al' zit, bijvoorbeeld advocaten bij scheidingen. Via deze kanalen informeert de belastingdienst de belastingplichtigen of degenen die recht hebben op een toeslag.
- Volgens de Belastingdienst werkt het inzetten van sociale vergelijking. Bijvoorbeeld door te het volgende te vermelden: " x% van de grensarbeiders vult dit formulier goed in."

Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM)

Het RIVM wil mensen activeren om in een vroeg stadium, of eens in de 5 jaar, een gezondheidsonderzoek te laten doen. Door er vroeg 'bij te zijn' zijn er wellicht meerdere handelingsperspectieven voor een gezondheidsprobleem.

Weinig consumenten maken uit zichzelf een afspraak voor een gezondheidsonderzoek. Het RIVM 'activeert' mensen om hun gezondheid te laten checken door een persoonlijke uitnodiging te sturen met datum, tijd en plaats voor een gratis onderzoek. Hierdoor wordt consumenten verschillende obstakels, vooral het overwinnen van de *present bias*, uit handen genomen.

Het doel van deze onderzoeken is gezondheidswinst. Het *handelingsperspectief* volgend op het onderzoek ligt altijd bij de persoon zelf, bijvoorbeeld wel of geen behandeling tegen kanker. Of ligt bij de ouders, bijvoorbeeld als blijkt dat hun nog ongeboren kind het syndroom van Down heeft.

Volgens het RIVM speelt angst (dat er iets aan de hand is) een grote rol in de drive van consumenten om gevolg te geven aan hun oproep. Bij borstkanker willen vrouwen vooral zichzelf achteraf niet kunnen verwijten dat ze geen gevolg hebben gegeven aan de oproep en dus 'iets' hadden kunnen voorkomen. Ook willen ze graag bevestigd krijgen dat er niets aan de hand is. Hun oproep voor het borstkanker bevolkingsonderzoek leidt tot een 70-80% opkomst.

Als tip geeft het RIVM mee: zoek mede-probleemeigenaren voor ondersteuning om een dergelijk breed opgezette oproep succesvol te laten zijn. Patiëntengroepen, burgers, werkgevers en de aanverwante beroepsgroep waren bij de start van de RIVM-onderzoeken heel belangrijk.

Veilig Verkeer Nederland (VVN)

VVN stuurt aan op het aanpassen van gedrag, met als uitkomst minder verkeersslachtoffers. VVN tracht de verkeersdeelnemer ervan bewust te maken dat zijn gedrag een effect heeft (of kan hebben) op medeweggebruikers.

Zij raadden het volgende aan:

- Zoek zoveel mogelijk (groepen) consumenten, instellingen, gemeenten en vrijwilligers die als hulptroepen kunnen fungeren
- Neem de tijd om het gedrag te veranderen, want sommige veranderprocessen hebben een doorlooptijd van vele jaren (de BOB kostte zo'n 25 jaar)
- Maak de uitkomsten van het niet-meedoen niet te dramatisch (te bloederig) want dat stoot mensen meteen af
- Maak het leuk, sympathiek en stel de activatie af op de verschillende doelgroepen, maar noem het nooit een *risicogroep*
- Geef gelijk handelingsperspectief, anders is het vergeefse moeite
- Wees nooit belerend, want dat stoot af (de BOB is je *vriend* die je *veilig* thuis brengt)
- Geef aan dat x-aantal mensen het wel doen
- De kracht zit vaak in de herhaling van een positieve boodschap
- Zoek een partij die een voorbeeldfunctie heeft (bijvoorbeeld: Volvo kwam als eerste met veiligheidsriemen)
- Probeer een stapsgewijze aanpak (eerst voor de bestuurder de verplichting om een veiligheidsriem om te doen, daarna medepassagiers en later kinderen op de achterbank).

Money Advice Service

De Money Advice Service (MAS) in het Verenigd Koninkrijk wordt door bijdragen van de financiële sector betaald. De Money Advice Service wil consumenten activeren om een gezonde financiële huishouding te voeren. Dit doen zij door veel *online tools* aan te bieden en gratis telefonisch en online ondersteuning aan te bieden. Omdat weinig consumenten uit zichzelf naar de website te gaan, waar de *tools* staan, werkt de Money Advice Service veel samen met partnerorganisaties waar de consument zonder activatienoodzaak toch al komt. Zij adviseren ons dezelfde aanpak.

Conclusies

Uit de gesprekken met partijen buiten de pensioensector leren wij dat het belangrijk is om wat je aan de consument vraagt, zo eenvoudig en betaalbaar mogelijk te maken en daarbij persoonlijke ondersteuning te bieden. Het loont om zoveel mogelijk met stakeholders samen te werken en de consument actief op een natuurlijk moment op te roepen.

5 Conclusies en aanbevelingen

Het inkomen voor later staat onder druk. Onderzoek wijst uit dat, als we kijken naar de eerste drie pensioenpijlers en vrije vermogens, 23% van de mensen hun beoogde bestedingsbehoefte niet zal halen. Tenminste 61% van de mensen die afstevenen op een tekort ziet dat tekort niet aankomen. Omdat men het niet aan ziet komen onderneemt men ook geen actie om dit tekort op te vangen.

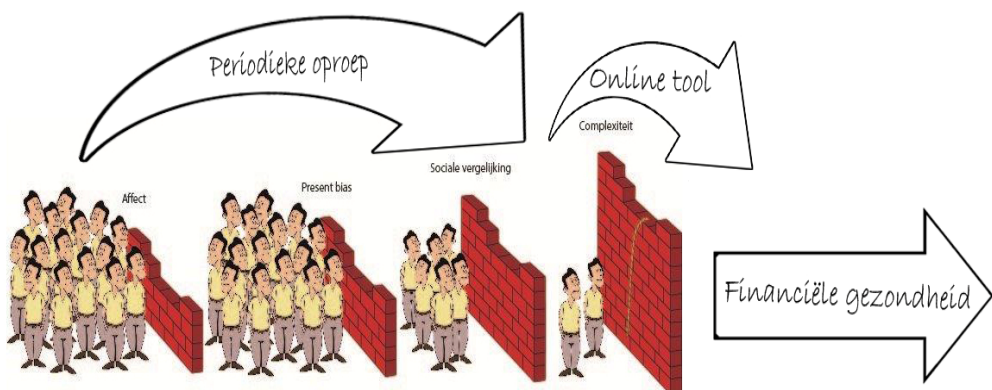
Wanneer een grote groep mensen tegelijkertijd geconfronteerd wordt met financiële problemen ontstaat een maatschappelijk probleem. Dat willen wij voorkomen door de consument te activeren om inzicht te krijgen in zijn financiële realiteit en waar nodig stappen te ondernemen.

Uitstelgedrag speelt een grote rol in het uitblijven van actie door de consument. “De sleutel tot het tegengaan van uitstel is niet het verbeteren van de intenties, maar het faciliteren van het wenselijke gedrag⁴⁴.”

Wij stellen voor om de psychologische hindernissen te overbruggen en consumenten in actie te krijgen door een persoonlijke aanpak met digitale ondersteuning periodiek aan te (laten) bieden. Concreet houdt dit in:

Aanbevelingen

- Consumenten actief stimuleren om in actie te komen door ze periodiek een oproep te (laten) sturen om hun financiële totaalplaatje bij pensionering in kaart te krijgen. (Hiermee worden de eerste drie hindernissen overbrugd.)
- Het onderwerp te vergemakkelijken door de ontwikkeling van een *online tool* te stimuleren waar alle relevante financiële producten op één plek in kaart gebracht worden. (Hiermee wordt de complexiteit voor de consument gereduceerd.) Wij stellen voor om hiertoe aan te haken bij bestaande initiatieven rondom financiële planning.
- Het gebrek aan handelingsperspectief op te vangen door de ontwikkeling van vuistregels voor diegenen die zelf hun financiële producten in kaart kunnen brengen en persoonlijke hulp, ondersteund door eerdergenoemde centrale digitale *tooling*, voor de degenen die dit niet kunnen.



⁴⁴ Het uitstellen van pensioenbeslissingen: Waarom gedrag niet overeenkomt met intenties
Job Krijnen, Seger Breugelmans en Marcel Zeelenberg (Tilburg University)

www.afm.nl

De tekst is met zorg samengesteld en is informatief van aard. U kunt er geen rechten aan ontlenen. Door besluiten op nationaal en internationaal niveau is het mogelijk dat de tekst niet langer actueel is wanneer u deze leest. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) is niet aansprakelijk voor de eventuele gevolgen - zoals bijvoorbeeld geleden verlies of gederfde winst - ontstaan door acties ondernomen naar aanleiding van deze tekst.

Amsterdam, oktober 2015
