



SPT

Pensioenfonds
tandartsen en tandarts-specialisten

SAMENVATTING COMMUNICATIEPLAN SPT

Begrijpelijke en duidelijke voorlichting over het pensioenreglement is van eminent belang voor de verschillende doelgroepen van SPT. Te weten deelnemers, (gewezen) partners en pensioengerechtigden (verder te noemen 'belanghebbenden'). De behoefte bij de verschillende doelgroepen aan voorlichting en betere communicatie is niet van vandaag of gisteren. Die behoefte is echter in de loop der jaren wel toegenomen, omdat de pensioenmaterie steeds ingewikkelder is geworden. Daarnaast zijn in het kader van de flexibilisering en individualisering van de pensioenregelingen de deelnemers in staat gesteld om allerlei keuzes te maken.

Met de totstandkoming van de nieuwe pensioenwetgeving zijn nog drie andere ontwikkelingen te noemen:

- pensioenfondsden worden geconfronteerd met een **wettelijke verankering en uitbreiding van alle informatieverplichtingen**;
- pensioenfondsden krijgen te maken met een **nieuwe toezichthouder** op het aanvullende pensioenterrein, de Autoriteit Financiële Markten, die specifiek toezicht houdt op de naleving van deze informatieverplichtingen;
- de Stichting van de Arbeid heeft principes ontwikkeld voor **goed pensioenfondsbestuur** ('pension fund governance') die eveneens een plaats in de pensioenwetgeving hebben gekregen.

Bovenstaande ontwikkelingen zijn voor het bestuur van SPT reden geweest om een communicatieplan op te stellen.

De organisatie van de communicatie

Het bestuur is verantwoordelijk voor tijdige, duidelijke en begrijpelijke informatievoorziening met betrekking tot het pensioenreglement. Om het belang hiervan te onderstrepen, heeft het bestuur besloten een **commissie uit het bestuur** te benoemen die specifieke aandacht besteedt aan de communicatie- en voorlichtingsaspecten van de bestuurstaken.

In het deskundigheidsplan wordt de **communicatie** benoemd. Het bestuur legt voor haar communicatie-inspanningen **verantwoording** af aan de Algemene Vergadering, die is ingesteld als Verantwoordingsorgaan, van de beroepspensioenvereniging (verder te noemen Algemene Vergadering). De communicatie kan onderworpen worden aan de **controle** van het intern toezichtorgaan.

Het opstellen van dit communicatieplan en majeure wijzigingen daarvan zijn bestuursbesluiten van algemene aard die voor **advies aan de Algemene Vergadering** zullen worden voorgelegd.

Het bestuur heeft zich voorgenomen om aan het slot van elke vergadering afzonderlijk aandacht te besteden aan de wijze waarop over de in die vergadering genomen besluiten moet worden gecommuniceerd. Tenslotte besteedt het bestuur jaarlijks in het bestuursverslag van het **jaarverslag** aandacht aan de communicatieverrichtingen in het afgelopen boekjaar.



Communicatiebeleid

Het bestuur draagt er zorg voor dat steeds alle **wettelijke informatieverplichtingen** worden nagekomen.

Het bestuur volgt in beginsel de opzet van de pensioenwetgeving voor zover daarin binnen de communicatie onderscheid wordt gemaakt naar:

- het verplicht en spontaan verstrekken van periodieke informatie aan de verschillende doelgroepen;
- het verstrekken van informatie op verzoek, en
- het verstrekken van eenmalige informatie bij gelegenheid van een bepaalde gebeurtenis (huwelijk, pensionering, overlijden e.d.).

Belangrijke uitgangspunten voor de communicatie van SPT zijn:

Planmatig: met het communicatieplan wordt structuur gegeven aan de communicatie-inspanningen. Afspraken en procedures liggen vast.

Tijdig: het informeren van doelgroepen gebeurt binnen de daaraan gestelde tijdslijmieten.

Duidelijk en begrijpelijk; doelgroepgericht: begrijpelijke en duidelijke voorlichting over het pensioenreglement. Daarbij staat een doelgroepgerichte en persoonlijke benadering centraal.

Herkenbaar en toegankelijk; juist en volledig: SPT is met een eigen logo duidelijk herkenbaar de afzender. Het communicatiemateriaal zal overzichtelijk en toegankelijk zijn, onder de voorwaarde van juistheid en volledigheid.

Diversiteit: het bestuur streeft ernaar de communicatie langs verschillende communicatie-instrumenten te laten plaatsvinden. Dit om de doelgroepen maximaal te kunnen bereiken.

Pro-actief: het bestuur streeft naar een pro-actieve communicatie-aanpak. Bijvoorbeeld door de deelnemer op 60-jarige leeftijd een brief te sturen met verwijzing naar de pensioenplanner.

Doelgroepen

Primaire doelgroepen

- deelnemers
- (gewezen) partners
- pensioengerechtigden

Doelstellingen

Algemene doelstelling = transparantie en stimuleren pensioenbewustwording

- Informeren over de eigen pensioensituatie in relatie tot de pensioenregeling van SPT.
- Helpen bij en aanzetten tot het tijdig maken van keuzes en nemen van acties (bijv. bij life events)
- Bevorderen van een positieve houding ten aanzien van SPT.

Communicatie-instrumenten

Het bestuur van het pensioenfonds gebruikt onder andere de onderstaande instrumenten:

Website

Foldermateriaal: een populaire brochure van het pensioenreglement is ontwikkeld. Informatie over terug-kerende thema's en specifieke situaties voor belanghebbenden, wordt via de site of op verzoek verstrekt.

Periodieke nieuwsbrieven

Regionale bijeenkomsten

Uniforme Pensioenopgave

Incidentele brieven

Formulieren, o.a. met betrekking tot het aanvragen van ouderdoms- en partnerpensioen

Jaarverslag

Helpdesk SPT

Periodieke evaluatie van de communicatie-inspanningen

Het bestuur heeft het communicatieplan voor drie jaar vastgesteld. Na afloop van deze periode evalueert het bestuur het plan op doelmatigheid, effectiviteit en op de in de pensioenwetgeving genoemde criteria.

Daarbij wordt ook een kosten-baten-analyse gemaakt. De evaluatie geschiedt met behulp van een gebruikers- of lezersonderzoek (klanttevredenheidsonderzoek).

Het bestuur ontvangt regelmatig informatie van de helpdesk van SPT. Die informatie gaat over individuele vragen en opmerkingen van belanghebbenden.

De AFM gaat toezien op de naleving van de informatieverplichtingen, zoals het voorschrijft dat de informatievoorziening **tijdig, duidelijk en begrijpelijk** moet zijn. Het pensioenfonds stelt zich met betrekking tot dit toezicht pro-actief op, door de kwaliteit van de informatievoorziening te toetsen en door het de deelnemer te vragen.

Tot slot

Het communicatieplan is vastgesteld in de bestuursvergadering van 24 januari 2008.

Over de naleving van de informatieverplichtingen legt het bestuur verantwoording af aan de AFM. Het bestuur werkt mee aan verzoeken om nadere informatie door deze toezichthouder, volgt eventuele aanwijzingen op en doet daarvan verslag in het jaarverslag en / of op de website.