

---

# **Klanttevredenheidsonderzoek 2006 Pensioenfonds SABIC**

- Rapport I: tekstrapport -

Maastricht, 11 oktober 2006  
Projectnummer 2 06 035

Max Cramwinckel,  
algemeen directeur

Maud Peeters,  
projectleider

Huub Boom,  
projectleider

*Klanttevredenheid Pensioenfonds SABIC*

---

## Voorwoord

In opdracht van de Stichting Pensioenfonds SABIC (SPF) voert DSM Pension Services (DPS) de pensioenregelingen, het beleggingsbeleid en het communicatiebeleid uit. Om te kunnen bepalen of de dienstverlening door DPS als uitvoerder van de pensioenregelingen zich op het gewenste niveau bevindt, heeft R&M Matrix een onderzoek naar de beleving van de kwaliteit van dienstverlening en communicatie uitgevoerd (net als in 2003, toen SABIC als onderdeel van DSM-Chemie in het tevredenheidsonderzoek heeft meegelopen).

Doelstelling van het in juli en augustus jl. uitgevoerde klanttevredenheidsonderzoek was het verkrijgen van nader inzicht in:

1. de klanttevredenheid met het fonds (3-jaarlijkse cyclus plus evaluatie);
2. het vaststellen van het belang van elk van de onderliggende dienstverleningsaspecten (service, communicatie etc.) in het verklaren van het totaal-oordeel dat de klant uitspreekt;
3. de juistheid van de in het communicatieplan opgenomen veronderstellingen t.a.v. kennisniveau, pensioenbewustzijn, interesses en informatiebehoeften en gewenste informatiebronnen bij de doelgroepen;
4. wensen, behoeften en verwachtingen van deelnemers en werkgevers;
5. het imago van het fonds bij de doelgroepen en de mate waarin dat aansluit bij het gewenste imagoprofiel.

Net als in 2003 bestond het onderzoek uit een telefonische enquête (233 vraaggesprekken met (ex)**werknemers** van SABIC) en een aantal interviews (3 individuele diepte-interviews onder **werkgevers**). De uitkomsten van het onderzoek zijn opgenomen in een tweetal rapporten. Voor u ligt een exemplaar van het tekstmatig rapport waarin een samenvatting gegeven wordt van de uitkomsten van zowel de telefonische enquêtes (deel I) als de diepte-interviews (deel II). In dit rapport is tevens de verantwoording van het onderzoek terug te vinden. Voor een uitgebreid overzicht van alle uitkomsten uit de telefonische enquêtes verwijzen we naar het tabellenrapport.

Wij spreken tenslotte het vertrouwen uit, dat de uitkomsten van het onderzoek een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de bepaling van het te voeren (communicatie)beleid.

Max Cramwinckel,  
algemeen directeur

Maud Peeters,  
projectleider

Huub Boom,  
projectleider









<b>Inhoudsopgave</b>	<b>Pag. nrs.</b>
Voorwoord	3
Projectteam	5
Inhoudsopgave	7
Conclusies en aanbevelingen	9
<b>Deel I: Werknemers</b>	<b>15</b>
0. Inleiding	15
1. Pensioenkennis	17
1.1. Betrokkenheid bij pensioen	17
1.2. Kennis van pensioenaangelegenheden	18
2. Informatievoorziening	21
2.1. Bereik communicatiemiddelen	21
2.2. Beoordeling communicatiemiddelen	22
2.3. Moment en frequentie van informeren	23
3. Contactafhandeling	25
3.1. Mate van contact	25
3.2. Oordeel contact(afhandeling)	26
3.3. Contact met werkgever	27
4. Imago	28
5. Dienstverlening in zijn geheel	29
5.1. Overall oordeel	29
5.2. Overall oordeel uitgediept	30
<b>Deel II: Werkgevers</b>	<b>33</b>
0. Inleiding	33
1. Contacten met DPS	33
2. Oordeel en wensen over de contacten	33
3. Advisering	35
4. Communicatie en informatie DPS	36
5. Rolverdeling binnen driehoeksverhouding	37
<b>Bijlagen:</b>	
1. Onderzoeksverantwoording	
2. Aankondigingsbrief	
3. Vragenlijst	
4. Checklist	





## Conclusies en aanbevelingen

Hieronder worden de meest in het oog springende resultaten van het onlangs uitgevoerde tevredenheidsonderzoek onder (ex)werknemers van SABIC en werkgevers samengevat. Daarnaast worden hier en daar enkele aanbevelingen gedaan. Ter afsluiting wordt er een algemene beschouwing gegeven.

### I. Werknemers

#### *Betrokkenheid*

Eén van de doelstellingen uit het “Communicatiebeleidsplan SPF 2006-2008” is het creëren van een passende betrokkenheid van deelnemers ten aanzien van hun persoonlijke pensioensituatie. Het meest recente tevredenheidsonderzoek wijst uit dat het gros er wel mee bezig is (driekwart is enigszins of in sterke mate met het pensioen bezig en 80% toont enigszins of in sterke mate interesse in pensioenzaken) en dat dit in sterke mate samenhangt met de afstand tot de pensioengerechtigde leeftijd (hoe dichterbij de 65, desto groter de mate van betrokkenheid).

Aanbeveling: Tracht de betrokkenheid van deelnemers verder te stimuleren, met name onder deelnemers op relatief jonge leeftijd.

#### *Pensioenkennis*

Een andere doelstelling van het pensioenfonds is het vergroten van pensioenkennis onder actieven. Het onderzoek uit 2003 toonde aan dat als het om pensioenen gaat het kennisniveau van actieven laag is. Op sommige punten lijkt men meer kennis te hebben opgedaan (een groter aandeel beweert redelijk tot goed op de hoogte te zijn van de financiële situatie van het fonds), op andere punten lijkt het kennisniveau nog steeds beperkt te zijn (kennis omtrent pensioen-uitkering is afgenomen).

Aanbeveling: Al met al mag gesteld worden dat het kennisniveau nog steeds onvoldoende is en er (nog) meer getracht moet worden dit niveau omhoog te krijgen.

#### *Pensioenattitude*

Deelnemers zijn nog altijd vaak (ten onrechte) in de veronderstelling dat zaken automatisch geregeld worden en weten niet dat zij vaak eerst zelf actie moeten ondernemen als er zaken veranderen in hun persoonlijke situatie. Het is aannemelijk dat deze in eerste instantie passieve attitude verandert op het moment dat er daadwerkelijk een van invloed op het pensioen zijnde verandering in de persoonlijke situatie aandient.

Aanbeveling: Tracht deze in eerste instantie passieve houding gewijzigd te krijgen door in de communicatie richting deelnemers op gepaste wijze aandacht te besteden aan hun eigen verantwoordelijkheden in deze.

#### *Algemeen oordeel*

Over het algemeen zijn deelnemers aan het pensioenfonds redelijk tevreden over het pensioenfonds. De mate van tevredenheid ligt op ongeveer hetzelfde niveau als in 2003 het geval was. Destijds scoorde de dienstverlening in zijn geheel een 7.0, nu ligt het gemiddelde rapportcijfer op een 7.1. Postactieven zijn wat meer tevreden (7.3) dan actieven (7.1).



Aanbeveling: Streef naar een hogere gemiddelde waardering (7.5) en kijk op welke onderdelen van de dienstverlening deze verbetering behaald kan worden (zie verderop).

### ***Informatievoorziening***

De informatievoorziening vanuit SPF wordt over het algemeen goed beoordeeld, alle communicatiemiddelen scoren een ruime voldoende. Meer dan de helft van de deelnemers geeft aan de website [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) wel eens geraadpleegd te hebben. Verder zien we dat het Jaarbericht door een groot deel niet gelezen wordt. Met betrekking tot het moment waarop en de frequentie waarmee geïnformeerd wordt, zien we dat de deelnemers aan het pensioenfonds niet allemaal tevreden zijn over het moment waarop en de frequentie waarmee zij over hun pensioen geïnformeerd worden. Zo vindt een kwart dat de pensioeninformatie niet op tijd komt en heeft meer dan de helft wel eens meer behoefte aan informatie over bepaalde onderwerpen met betrekking tot hun pensioen.

Opmerkelijk is dat de communicatiemiddelen zelf gemiddeld met een 7.4 beoordeeld worden, terwijl de begrijpelijkheid van via deze middelen verspreide pensioeninformatie een heel punt lager scoort. Met betrekking tot het streven om deelnemers duidelijke, begrijpelijke en voor alle doelgroepen toegankelijke informatie te verschaffen, lijkt er nog ruimte voor verbetering te zijn. Dit geldt zowel voor hoog als voor laag betrokkenen: laag betrokkenen beoordelen de mate van begrijpelijkheid weliswaar nog minder positief dan hoog betrokkenen, voor beide groepen geldt echter dat de begrijpelijkheid te wensen over laat.

Aanbeveling: We adviseren om in de communicatie nog meer rekening te houden met de ingewikkeldheid van de materie voor de verschillende doelgroepen. De ene groep is in staat informatie op detailniveau tot zich te nemen (hoog betrokkenen), voor anderen (laag betrokkenen) is dit minder geschikt en zal een eenvoudiger, meer op emotionele prikkeling gerichte uitleg ('Jip en Janneke-taal') meer effect opleveren (bijv. concrete voorbeelden van wat er kan gebeuren als je niet op tijd aan je pensioen denkt). Aan de hand van het huidige onderzoek is lastig aan te geven hoe deze gesplitste wijze van communiceren ingekleed zou moeten worden. Aanvullend onderzoek naar welke informatie het best via welke middelen verspreid kan worden, kan wellicht meer inzicht verschaffen.

### ***Contactafhandeling***

Nog een doelstelling uit het communicatiebeleidsplan van het pensioenfonds is het streven naar 1-op-1-contacten. Drie op de tien (ex)werknemers geeft aan de afgelopen twee jaar tenminste éénmaal contact met hun pensioenfonds gehad te hebben. Onder personen die recent in dienst traden, ligt dit aandeel hoger. Ten opzichte van 2003 is het aandeel dat contact had, iets toegenomen. In meer dan tweederde deel van de gevallen vond dit contact telefonisch plaats en kwam het veelal tot stand als gevolg van een doorverwijzing door een personeelsfunctionaris bij hun werkgever.

Het contact met uitvoeringsorganisatie DSM Pension Services (o.a. bereikbaarheid, klantvriendelijkheid) wordt (zeer) positief beoordeeld. Het oordeel over de afhandeling ervan (ligt net onder benchmark) is weliswaar wat positiever dan in 2003, het laat nog altijd ruimte voor verbetering zien: men is minder tevreden over de snelheid waarmee het één en ander afgehandeld wordt en op het inhoudelijk vlak kan ook nog de nodige vooruitgang worden geboekt.

Aanbeveling: Bekijk hoe de vooruitgang die in de contactafhandeling geboekt is, verder uitgebouwd kan worden.

Ongeveer één op de vijf nog werkzame deelnemers heeft het afgelopen jaar contact met een personeelsfunctionaris over pensioenzaken gehad. De afhandeling hiervan wordt met een voldoende (7.2) beoordeeld.

### ***Imago***

Kijken we naar het imago dat SPF onder de deelnemers heeft, dan is dat redelijk positief. Deelnemers zien het fonds als betrouwbaar, professioneel en klantvriendelijk. Wat kritischer is men als het gaat om ‘snelheid reageren’, ‘begrijpelijk informeren’ en ‘persoonlijke benadering’. Het imago van SPF blijkt nog weinig gedifferentieerd te zijn, wat wil zeggen dat er nog sprake van een diffuus beeld is en er nog geen duidelijke imagocomponenten onderscheiden kunnen worden. Iets wat gezien het gegeven dat SPF pas drie jaar bestaat, niet vreemd is.

Aanbeveling: Imago verder uitkristalliseren door te trachten SPF ‘meer smoel te geven’. Een richting waaraan in dit kader gedacht kan worden, is het sterker uitdragen van de componenten die het imago van het pensioenfonds in het algemeen kenmerken: betrouwbaarheid, persoonlijke benadering en organisatie (bijv. snelheid en service). Tevens kan overwogen worden om bij het verder uitbouwen van het imago ook aan te haken bij de kernwaarden die SABIC als organisatie wenst uit te stralen.

### ***Meest bepalende factoren***

Analyse heeft uitgewezen dat de begrijpelijkheid van pensioeninformatie, de frequentie van informeren en het imago het meest van invloed zijn op het algemeen oordeel dat deelnemers van het fonds hebben.

Aanbeveling: Wil het pensioenfonds een hogere mate van klanttevredenheid bereiken, dan zal men onder andere naar een nog hoger niveau van dienstverlening moeten streven. Hierbij zal de afhandeling van contacten (en dan met name de snelheid hiervan) een groot punt van aandacht moeten zijn. Andere ankerpunten voor verbetering liggen op het vlak van persoonlijke benadering en begrijpelijk informeren (zie eerdere aanbeveling) en het imago van SPF op deze punten. Tenslotte zou een hogere frequentie van informatieverbreiding het totaaloordeel ook ten goede kunnen komen. De communicatiedoelstelling om deelnemers proactief over hun persoonlijke pensioensituatie en de financiële status van het fonds te informeren, lijkt bij de behoefte van de deelnemers aan te sluiten.

### ***Doelgroepen***

Van de vier onderscheiden hoofdgroepen blijken postactieven het pensioenfonds het best te beoordelen. Kennelijk is dit de groep die op dit moment het best ‘geserviced’ wordt.



## II. Werkgevers

### *Dienstverlening op maat*

Over het algemeen kan gezegd worden dat de werkgevers tevreden zijn over de dienstverlening en communicatie van DPS/SPF. DPS werkt proactief door zelf ideeën ter verbetering van de service naar voren te brengen. Door de vaste contactpersonen verlopen de contacten soepel en informeel. Toch kan de service soms nog wel wat persoonlijker en klantgerichter. De werkgever zoekt kleine praktische oplossingen die op de grootte van de organisatie zijn afgestemd, terwijl DPS hier niet altijd rekening mee houdt. DPS maakt in hun benadering en oplossingen te weinig onderscheid tussen SABIC en DSM. Maar ook op uitvoerend niveau hebben de werkgevers wel eens het gevoel dat er niet altijd rekening wordt gehouden met de persoonlijke kennis en behoeften van de werkgever. De ene keer wordt de informatie in een te specialistische taal aan de werkgevers overgebracht en de andere keer is de uitleg veel te uitgebreid en te simplistisch.

Aanbeveling: DPS zou via de vaste contactpersonen meer aandacht moeten schenken aan de specifieke wensen van de werkgever. Door eenmaal per jaar afspraken te maken over wat van elkaar verwacht wordt, kan er ingespeeld worden op de behoeften van een kleinere organisatie. Maar ook op het persoonlijke vlak kan zo rekening worden gehouden wat de werkgever wil en zullen de contacten soepeler, sneller en meer oplossingsgericht verlopen. Ook kan er zo beter worden ingespeeld op drukke periodes, omdat de verwachtingen op papier staan en iemand anders van DPS de vaste contactpersoon kan aflossen of bijspringen.

### *Bewustwording werknemer*

Voor het begrip van pensioenen is het volgens de werkgevertegenwoordigers van belang dat de werknemers er bewust mee bezig zijn. Omdat het pensioen voor veel mensen nog ver weg ligt en pensioenen als lastige materie wordt beschouwd, is het moeilijk om werknemers bewust te maken van het feit dat ze op tijd hun pensioen moeten regelen. De werkgever ziet het als taak van DPS advies te geven over hoe werknemers het beste benaderd kunnen worden over pensioenzaken door de werkgever en het pensioenfonds. En daarnaast in heldere en ‘populaire’ taal werknemers te informeren over hun persoonlijke pensioen en algemene veranderingen in pensioenzaken.

Aanbeveling: De opleidingssessies, waar de werkgever overigens zeer enthousiast over is, zouden ook kunnen dienen om de werkgever te adviseren over hoe men werknemers kan aansporen om over hun pensioen na te denken. DPS kan via de communicatiemiddelen het besef bij de werknemers om op tijd het pensioen te regelen stimuleren door praktische voorbeelden of verhalen uit de realiteit in de brochures en op de internetsite te verwerken. Het inzetten van een rekentool kan er voor zorgen dat werknemers zelf gaan uitrekenen wat ze in de toekomst van hun pensioen kunnen verwachten, waardoor de interesse kan toenemen in het eigen pensioen. Het zou een mooi instrument zijn om werknemers op een speelse en toegankelijke manier te laten bezig zijn met hun pensioen. Er moet dan ook gestreefd worden naar een gebruiksvriendelijk rekeninstrument.

### *Duidelijke communicatielijnen*

Voor het uitvoerende niveau is het niet altijd duidelijk bij de werkgever bij wie hij of zij moet zijn bij bepaalde vragen. Vooral als de vaste contactpersoon niet aanwezig is dan is men wel eens het spoor bijster. Ook wanneer werknemers vragen hebben blijkt het moeilijk te zijn een keuze te maken tussen de werkgever of DPS als hulpbron.



Aanbeveling: Het opzetten van een communicatiekaart waar duidelijk aangegeven wordt bij wie de werkgever moet aankloppen bij bepaalde kwesties. Voor de werknemer kan er gedacht worden aan een klein kaartje met daarop een soort wegwijzer waar hij of zij terecht kan met bepaalde vragen en wie waar verantwoordelijk voor is.

### ***Algemene beschouwing***

Op basis van de resultaten van het onderzoek ontstaat het beeld dat werknemers van SABIC de beleving hebben dat, net als vroeger, de werkgever verantwoordelijk voor hun pensioen is. Het pensioenbewustzijn ligt nog niet op het niveau waarop je het zou willen hebben. Het verwachtingspatroon aan de kant van de werknemer zal meer beïnvloed moeten worden: er zal meer concreet moeten worden aangegeven wat men van wie mag verwachten: tot welk niveau gaat de verantwoordelijkheid van de werkgever, het pensioenfonds en de werknemer als individu?

Een ander aspect dat als een rode draad door de resultaten heen loopt, is het begrijpelijkheidsaspect. De complexiteit van het onderwerp pensioenen lijkt voor velen een enigszins afschrikkende werking te hebben. Werknemers, en dan met name de relatief jongere, zijn waarschijnlijk niet voldoende gemotiveerd om op eigen initiatief naar informatie op zoek gaan. In dit kader zal een barrière geslecht dienen te worden. Eén van de manieren om die barrière te slechten is door werknemers met concrete voorbeelden nog explicieter te laten zien welke consequenties het niet nadenken over hun pensioensituatie zoal kan hebben.





## Deel I: Werknemers

### 0. Inleiding

Binnen dit onderzoek staan centraal personen die zijn aangesloten bij het pensioenfonds. Van 24 juli tot en met 11 augustus 2006 hebben 233 klanten aan het telefonisch klanttevredenheids-onderzoek deelgenomen. De resultaten hiervan worden in dit deel beschreven.

De deelnemers aan het pensioenfonds kunnen in vier hoofdgroepen worden onderverdeeld:

- *actieven* (op dit moment voor SABIC werkzaam);
- *gepensioneerden* (oud-werknemers van SABIC die ouderdomspensioen ontvangen) en *nabestaanden* (partners van inmiddels overleden oud-werknemers van SABIC die nabestaandenpensioen ontvangen);
- *postactieven* (oud-werknemers van SABIC die de pensioengerechtigde leeftijd nog niet bereikt hebben en nu bijvoorbeeld prepensioen of arbeidsongeschiktheids-pensioen ontvangen);
- *slapers* (oud-werknemers van SABIC die nu ergens anders werkzaam zijn).

In het onderzoek zijn alle vier de hierboven beschreven groepen betrokken. Om ook de *meest recente ervaringen* goed in kaart te kunnen brengen, is binnen de groepen actieven een onderscheid gemaakt tussen diegenen die recent, vanaf 1 januari 2005, voor het eerst als ‘nieuweling’ tot deze groep zijn gaan behoren en de overige deelnemers. Tabel 1 geeft een overzicht van het complete steekproefmodel, waarin zowel de aantallen gerealiseerde gesprekken als ook de populatieaantallen<sup>1</sup> zijn opgenomen.

Tabel 1: Steekproefmodel

	Steekproef		Populatie	
	abs.	%	abs.	%
1. actieven - recent in dienst	50	22	268	14
2. actieven - eerder in dienst	101	43	1.516	77
3. gepensioneerden en nabestaanden	12	5	23	1
4. postactieven	51	22	88	4
5. slapers	19	8	69	4
	233		1.964	

Teneinde verantwoorde uitspraken over de gehele onderzoekspopulatie van (ex)werknemers mogelijk te maken, is op de uitkomsten van het onderzoek een weging tevens projectie doorgevoerd. De 233 respondenten die aan het onderzoek hebben deelgenomen zijn gewogen op basis van de populatieaantallen zoals die in tabel 1 staan weergegeven. Dit betekent dat de in het rapport vermelde totaalcijfers grotendeels (voor 91%) bepaald worden door de groep actieven (de groep die in 2003 ook aan het onderzoek heeft deelgenomen). De cijfers die in het verdere verloop van dit rapport vermeld staan, zijn de cijfers nadat deze weging heeft plaatsgehad. Ons inziens is er geen aanleiding te veronderstellen dat de steekproef, die de basis vormt van het onderzoek, niet representatief zou zijn voor het totaal van de gehele populatie. Kijken we naar de vier groepen afzonderlijk dan geldt dat, gelet op de beperkte steekproefomvang, de cijfers met betrekking tot de groepen ‘gepensioneerden/ nabestaanden’ (n=12) en ‘slapers’ (n=19) niet

<sup>1</sup> Populatieaantallen o.b.v. door opdrachtgever aangeleverde adressenbestanden (buiten Nederland woonachtige deelnemers zijn buiten beschouwing gelaten).



representatief zijn en louter als indicatief geïnterpreteerd mogen worden. De cijfers zullen in het verdere verloop van dit rapport wel staan weergegeven, maar er zullen geen conclusies aan worden verbonden.

Het profiel van de deelnemers aan het onderzoek ziet er als volgt uit:

- 89% is man;
- de gemiddelde leeftijd ligt op 49 jaar (16% is 40 jaar of jonger, 35% 40 tot 50 jaar, 36% 50 tot 60 jaar en 13% 60 jaar of ouder);
- 5% heeft een lagere opleiding genoten, 53% een middelbare opleiding en 41% heeft een hogere opleiding genoten;
- 72% werkt al langer dan 20 jaar bij SABIC/DSM of heeft er langer dan 20 jaar gewerkt;
- van de ondervraagde actieven werkt 90% fulltime en heeft 32% ook elders dan bij SABIC pensioenrechten opgebouwd.

Voor een goede interpretatie van de resultaten zoals gepresenteerd in dit rapport is het verder van belang om van de volgende punten kennis te nemen:

- rapportcijfers variëren in de regel tussen ca. 6 als minimum en 8 als maximum. Een score tussen 7,5 en 8 moet daarom worden gezien als een goede tot uitstekende beoordeling, ligt de score tussen 7 en 7,5 dan is er sprake van een redelijk tot goede beoordeling, tussen 7 en 6,5 is er sprake van een redelijk tot voldoende score, onder de 6,5 is de score matig tot slecht;
- het kan voorkomen dat de percentages zoals gepresenteerd in de tabellen en grafieken niet tot 100% optellen. Dit komt doordat de percentages afgerond zijn of doordat de categorieën “weet niet”, “onbekend” of “n.v.t.” niet zijn opgenomen;
- onder de tabellen, waarin tenzij anders vermeld uitkomsten steeds in hele procenten staan weergegeven, staat achter “n=” de steekproefomvang waarop de percentages gebaseerd zijn. Met behulp van dat steekproefaantal kunnen de statistische marges waarbinnen de uitkomsten vallen berekend worden (zie bijlage 1);
- naast de totaalcijfers worden in dit rapport de verschillen tussen de vier onderscheiden hoofdgroepen (actieven, gepensioneerden/nabestaanden, postactieven en slapers) beschreven en wordt bekeken in welke mate de huidige resultaten afwijken van die uit 2003. De vergelijking met 2003 kan uitsluitend voor de groep actieven gemaakt worden, omdat er destijds nog geen sprake van gepensioneerden/nabestaanden, postactieven en slapers was. Indien statistisch significant en inhoudelijk betekenisvol worden tevens verschillen vermeld tussen recente en eerder opgedane ervaringen met DPS.

In hoofdstuk 1 van deel I wordt de mate van pensioenkennis onder (ex)werknemers van SABIC bekeken. Hoofdstuk 2 gaat over de informatievoorziening vanuit het pensioenfonds en de communicatiemiddelen die hiervoor worden ingezet. In het derde hoofdstuk staat de beoordeling van de contactafhandeling centraal en hoofdstuk geeft een beeld van het imago van het pensioenfonds onder de deelnemers. Deel I eindigt met een hoofdstuk omtrent het overall oordeel over de dienstverlening in zijn geheel en de factoren die hierop van invloed zijn.



## 1. Pensioenkennis

In dit hoofdstuk zal bekeken worden in hoeverre de respondenten betrokken zijn bij hun pensioen en of ze op de hoogte zijn van pensioenen in het algemeen en de eigen pensioensituatie in het bijzonder.

### 1.1. Betrokkenheid bij pensioen

Om een beeld te krijgen van de mate waarin (ex)werknemers zich bij hun pensioen betrokken voelen, is hen de volgende drie vragen voorgelegd:

- “In welke mate houdt uw pensioenvoorziening u op dit moment bezig?”;
- “In welke mate bent u geïnteresseerd in pensioenzaken”;
- “Bent u op dit moment actief op zoek naar informatie over pensioenen?”.

Tabel 2: Betrokkenheid bij pensioenvoorziening (%)

	actieven	gepensioneerden/ nabestaanden	post- actieven	slapers	TOTAAL	2003
- enigszins/ in sterke mate met pensioen bezig	72	58	80	47	72	68
- enigszins/ in sterke mate geïnteresseerd in pensioenzaken	82	75	92	74	82	--
- actief op zoek naar pensioen-informatie	22	0	24	5	22	--
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233</b>	<b>102)</b>

De eerste vraag omtrent de mate waarin men met hun pensioenvoorziening bezig is, is in 2003 ook al gesteld en de conclusie luidt hetzelfde: ca. zeven op de tien (ex)werknemers zegt enigszins of in sterke mate bezig te zijn met haar of zijn pensioen, waarbij met name actieven en postactieven er in positieve zin uitspringen. Ook met betrekking tot de twee (nieuwe) vragen zien we een (relatief) grotere betrokkenheid bij actieven en met name postactieven.

Nadere analyse wijst verder uit dat:

- recente actieven niet beduidend meer betrokkenheid bij hun pensioen tonen dan actieven die reeds langere tijd bij SABIC in dienst zijn;
- de mate van betrokkenheid met de pensioenvoorziening hangt in sterke mate samen met de mate waarin de pensioengerechtigde leeftijd benaderd is. Onder personen jonger dan 40 jaar geeft 49% aan enigszins of in sterke mate met het pensioen bezig te zijn, onder de categorie '40 tot 50 jaar' ligt dit op 74% en binnen de '50- tot 60-jarigen' stijgt dit tot 81%. Van degenen vlak voor de pensioengerechtigde leeftijd (60 tot 63 jaar) geeft 76% aan dat het pensioen hen bezighoudt. Dat daalt als men eenmaal met pensioen is gegaan (46% bij personen van '63 jaar en ouder').



### 1.2. Kennis van pensioenaangelegenheden

Teneinde de mate van kennis van pensioenaangelegenheden in kaart te brengen, is de respondenten onder andere gevraagd of zij weten dat het pensioenfonds de uitvoering van de pensioenregelingen heeft ondergebracht bij DSM Pension Services en in hoeverre zij op de hoogte zijn van de financiële situatie van het pensioenfonds. Actieven en slapers is tevens gevraagd of zij weten op welke leeftijd hun ouderdomspensioen ingaat.

Tabel 3: Kennis van pensioenaangelegenheden (%)

	actieven	gepensioneerden/ nabestaanden	post- actieven	slapers	TOTAAL	2003
- bekend met DPS als uitvoerder	84	92	92	84	84	--
- redelijk tot goed op hoogte financiële situatie fonds	57	67	63	47	57	44
- pensioen-gerechtigde leeftijd is 65 jaar	81	--	--	74	81	83
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233</b>	<b>102)</b>

Het gros van de ondervraagden is bekend met het gegeven dat het pensioenfonds de uitvoering van de pensioenregelingen bij DPS heeft ondergebracht. Onder postactieven is dit gegeven relatief wat meer bekend dan onder actieven. Zes op de tien ondervraagden beweert redelijk tot (zeer) goed op de hoogte te zijn van de financiële situatie van het pensioenfonds. Verder weet acht van de tien actieven dat hun ouderdomspensioen vanaf hun 65<sup>e</sup> levensjaar ingaat.

Andere opvallende verschillen m.b.t. de kennis van pensioenaangelegenheden is dat:

- recente actieven minder goed op de hoogte van de financiële situatie van hun pensioenfonds zeggen te zijn (40% redelijk tot goed op de hoogte) dan personen die eerder, voor 1 januari 2005, bij SABIC in dienst zijn (60%);
- ten opzichte van drie jaar geleden een groter aandeel (ex)werknemers aangeeft redelijk tot goed op de hoogte van de financiële situatie van het pensioenfonds te zijn (57% nu versus 44% in 2003).

Om meer informatie omtrent de hoogte van het pensioenbewustzijn te verzamelen, is het nog werkzame deel van de onderzoekspopulatie (actieven en slapers) gevraagd om voor een aantal gebeurtenissen en situaties, die van invloed op de hoogte van de uiteindelijke pensioenuitkering kunnen zijn, aan te geven of zij dachten zelf actie te moeten ondernemen om hun pensioen op peil te houden of dat dit volgens hen automatisch door de werkgever of het pensioenfonds geregeld wordt. In tabel 4 staan de antwoorden op deze vraag samengevat.



Tabel 4: Pensioenattitude: zelf actie ondernemen of automatisch geregeld? (%)

	actieven			slapers			TOTAAL		
	zelf actie	automa-tisch	weet niet	zelf actie	automa-tisch	weet niet	zelf actie	automa-tisch	weet niet
- eerder stoppen met werken	87	10	3	100	0	0	89	10	3
- nieuwe baan	71	16	13	58	37	5	71	17	12
- minder dan 40 jaar gewerkt	64	23	13	84	16	0	64	23	13
- echtscheiding	59	18	24	84	11	5	60	17	23
- tijd in het buitenland doorgebracht	54	21	25	90	0	11	56	20	24
- parttime werken	55	33	12	63	16	21	56	33	12
- trouwen	46	35	19	47	47	5	46	36	18
- in de WAO terechtkomen	41	38	22	47	42	11	41	38	21
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>151</b>	<b>151</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>170</b>	<b>170</b>	<b>170)</b>

In werkelijkheid is het zo dat uitsluitend wanneer men gaat trouwen de zaken automatisch geregeld worden. Bijna de helft blijkt dit te weten, ruim eenderde deel denkt in dit geval zelf actie te moeten ondernemen. Voor alle andere bovenstaande situaties geldt dat men eerst zelf actie moet ondernemen. In het geval van ‘eerder stoppen met werken’ en ‘een nieuwe baan’ lijkt het grootste deel van de ondervraagden hier ook daadwerkelijk van op de hoogte te zijn. Voor de meeste situaties (‘echtscheiding’, ‘minder dan 40 jaar gewerkt’, ‘tijd in buitenland doorgebracht’, ‘parttime werken’ en ‘in de WAO terecht komen’) geldt echter dat minimaal eenderde deel of in de veronderstelling is dat het automatisch geregeld wordt of het gewoonweg niet weet.

Onder personen die recent (na 1 januari 2005) in dienst zijn getreden, is de kennis met betrekking tot het veelal zelf moeten ondernemen van actie wanneer er zich veranderingen in de persoonlijke situatie voordoen, overigens wat groter dan bij werknemers die reeds langer bij SABIC in dienst zijn.

Al met al blijken actieven in het geval van veranderingen in hun persoonlijke situatie nog erg vaak (ten onrechte) in de veronderstelling dat zaken met betrekking tot hun pensioen automatisch door de werkgever of pensioenfonds geregeld worden, een conclusie die drie jaar geleden ook al gold. Het aandeel dat ervan op de hoogte is dat men vaak zelf actie dient te ondernemen, is in veel gevallen nog kleiner geworden. Het aandeel dat niet weet wat te doen, is gestegen. Met name in het geval van ‘parttime werken’ en ‘in de WAO terecht komen’ is het aandeel actieven dat weet dat zij zelf actie moeten ondernemen sterk afgenomen (met respectievelijk -18% en -12%). Een voorbeeld van een situatie waar dit aandeel is toegenomen, is ‘trouwen’ (+7%), de enige situatie waarbij alles juist automatisch wordt geregeld.



Hierbij dient nog te worden opgemerkt dat het hierboven het primaire gevoel van deelnemers betreft. Het is aannemelijk dat de in eerste instantie passieve attitude verandert op het moment dat er daadwerkelijk een van invloed op het pensioen zijnde verandering in de persoonlijke situatie aandient.

De laatste check van de mate van pensioenkennis had betrekking op de hoogte van de pensioenuitkering. Voor een drietal verschillende situaties (nu stoppen met werken, overlijden of arbeidsongeschikt worden) is gevraagd of men denkt precies op de hoogte van de uitkering zou zijn.

Tabel 5: Kennis van pensioenuitkering (% '(helemaal) mee eens')

	actieven	gepensioneerden / nabestaanden	post-actieven	slapers	TOTAAL	2003
- als ik nu stop met werken, weet ik precies wat ik aan pensioen krijg	44	--	--	53	44	52
- als ik morgen overlijd, weet ik wat nabestaanden aan geld krijgen	56	71	77	63	57	70
- als ik morgen arbeidsongeschikt wordt, weet ik hoe hoog uitkering is	17	--	--	26	18	26
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>var.</b>	<b>var.)</b>

Vier van de tien van de ondervraagden weet wat zij aan pensioen ontvangen wanneer men nu zou stoppen met werken, ruim de helft weet wat hun nabestaanden zouden ontvangen als zij zouden komen te overlijden en een vijfde deel weet hoe hoog hun uitkering is als zij morgen arbeidsongeschikt zouden worden. Wanneer we de cijfers met betrekking tot de kennis van pensioenuitkering verder uitdiepen, zien we dat actieven beduidend minder goed op de hoogte zijn dan drie jaar geleden het geval was. Dat kan te maken hebben met het feit dat de pensioenregeling sinds 2006 gewijzigd is en actieven recent met verschillende nieuwe overgangsbepalingen geconfronteerd zijn. De complexiteit voor de werknemers is hierdoor alleen maar toegenomen.

## 2. Informatievoorziening

Hoofdstuk 2 gaat over de informatievoorziening met betrekking tot pensioenaangelegenheden richting (ex)werknemers van SABIC en de communicatiemiddelen die hiervoor worden ingezet.

### 2.1. Bereik communicatiemiddelen

Om (ex)werknemers te informeren over pensioenzaken worden verschillende communicatiemiddelen gebruikt. Via uitvoeringsinstantie DSM Pension Services worden de volgende publicaties verspreid:

- jaarlijks pensioenoverzicht (voor actieven en postactieven);
- maandelijkse pensioenspecificatie (voor gepensioneerden, nabestaanden en postactieven);
- het Jaarbericht (voor actieven, gepensioneerden, nabestaanden en postactieven).

Daarnaast kunnen alle (ex)werknemers voor meer informatie terecht op de website [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl). Hier worden bijvoorbeeld ook voor iedereen toegankelijke pensioenspecials over nieuwe pensioenregelingen gepubliceerd. Tabel 6 laat het bereik (het aandeel dat er ook daadwerkelijk mee in aanraking komt) voor elk communicatiemiddel zien.

Tabel 6: Bereik communicatiemiddelen (%)

	actieven	gepensioneerden / nabestaanden	post-actieven	slapers	TOTAAL	2003
- jaarlijks pensioenoverzicht	80	--	77	--	80	89
- maandelijkse specificatie	--	75	59	--	62	--
- website	60	17	28	42	57	--
- pensioenspecials	61	17	12	11	56	53
- het Jaarbericht	48	8	33	--	46	--
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>var.</b>	<b>var.)</b>

Het *jaarlijks pensioenoverzicht* wordt door 80% van de ondervraagde actieven en postactieven wel eens gelezen. Ten opzichte van drie jaar geleden is het aandeel actieven dat het jaarlijks pensioenoverzicht leest afgenomen (-9%).

De *maandelijkse pensioenspecificatie* wordt door driekwart van de gepensioneerden en nabestaanden gelezen. Onder postactieven ligt het bereik lager, wat met name veroorzaakt wordt door het gegeven dat 33% van hen aangeeft geen maandelijkse specificatie te ontvangen. Een deel van de postactieven blijkt deze ook daadwerkelijk niet te ontvangen. Daarom hebben we het bereik van de maandelijkse specificatie ook nog een keer uitgedrukt op de postactieven die aangeven het ook daadwerkelijk te ontvangen: 88% (7% hoger dan onder gepensioneerden/ nabestaanden die aangeven het te ontvangen).

De *website* [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) wordt door 57% van alle (ex)werknemers bezocht. Personen die recent in dienst getreden zijn, blijken de website het meest te raadplegen (74%). Gepensioneerden, nabestaanden en postactieven bezoeken [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) niet of nauwelijks. Van de personen die de website van het pensioenfonds wel eens bezoeken (n=119), zegt een kwart er zelf naar gezocht te hebben en nog eens een kwart geeft aan er via intranet



terecht gekomen te zijn. Andere manieren waarop men bij [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) terecht gekomen is, zijn ‘via de pensioenspecial SABIC’ (12%), ‘via de website van SABIC’ (11%) en ‘getipt door iemand anders’ (11%). Tweederde deel van de bezoekers bleek bij het raadplegen van [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) naar specifieke informatie op zoek te zijn:

- informatie over mijn pensioenregeling	18%
- algemene informatie over SABIC	17%
- informatie over veranderingen met gevolgen voor mijn pensioen	15%
- andere informatie	9%
- specials over de nieuwe pensioenregeling	8%

Kijken we naar de via [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) gepubliceerde *pensioenspecials* over de nieuwe pensioenwetgeving, dan zien we onder actieven een beduidend hoger bereik dan onder de andere groepen. Over alle groepen heen blijkt 56% met deze specials in aanraking te komen. Gelet op het gegeven dat 57% aangeeft de website wel eens te raadplegen, lijkt het erop dat elke bezoeker de digitale pensioenspecials leest. Dit blijkt echter niet helemaal op te gaan in de zin dat een deel van de 56% personen betreft die aangaven [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) nooit bezocht te hebben. Voor hen was dus waarschijnlijk niet helemaal duidelijk dat het de op [www.spf-pensioenen.nl](http://www.spf-pensioenen.nl) gepubliceerde specials betrof.

In het *Jaarbericht* wordt onder andere verslag uitgebracht van gebeurtenissen en resultaten van het pensioenfonds in het voorgaande jaar. Het blad wordt niet fysiek toegezonden maar in digitale vorm op het intranet aangeboden. Iets minder dan de helft van de (ex)werknemers geeft aan deze uitgave wel eens gelezen te hebben. Onder gepensioneerden/ nabestaanden ligt het bereik beduidend lager, wat met name te maken heeft met het gegeven dat het gros (92%) zich het Jaarbericht niet kan herinneren. Dit is niet vreemd aangezien deze groep niet of nauwelijks meer met het intranet in aanraking komt en dus ook niet meer ‘getriggered’ wordt om een (nieuwe) uitgave te gaan bekijken. Onder recente actieven scoort het Jaarbericht het hoogste bereik (50%).

## 2.2. *Beoordeling communicatiemiddelen*

De respondenten die aangaven wel eens van een communicatiemiddel gebruik te maken, is tevens verzocht om het middels een rapportcijfer te beoordelen.

Tabel 7: *Oordeel communicatiemiddelen (gemiddelde rapportcijfers)<sup>2</sup>*

	TOTAAL	2003
- jaarlijks pensioenoverzicht	7.4	7.4
- maandelijkse specificatie	7.7	--
- website	7.3	--
- pensioenspecials	7.3	7.1
- het Jaarbericht	7.4	--
<b>(n=</b>	<b>var.</b>	<b>var.)</b>

<sup>2</sup> Vanwege lage steekproefaantallen bij niet-actieven is een nadere uitsplitsing zinloos.



Tabel 7 laat zien dat de gebruikers over het algemeen tevreden over de verschillende communicatiemiddelen blijken te zijn, getuige de gemiddelde rapportcijfers die allemaal (ruim) boven de 7 liggen. De maandelijkse pensioenspecificatie voor gepensioneerden, nabestaanden en postactieven wordt het best beoordeeld.

Wanneer de respondenten gevraagd wordt een oordeel te geven over de *begrijpelijkheid* van de via de verschillende communicatiemiddelen verspreide informatie, dan zien we het volgende:

*Tabel 8: Oordeel begrijpelijkheid pensioeninformatie (gemiddelde rapportcijfers)*

	<b>actieven</b>	<b>gepensioneerden / nabestaanden</b>	<b>post-actieven</b>	<b>slapers</b>	<b>TOTAAL</b>	<b>2003</b>
- begrijpelijkheid	6.4	7.1	7.1	7.1	6.4	6.6
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233</b>	<b>96)</b>

Tabel 8 laat een matig tot slechte score zien onder actieven als het om de begrijpelijkheid van de via de eerder behandelde communicatiemiddelen verspreide pensioeninformatie gaat. Het gemiddelde rapportcijfer van 6.4 dat actieven op dit punt geven, is lager dan in 2003 (wellicht mede als gevolg van de recent ingevoerde (complexe) nieuwe pensioenwet) en ligt dus nog steeds ver onder de scores voor de afzonderlijke communicatiemiddelen zelf. Kennelijk blijft er bij de deelnemers, ondanks een positief oordeel over ieder communicatiemiddel op zichzelf, een zweem van onbegrijpelijkheid van de communicatie hangen. Dat geldt overigens meer voor actieven die voor 1 januari 2005 in dienst waren (6.3) dan voor recent bij SABIC in dienst getreden actieven (6.7).

Nadere analyse wijst uit dat de begrijpelijkheid niet alleen voor lager opgeleiden (6.6) een probleem vormt. Ook middelbaar en hoger geschoolden geven in dit kader een cijfer dan beneden de 7 ligt (respectievelijk 6.3 en 6.7).

Volgens de communicatietheorie dienen hoog betrokkenen bij een bepaald onderwerp anders geïnformeerd te worden dan personen met een lage betrokkenheid. Hoog betrokkenen zijn meer in staat op een rationele wijze veel en complexe informatie te verwerken, terwijl voor laag betrokkenen geldt dat de verschaft informatie aan een bepaalde emotie moet appelleren wil er verwerking plaatsvinden. Met dit in het achterhoofd is er op basis van de drie eerder behandelde betrokkenheidsaspecten (zie tabel 3) een variabele geconstrueerd die aangeeft of iemand hoog dan wel laag betrokken is. Voor beide groepen is gekeken hoe zij de begrijpelijkheid van de informatievoorziening vanuit het pensioenfonds beoordelen. Hieruit kwam naar voren dat hoog betrokkenen de mate van begrijpelijkheid beter beoordelen (6.7) dan laag betrokkenen (6.2). Bij beide groepen vinden we echter een cijfer dat onder de 7 ligt, wat betekent dat de begrijpelijkheid van de informatie op beide niveaus te wensen over laat.

### **2.3. Moment en frequentie van informeren**

Om een idee te krijgen van wat de deelnemers vinden van het moment waarop en de frequentie waarmee zij door het pensioenfonds geïnformeerd worden, is hen de volgende vragen voorgelegd:

- “Komt de informatie die u van uw pensioenfonds ontvangt over uw pensioen naar uw mening te vroeg, precies op tijd of te laat?”;
- “Vindt u dat uw pensioenfonds u niet of nauwelijks, relatief weinig, voldoende of veel informatie toestuurt over uw pensioensituatie?”;



- “Wat vindt u van het aantal keren dat u informatie krijgt van uw pensioenfonds?”;
- “Hoe vaak komt het voor dat u meer informatie zou willen krijgen over bepaalde onderwerpen m.b.t. uw pensioen?”.

De antwoorden op deze vragen worden in tabel 9 uiteen gezet.

Tabel 9: Oordeel over informeermoment en -frequentie (%)

	actieven	gepensioneerden / nabestaanden	post-actieven	slapers	TOTAAL	2003
- pensioen-informatie komt precies op tijd	75	75	71	74	75	74
- pensioenfonds stuurt mij voldoende informatie	62	75	71	63	63	76
- pensioenfonds informeert mij te weinig	21	33	29	37	22	24
- wel eens behoefte aan meer pensioen-informatie	57	17	55	47	56	43
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233</b>	<b>102)</b>

Op basis van de cijfers uit tabel 9 mag geconcludeerd worden dat de deelnemers aan het pensioenfonds niet allemaal tevreden zijn over het moment waarop en de frequentie waarmee zij over hun pensioen geïnformeerd worden. Zo vindt een kwart dat de pensioeninformatie niet op tijd komt en heeft meer dan de helft wel eens meer behoefte aan informatie over bepaalde onderwerpen met betrekking tot hun pensioen. Tabel 9 wijst verder uit dat in vergelijking met 2003 het oordeel over de informeerfrequentie minder positief geworden is: het aandeel deelnemers dat vindt dat het pensioenfonds *voldoende* informatie stuurt is gedaald (-13%). In lijn hiermee is het aandeel dat wel eens behoefte aan meer informatie heeft, gestegen (+13%).

Op de vraag aan welke pensioeninformatie men (eventueel meer) behoefte heeft, blijft 39% een antwoord verschuldigd. De meest voorkomende antwoorden in deze zijn:

- beëindiging dienstverband/ eerder stoppen/ prépensioen 11%
- actuele pensioeninformatie/ eigen situatie (m.n. actieven) 11%
- hoogte van het pensioen/ hoogte pensioenuitkering 11%
- de nieuwe wetgeving/ regeringsbesluiten van invloed op pensioen 7%
- duidelijkheid/ duidelijker zijn 5%
- hoe pensioen aanvullen/ bijkomend verzekeren (m.n. actieven) 5%.

De wijze waarop het pensioenfonds hen hierover zou moeten informeren, is bij voorkeur schriftelijk. Bijna helft (46%) van de respondenten die aangaven meer informatie te willen ontvangen, gaf aan dit het liefst middels een brief te ontvangen. Eén op de drie deelnemers (31%) wenst de informatie digitaal (via email of website) te ontvangen, een kwart geeft de voorkeur aan een persoonlijk gesprek en 14% kiest voor brochures of flyers. Het aandeel dat de pensioeninformatie graag telefonisch ontvangt is lager dan 1%.

### 3. Contactafhandeling

In dit hoofdstuk staat de contactafhandeling centraal. In welke mate zoeken (ex)werknemers contact met uitvoeringsinstantie DPS of met SABIC zelf, waarover gaat dit contact, op welke wijze komt het tot stand en hoe tevreden is men over de afhandeling ervan.

#### 3.1. Mate van contact

“Hoe vaak heeft u de afgelopen 2 jaar zelf rechtstreeks dan wel via SABIC contact gehad met DSM Pension Services?”

Tabel 10: Contactfrequentie met DPS in afgelopen 2 jaar (%)

	actieven	gepensioneerden / nabestaanden	post-actieven	slapers	TOTAAL	2003
- helemaal niet	72	67	31	79	70	79
- 1 à 2 keer	18	17	41	16	19	16
- 3 keer of meer	10	17	26	5	11	5
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233</b>	<b>102)</b>

Drie op de tien (ex)werknemers van SABIC heeft in de afgelopen twee jaar contact met DPS gehad. Postactieven (67%) hebben duidelijk het meeste contact met DPS gehad. Nadere analyse wijst uit dat personen die na 1 januari 2005 bij SABIC in dienst zijn getreden meer contact gehad hebben (44%) dan actieven die al eerder in dienst waren (26%). Ten opzichte van 2003 is het aandeel dat in de afgelopen twee jaar contact had met DPS met 9% gestegen.

Degenen die de afgelopen twee jaar tenminste éénmaal contact met DPS hadden (n=91), is ook naar een omschrijving van de reden van het laatste contact gevraagd. De vijf meeste voorkomende redenen om contact met DPS te zoeken, waren:

- pps/ prépensioen/ VUT/ WAO/ ziekenfonds 20%
- achterstand/ breuk (m.n. actieven) 10%
- (pensioen)overdracht/ overschrijving 10%
- overgang naar andere afdeling of unit (m.n. actieven) 10%
- (hoogte van) uitbetaling/ pensioenuitkering 8%.

Telefonisch is nog steeds de meest voorkomende manier waarop er contact wordt opgenomen, zo valt uit tabel 11 af te lezen.

Tabel 11: Wijze van laatste contact (%)<sup>3</sup>

	actieven	post-actieven	TOTAAL	2003
- telefonisch	72	77	71	67
- briefwisseling	7	14	9	0
- via website/ email	11	6	11	0
- persoonlijk gesprek	1	0	1	24
- contact via eigen werkgever	9	3	9	10
<b>(n=</b>	<b>48</b>	<b>35</b>	<b>91</b>	<b>21)</b>

<sup>3</sup> De groepen gepensioneerden/ nabestaanden en slapers zijn vanwege lage steekproef aantallen buiten beschouwing gelaten.



In het merendeel van de gevallen had het laatste contact via de telefoon plaats. De rest van de contacten was of via internet/email, schriftelijk of na contact met een personeelsfunctionaris bij de eigen werkgever. Ten opzichte van 2003 is het aandeel wiens laatste contact middels een persoonlijk gesprek plaats had, sterk gedaald (-23%)<sup>4</sup>. Van degenen die telefonisch contact met DPS hadden, geeft 38% aan de telefonische *Service Desk* aan de lijn te hebben gehad, 55% had een andere functionaris van DPS aan de lijn en 7% kon zich dit niet meer herinneren.

De respondenten die de afgelopen twee jaar contact met DPS hadden, is ook nog gevraagd hoe zij bij DPS terechtgekomen zijn.

Tabel 12: Wijze van laatste contact (%)

	actieven	post-actieven	TOTAAL	2003
- doorverwijzing door P&O/ HRM	37	34	38	43
- zelf contact gezocht	33	37	33	29
- reactie op publicatie SABIC	10	6	9	5
- via website SABIC/ SPF	9	3	8	--
- DPS heeft zelf contact gezocht	3	3	3	10
- via website DPS	0	9	1	0
<b>(n=</b>	<b>48</b>	<b>35</b>	<b>91</b>	<b>21)</b>

Net als drie jaar geleden is het grootste deel na een doorverwijzing door een personeelsfunctionaris bij hun werkgever bij DPS terecht gekomen. Eenderde deel geeft aan zelf contact met DPS gezocht te hebben

### 3.2. Oordeel contact(afhandeling)

De deelnemers die de afgelopen twee jaar contact met DPS hadden (n=91) is gevraagd om dit contact op een aantal verschillende aspecten te beoordelen, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen het contact zelf en de uiteindelijke afhandeling door DPS. In tabel 13 staat het oordeel over het contact zelf weergegeven.

Tabel 13: Oordeel contact met DPS (gemiddelde rapportcijfers)

	actieven	post-actieven	TOTAAL	2003
- telefonische bereikbaarheid	7.7	7.8	7.8	7.4
- betrokkenheid	7.6	7.8	7.6	6.6
- klantvriendelijkheid	7.7	8.1	7.8	7.2
<b>(n=</b>	<b>48</b>	<b>35</b>	<b>91</b>	<b>21)</b>

Het contact met DPS wordt (zeer) goed beoordeeld. Zowel de bereikbaarheid, de betrokkenheid en de klantvriendelijkheid scoren (ruim) boven een 7.5. Postactieven zijn in hun oordeel nog positiever dan actieven. Vergelijken we de rapportcijfers met die van drie jaar geleden dan zien we dat het oordeel over het contact met DPS zelf op alle punten, maar met name op betrokkenheid (+1.0), verbeterd lijkt te zijn.

<sup>4</sup> De overgang van DSM naar SABIC is met veel persoonlijke gesprekken met werknemers gepaard gegaan. Ten tijde van het in 2003 uitgevoerde onderzoek had deze overgang net plaatsgehad, wat het hoge aandeel laatste contacten via persoonlijke gesprekken verklaart.



Zoals gezegd, is degenen die de afgelopen twee jaar contact met DPS hadden ook nog naar hun waardering voor de afhandeling door DPS c.q. het gegeven advies gevraagd.

Tabel 14: Oordeel afhandeling door DPS (gemiddelde rapportcijfers)

	actieven	post-actieven	TOTAAL	2003
- snelheid	6.8	7.4	6.9	6.6
- deskundigheid	7.3	7.8	7.4	7.0
- inhoudelijk	7.0	7.5	7.1	7.0
(n=)	48	35	91	21

Ook de uiteindelijke afhandeling door DPS wordt over het algemeen redelijk tot goed beoordeeld. Alleen op het aspect snelheid wordt onder de 7 gescoord. Net als bij het oordeel over het contact zelf blijkt ook bij de uiteindelijke afhandeling te gelden dat postactieven het meest positief in hun oordeel zijn. Ten opzichte van drie jaar geleden lijken alledrie de aspecten iets beter te scoren.

Diepen we het oordeel over de uiteindelijke afhandeling uit, dan zien we dat over de hele lijn geldt dat recente actieven minder positief in hun oordeel zijn dan actieven die reeds langere tijd bij SABIC in dienst zijn.

Wanneer we de klanttevredenheid over de afhandeling van contacten vergelijken met die bij andere pensioenfondsen, scoort het pensioenfonds net iets onder het gemiddelde.

Tabel 15: Oordeel contactafhandeling door DPS versus benchmark (gemiddelde rapportcijfers)

	actieven
- DPS	7.0
- benchmark	7.1

De benchmark<sup>5</sup> voor de mate van tevredenheid over contactafhandeling onder actieven ligt namelijk op een 7.1 en DPS scoort over de drie aspecten heen een gemiddelde van 7.0.

### 3.3. Contact met werkgever

In tegenstelling tot voorgaande jaren is de deelnemers ditmaal tevens gevraagd of zij naast het contact dat zij eventueel met DPS hadden ook binnen hun eigen werkgever contact over pensioenzaken hebben gehad. De letterlijke vraagstelling luidde: “Heeft u in de afgelopen 12 maanden over pensioenzaken naast het contact dat u eventueel had met DPS ook contact gehad met personeels- of HR-functionarissen bij uw SABIC-bedrijf?”. Eenvijfde deel (22%) heeft deze vraag bevestigend beantwoord. De afhandeling van het contact over pensioenzaken door de personeelsfunctionaris wordt beoordeeld met een gemiddeld rapportcijfer van 7.2, hetgeen iets hoger is dan het gemiddelde cijfer voor de verschillende aspecten van contactafhandeling door DPS (7.1). Recente actieven lijken op dit punt minder positief (6.8) dan actieven die reeds langere tijd in dienst zijn (7.3).

<sup>5</sup> Gebaseerd op de gemiddelde scores uit recent door R&M Matrix uitgevoerde onderzoeken voor de pensioenfondsen van Hoogovens, KLM en Philips.



#### 4. Imago

Om een indruk te krijgen van het beeld dat (ex)werknemers van SABIC van hun pensioenfonds hebben, is hen gevraagd het fonds op een aantal imagokenmerken te beoordelen<sup>6</sup>. In tabel 16 staat voor elk kenmerk het gemiddeld rapportcijfer weergegeven.

Tabel 16: Imago pensioenfonds SABIC (gemiddelde rapportcijfers)

	actieven	gepensioneerden/ nabestaanden	post- actieven	slapers	TOTAAL
- betrouwbaarheid	7.6	7.8	8.0	7.4	7.6
- professionaliteit	7.5	7.5	7.7	7.4	7.5
- vertrouwen in pensioenfonds	7.4	7.8	8.0	7.4	7.4
- klantvriendelijkheid	7.4	7.9	7.8	7.2	7.4
- bereikbaarheid medewerkers	7.3	7.3	7.7	7.2	7.3
- servicegericht (staan ze voor je klaar)	7.2	7.6	7.6	6.8	7.2
- moderne organisatie	7.1	7.7	7.4	7.1	7.2
- open en transparant	7.1	7.6	7.2	6.5	7.1
- snel reageren	6.9	7.4	7.3	6.7	6.9
- begrijpelijk informeren	6.7	7.2	7.3	7.1	6.7
- persoonlijke benadering	6.5	7.7	7.6	6.6	6.6
<b>(n=</b>	<b>151</b>	<b>12</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>233)</b>

Over het algemeen hebben deelnemers een redelijk positief beeld over het pensioenfonds. Het fonds scoort het best op de imagokenmerken 'betrouwbaarheid', 'professionaliteit', 'vertrouwen' en 'klantvriendelijkheid'. Andere aspecten die redelijk tot goed worden gewaardeerd, zijn 'bereikbaarheid', 'servicegerichtheid', 'moderne organisatie' en 'openheid en transparantie'. Kenmerken die relatief wat minder goed beoordeeld worden zijn 'snelheid van reageren', 'begrijpelijk informeren' en 'persoonlijke benadering'.

Zetten we de in het onderzoek onderscheiden doelgroepen nog eens een keer tegenover elkaar, dan blijkt dat postactieven een duidelijk positiever beeld van het pensioenfonds hebben dan actieven. Dit komt met name naar voren bij de aspecten 'persoonlijke benadering', 'begrijpelijkheid informeren' en 'vertrouwen in pensioenfonds'.

<sup>6</sup> In 2006 voor het eerst gemeten.



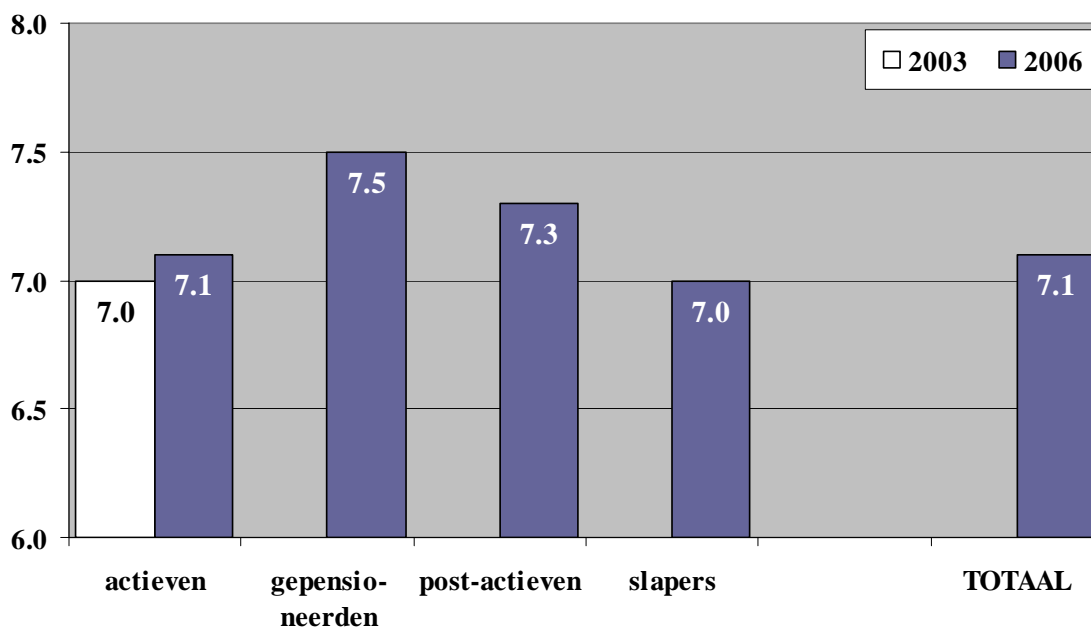
## 5. Dienstverlening in zijn geheel

Hoofdstuk 5 behandelt de dienstverlening in zijn geheel. De (ex)werknemers van SABIC wordt gevraagd om alles wat de mate van tevredenheid over hun pensioenfonds kan beïnvloeden naast elkaar te zetten en een algemeen oordeel over de dienstverlening te geven.

### 5.1. Overall oordeel

“Als u nu alle aspecten van de dienstverlening (producten, communicatie, contacten e.d.) van uw pensioenfonds overziet, welk rapportcijfer krijgt het pensioenfonds dan van u?”. Figuur 1 laat op totaalniveau en voor de vijf doelgroepen afzonderlijk de gemiddelde rapportcijfers in dit kader zien. Er wordt tevens een vergelijking met de uit het onderzoek van 2003 afkomstige scores gemaakt.

Grafiek 1: Overall oordeel dienstverlening pensioenfonds (gemiddelde rapportcijfers)



De dienstverlening door het pensioenfonds wordt met een gemiddeld rapportcijfer van 7.1 redelijk tot goed beoordeeld. Net als bij de beoordeling van de informatievoorziening, de contactafhandeling en de imagokenmerken bleek, zijn ook postactieven positiever in hun oordeel dan actieven. Ten opzichte van 2003 is het overall oordeel onder actieven met 0.1 gestegen.

Tabel 17: Overall oordeel DPS versus benchmark (gemiddelde rapportcijfers)

	actieven
- DPS	7.1
- benchmark	7.1

Kijken we ook hier nog een keer naar de benchmark, dan scoort DPS wat het overall oordeel over de dienstverlening betreft exact gelijk.

Het onderzoek wijst verder nog op enige mate van samenhang tussen het oordeel over de begrijpelijkheid van de communicatie en het algemeen rapportcijfer voor de dienstverlening naar voren: hoe hoger de begrijpelijkheid wordt gewaardeerd, hoe hoger het algemeen rapportcijfer. Of dit automatisch ook betekent dat de begrijpelijkheid van de verstrekte informatie ook het meest bepalend voor het totaaloordeel is, moet nog blijken. Tussen de scores voor begrijpelijkheid (6.4) en de dienstverlening in zijn geheel (7.1) ligt immers nog een gat van 0.7. In de volgende paragraaf wordt hier verder op ingegaan.

## 5.2. Overall oordeel uitgediept

In deze paragraaf gaan we dieper in op de onderliggende relaties tussen het uitgesproken algemeen oordeel over de dienstverlening van Pensioensfonds SABIC als geheel en mogelijke factoren die bij de totstandkoming van dit oordeel van invloed geweest kunnen zijn.

Van een aantal factoren wordt verondersteld dat zij mogelijk van invloed op het totaaloordeel kunnen zijn, te weten:

1. het *contact* met DPS zelf (gemiddeld rapportcijfer over de aspecten bereikbaarheid, betrokkenheid en klantvriendelijkheid);
2. de *afhandeling* van het contact door DPS (gemiddeld rapportcijfer over de aspecten snelheid, deskundigheid en inhoud);
3. het contact met een personeelsfunctionaris bij de eigen *werkgever* (gemiddeld rapportcijfer);
4. de *communicatiemiddelen* van het pensioenfonds (gemiddeld rapportcijfer over het jaarlijkse pensioenoverzicht, de maandelijkse pensioenspecificatie, via werkgever verspreide pensioenspecials, het Jaarbericht en de website);
5. *begrijpelijkheid* door pensioenfonds verspreide informatie (gemiddeld rapportcijfer);
6. de *informatiefrequentie* (% “pensioenfonds stuurt voldoende informatie toe”).

Om vast te kunnen stellen of bij het verbeteren van klanttevredenheid het accent moet worden gelegd op verbetering van de dienstverlening dan wel op versterking van het imago, wordt ook de mate van invloed van de factor imago gemeten. Factoranalyse heeft uitgewezen dat de in het onderzoek opgenomen imagoaspecten dermate sterk samenhangen dat zij niet los van elkaar maar als één factor gezien moeten worden, de factor ‘imago’ (7.). Dit duidt op een nog weinig gedifferentieerd imago, wat wil zeggen dat er nog sprake van een diffuus beeld is en er nog geen duidelijke imago-componenten onderscheiden kunnen worden. Iets wat gezien het gegeven dat SPF pas drie jaar bestaat, niet vreemd is.

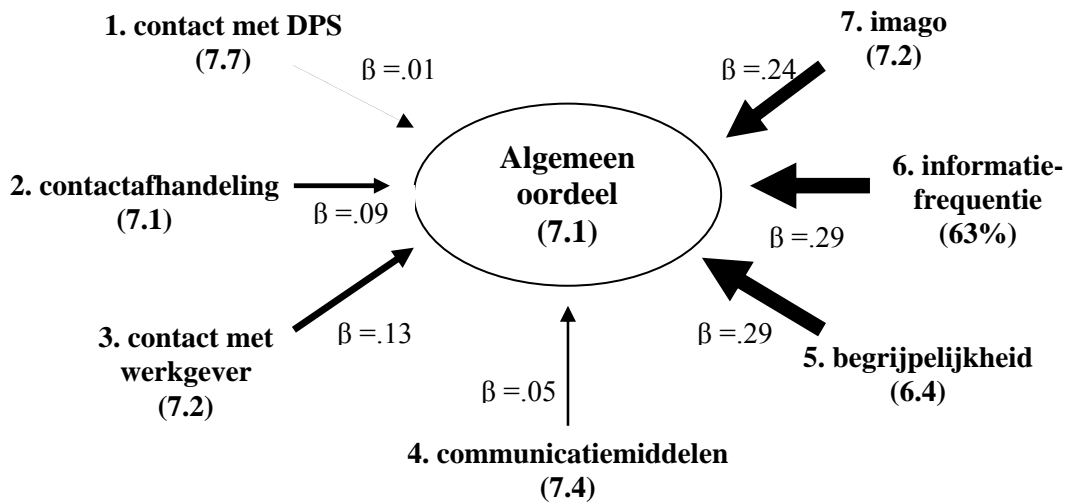
Middels een Multiple Regressie-analyse zijn de invloedsrelaties<sup>7</sup> van de zeven hierboven beschreven factoren vastgesteld. Figuur 2 geeft hiervan een beeld, waarbij geldt: hoe groter de  $\beta$  (variërend van -1,0 voor een maximaal negatieve samenhang tot +1,0 voor een 100% positieve samenhang) hoe sterker de invloedsrelatie<sup>8</sup>. Tussen haakjes is telkens het gemiddelde rapportcijfer weergegeven (alleen bij de informatiefrequentie staat het aandeel dat vindt dat zij voldoende of veel geïnformeerd wordt).

<sup>7</sup> De sterkte van de invloedsrelaties wordt weergegeven door de ‘ $\beta$ ’. Hoe hoger deze  $\beta$ , hoe sterker de invloedsrelatie. Gebruik is gemaakt van Multiple Regressie met Varimax Rotatie.

<sup>8</sup> Gebruik is gemaakt van Multiple Regressie met Varimax Rotatie.



Figuur 2: Invloedsrelaties op beoordeling dienstverlening<sup>9</sup>



Het algemeen oordeel over de dienstverlening wordt in zeer sterke mate aangestuurd door de beoordeling over de begrijpelijkheid van de door het pensioenfonds verstrekte informatie en de frequentie waarin dit soort informatie verspreid wordt. Een derde factor die van grote invloed is het imago van het fonds. Pas daarna spelen de afhandeling van contacten (met werkgever en/of DPS) en de communicatiemiddelen een rol.

Eerder zagen we al dat de begrijpelijkheid van de verspreide pensioeninformatie duidelijk onder de scores voor de afzonderlijke communicatiemiddelen zit en dat dit zowel voor hoog als voor laag betrokkenen gold. Voor beide doelgroepen geldt dat hier in de communicatie nog meer rekening mee gehouden dient te worden.

Wanneer we de (relatief beperkte) groep eruit lichten die de dienstverlening van het pensioenfonds in zijn geheel met een 6 of lager beantwoorden ( $n=37$ ), zien we dat de ruimte voor verbetering met name gezocht moet worden in de afhandeling van contacten, en dan met name de snelheid hiervan.

Op basis van het hierboven beschreven klanttevredenheidsmodel, de mate van tevredenheid over de verschillende in het model opgenomen onderdelen en de extra analyse onder relatief minder tevreden deelnemers, is een zogeheten **prestatie-belangmatrix** samengesteld. Met behulp van deze matrix wordt nader ingezoomd op de combinatie prestatie<sup>10</sup> - belang<sup>11</sup> van de feitelijke dienstverlening. In deze matrix zijn alle deelaspecten van de dienstverlening geplott in één van de volgende vier segmenten:

- tevredenheid hoog in combinatie met een hoog belang (*communiceren en scherp bewaken*);
- tevredenheid redelijk tot voldoende in combinatie met een hoog belang (*actie, prioriteit*);

<sup>9</sup> De verklaarde variantie ( $R^2$ ) is met 41% redelijk hoog, hetgeen betekent dat we een sterk verklaringsmodel hebben. Met de in het onderzoek opgenomen gegevens kunnen we dus een groot deel van het uitgesproken oordeel verklaren.

<sup>10</sup> De prestatie is de (relatieve) tevredenheidsbeoordeling van de dienstverlenings- en imagoaspecten. Een score van het overall gemiddelde (7.1) of hoger is als goed bestempeld.

<sup>11</sup> Het belang is te omschrijven als de (relatieve) invloed van de dienstverleningsaspecten op het algemene tevredenheidsoordeel over de dienstverlening. De arbitraire grens tussen hoog en laag is bepaald bij een  $\beta$  van .15.

- tevredenheid hoog in combinatie met een laag (geen) belang (*handhaven*);
- tevredenheid redelijk tot voldoende in combinatie met een laag (geen) belang (*actie, minder prioriteit*).

Figuur 3: Prestatie-belang dienstverleningsaspecten

<b>Tevredenheid</b>	<b>hoog</b>	<p><b><u>Handhaven</u></b>  <i>Contact met DPS:</i>                      - klantvriendelijkheid (7.8)                      - telefonische bereikbaarheid (7.8)                      - betrokkenheid (7.6)  <i>Contact met P&amp;O bij werkgever (7.2)</i>  <i>Communicatiemiddelen:</i>                      - maandelijkse pensioenspecificatie (7.7)                      - jaarlijks pensioenoverzicht (7.4)                      - het Jaarbericht (7.4)                      - pensioenspecials (7.3)                      - www.spf-pensioenen.nl (7.3)</p>	<p><b><u>Communiceren en scherp bewaken</u></b>  <i>Contactafhandeling door DPS:</i>                      - deskundigheid van afhandeling (7.4)                      - inhoudelijke afhandeling (7.1)  <i>Imago:</i>                      - betrouwbaarheid (7.6)                      - professionaliteit (7.6)                      - vertrouwen in pensioenfonds (7.4)                      - klantvriendelijkheid (7.4)                      - bereikbaarheid (7.3)                      - servicegericht (7.2)                      - moderne organisatie (7.2)                      - open en transparant (7.1)</p>	
	<b>laag</b>	<p><b><u>Actie, minder prioriteit</u></b></p>	<p><b><u>Actie, prioriteit</u></b>  <i>Begrijpelijkheid van de informatie (6.4)</i>  <i>Contactafhandeling door DPS:</i>                      - snelheid van afhandeling (6.9)  <i>Informatiefrequentie (63%)</i>  <i>Imago:</i>                      - persoonlijke benadering (6.6)                      - begrijpelijk informeren (6.7)                      - snel reageren (6.9)</p>	<b>hoog</b>
		<b>laag/geen</b>	<b>Invloed</b>	

Zouden we de grens bij de mate van tevredenheid opschroeven naar een 7.5, dan komen meer verbeteringspunten in beeld. In de groep ‘actie, prioriteit’ komen erbij de contactafhandelingsaspecten ‘deskundigheid van afhandeling’ en ‘inhoudelijke afhandeling’ plus de imagokenmerken vertrouwen in pensioenfonds ‘klantvriendelijkheid’, ‘bereikbaarheid’, ‘servicegericht’, ‘moderne organisatie’ en ‘open en transparant’. Het segment ‘actie, minder prioriteit’ zou worden gevuld met ‘contact met P&O bij werkgever’ en de communicatiemiddelen ‘maandelijkse pensioenspecificatie’, ‘jaarlijks pensioenoverzicht’, ‘het Jaarbericht’, ‘pensioenspecials’ en ‘www.spf-pensioenen.nl’.

We geven in overweging om als doelstelling voor het gewenste niveau van tevredenheid de lat iets hoger te leggen dan de huidige 7.1 en te streven naar een 7.5.



## Deel II: Werkgevers

### 0. Inleiding

Naast de tevredenheid over de kwaliteit van de dienstverlening en de communicatie van DPS onder de deelnemers, is ook de klanttevredenheid van de werkgever SABIC onderzocht doormiddel van 3 face-to-face interviews. In dit kwalitatieve deel van het onderzoek staan de ervaringen, wensen en behoeften ten aanzien van de dienstverlening van DPS als uitvoerder van SPF centraal. Tijdens de interviews, die elk ongeveer 45 minuten duurden, zijn de volgende onderwerpen besproken:

- Contacten met DPS en het oordeel over deze contacten
- De adviesfunctie van DPS
- Oordeel en wensen over de communicatie en informatie van DPS
- Oordeel en wensen over de rolverdeling binnen de driehoeksverhouding (Werkgever-DPS-SPF) en specifiek de functie van het eerste aanspreekpunt
- Wensen t.a.v. DPS/SPF voor de toekomst

In dit onderzoek is er een onderscheid gemaakt tussen twee functies: HR beleid en uitvoering P&O/ HR Support. De volgende verdeling is aangehouden:

Uitvoering	:	2
Beleid	:	1

### 1. Contacten met DPS

Hoewel een respondent spreekt over ‘Back office’ en ‘Mid office’ binnen DPS, noemen de andere twee respondenten meteen namen van personen waar ze vaak contact mee hebben. De volgende namen worden genoemd: Jan Welte, directeur Wil Beckers, Steef Lauwers, Albert Dassen en Ben Kuypers. Er wordt gesproken van een vaste contactpersoon, die benaderd wordt bij allerlei vragen. “*We hebben een medewerker die speciaal toegewezen is aan SABIC, dus daar heb je het meeste contact mee*”.

De situaties waarin uitvoerenden contact zoeken, zijn vaak wanneer medewerkers met vragen komen die niet te beantwoorden zijn door de uitvoerenden zelf. Vaak gaan deze vragen over de persoonlijke pensioensituatie van de medewerkers, zoals waardeoverdrachten, berekeningen van bruto naar netto en aanvragen voor prepensioen. De respondent met een beleidsmatige functie zegt nu structureel overleg te hebben met DPS en SPF in de vorm van vergaderingen. “*Vroeger had je bepaalde periodes intensief contact en dan weer een hele tijd niet. Dat is nu wel verbeterd*”. De uitvoerenden hebben voornamelijk ad hoc overleg. “*Het contact varieert van een à twee keer per week tot een aantal keren per maand. Maar het is zeker niet dagelijks*”. Dit contact is vooral telefonisch en schriftelijk (via email) en af en toe heeft men persoonlijk contact.

De uitvoerenden zeggen geen behoefte te hebben aan structureel overleg. “*Er zijn op dit moment geen zaken die dit noodzakelijk maken. We hebben een relatief heldere pensioenregeling. Die gevallen die spelen zijn vaak individuele gevallen, daar zit geen frequentie in*”.

### 2. Oordeel en wensen over de contacten

Over het verloop van de contacten (gemiddeld cijfer 7.5) zijn de respondenten te spreken. Opmerkingen over de contacten zijn: *deskundig, klantgericht, makkelijk, goed*



*bereikbaar, betrouwbaar en proactief. De respondenten vinden dat ze goed geholpen worden. “Er wordt snel en adequaat gereageerd. Ze zijn vrij rechtlijnig in de beantwoording van de vragen en dat maakt het zeer betrouwbaar”.*

De respondenten kunnen elk ook een verbeterpunt noemen:

- Een respondent merkt op dat de medewerkers van DPS ook wel eens te deskundig zijn. *“Ze zijn eigenlijk zo specialistisch dat ze het niet meer helder kunnen uitleggen aan personen die er niet zo in thuis zijn”. De ingewikkelde materie is dan ook voor intelligente mensen niet meer te volgen”.*
- Een ander punt is dat het soms voor DPS moeilijk is in te schatten in wat voor een situatie wij zitten. *“Het is vaak “een heen en weer”, omdat de medewerker toestemming moet geven om bepaalde informatie te verstrekken. Zij zijn een extern pensioenfonds en wij hebben geen toegang tot de cijfers. Dat levert af en toe irritaties op”.* De respondent geeft wel aan dat hier weinig aan te doen is omdat het wettelijk vastgesteld is dat werkgever niet zomaar in de pensioengegevens mag kijken van de werknemer.
- *“Soms is het voor mij niet duidelijk waarom dat een bepaalde vraag zo lang duurt. Is dit omdat aan de achterkant zaken nog niet helemaal duidelijk zijn of ligt dit aan de capaciteit?”.*

#### Telefonische bereikbaarheid

Veel respondenten zijn tevreden over de telefonische bereikbaarheid. *“De medewerkers zijn over het algemeen goed bereikbaar of bellen meteen terug”.* Een respondent merkt op dat het vroeger wel anders was. *“Maar in de SABIC-situatie is de samenwerking voortreffelijk”.* Volgens een respondent kan de telefonische bereikbaarheid wel wat verbeterd worden. *“Zeker als het over specifieke zaken gaat, dan is het echt maar een beperkte groep die het antwoord kan geven. Dan ben je gewoon afhankelijk van de bezetting van die mensen”.*

#### Duidelijk bij wie je moet zijn

Het eerste aanspreekpunt voor de uitvoerenden is de Service Desk. Maar als het meer op detail niveau gaat weten de respondenten vaak niet wie ze daarvoor kunnen aanspreken. Alledrie de respondenten hebben wel eens twijfels over wie zo moeten benaderen bij een bepaalde kwestie.

- *“Voor mij is het vaak niet duidelijk wie welke gebieden binnen het pensioenfonds beheert. Daar mag wel wat uitgebreider over gecommuniceerd worden”.*
- *“Als mijn vaste contactpersoon niet aanwezig is, dan weet ik niet bij wie ik terecht kan”.*
- *“Als ik een berekening moet doen weet ik nooit of ik daar het algemene nummer van de Service Desk voor moeten bellen of direct een persoon”.*
- *“Ik ben van de operationele kant en met de mensen die ik daarvoor moet spreken lopen de contacten goed. Maar als je dieper in de uitvoeringsorganisatie gaat daar weet ik niet meteen met wie ik contact moet opnemen. Maar met deze kant heb ik ook minder te maken”.*

#### Deskundigheid van de medewerkers

De medewerkers van DPS worden vaak deskundig (soms te deskundig) en zeer bekwaam genoemd. De Servicedesk vindt men prima functioneren bij eenvoudige vragen. Volgens een respondent is de deskundigheid van de ‘Mid-Office’ minder. *“Ik moet hen vaak het antwoord voorzeggen. Het schort er wel eens aan deskundigheid door de wisselende krachten”.*



### Houding van de medewerkers

Over het algemeen is men tevreden over de houding van de medewerkers. *“Ze zijn bereid om mee te werken”*. *“Bij de Service Desk doen ze echt de moeite om je goed te helpen en te woord te staan”*. Aan de andere kant zegt een respondent dat ze zich ook wel eens gedragen alsof ze een leek tegenover zich hebben staan. *“Dan beginnen ze het helemaal vanaf het begin uit te leggen”*. Toch vindt de respondent het ook wel begrijpelijk omdat het kennisniveau tussen de uitvoerenden toch wel verschilt. *“Ze kunnen niet precies weten wie ze voor zich hebben”*.

### Snelheid

De respondenten vinden over het algemeen dat ze snel antwoord krijgen op hun vraag, maar het is wel afhankelijk van de soort vragen. *“Eenvoudige vragen gaan snel. Maar bij sommige vragen is wat meer nadenkijd nodig”*. *“Als ze het te druk hebben duurt het ook wel eens wat langer, als ze dat even aangeven vind ik dat eigenlijk niet zo erg”*.

### Mate waarin vragen van werkgevers afdoende worden afgehandeld

Veel respondenten zijn tevreden over de afhandeling van hun vragen. *“Er komen wel eens vragen achteraan. Maar dat zijn vragen die wij terugkrijgen van onze medewerkers, die wij weer terugkoppelen”*. Volgens de respondent is het gewoon ingewikkelde materie en daar roept elk antwoord een nieuwe vraag op. Hij vindt dat DPS daar wel goed mee omgaat.

### Mate waarin vragen van werknemers afdoende worden afgehandeld

De respondenten vinden deze vraag moeilijk te beantwoorden, omdat ze niet kunnen inschatten hoe DPS omgaat met directe vragen van de werknemers. Men zegt wel het idee te hebben dat de afhandeling van vragen goed gebeurt anders zouden de medewerkers wel vaker de werkgevers benaderen.

## **3. Advisering**

Over de adviesfunctie naar werkgever zeggen de respondenten dat deze goed, proactief, meedenkend en zakelijk is. *“Je kunt er zowel voor vragen van de werknemers als advies voor ons zelf terecht”*. Ook zijn de respondenten te spreken over het opleidingsprogramma:

- *“Het opleidingsprogramma dat vond ik echt heel goed. Het ging vrij diep en alle puntjes werden nog eens op de ‘i’ gezet”*.
- *“Die diepgang zorgt ervoor dat jij het beter kan uitleggen aan de werknemers”*.

Een respondent zegt dat DPS meer een vraagbaak is, waar het woord ‘advisering’ te zwaar voor is. *“Ik zie het meer als voorlichting en dat is ook wat wij als werkgever doen: wij geven voorlichting we adviseren niet”*. Een respondent vindt de aanpak ten aanzien van het advies wel te erg op DSM gericht. *“DPS richt zich meer op een grote organisatie. Terwijl wij meer de kleinere praktische oplossingen zoeken, richten zij zich op grote gedegen professionele oplossingen. Dus er is iets meer maatwerk gewenst in de zin van wat voor een organisatie wij zijn en wat bij ons past”*. Wel wordt door twee respondenten aangegeven dat DPS wel terughoudend is in hun adviezen naar de werknemer toe. *“Uiteraard kunnen zij moeilijk inschatten wat bij een medewerker speelt en wat de achterliggende redenen zijn om een bepaalde vraag te stellen”*.

De vraag hoe zij verwachten dat werknemers denken over de advisering van DPS, vinden de respondenten moeilijk te beantwoorden. *“Over het algemeen denk ik wel dat ze tevreden zijn met het advies, maar ik denk wel het is hele moeilijke stof en veel medewerkers varen blind op het advies van het pensioenfonds en ons als personeelsadministratie”*. Over het algemeen denkt



deze respondent dat de werknemers het advies accepteren. *“Een enkeling gaat nog naar een externe pensioensadviseur”*. De werkgevers horen hier weinig over. *“Je hoort wel eens dat iets fout gaat zoals met de waardeoverdrachten. Dit duurde bij sommige werknemers te lang, maar over het algemeen zijn er weinig klachten”*.

#### **4. Communicatie en informatie DPS**

Door de communicatie van DPS krijgen de werkgevers de indruk dat SPF een gedegen en professionele organisatie is. De houding van de respondenten ten aanzien van de externe communicatie kan worden samengevat met de volgende kenmerken: *leesbaar, houdt mensen goed op de hoogte, helder*. Een respondent legt de nadruk dat een pensioenfonds altijd bezig moet zijn met de vragen: hoe brengen we het pensioen onder de aandacht bij de medewerkers en hoe maak je het toegankelijk. *“De werknemers moeten hun eigen verantwoordelijkheden kennen en nemen en dit overbrengen is altijd moeilijk”*.

##### ***Beoordeling op verschillende communicatieaspecten:***

###### **Compleetheid/ volledigheid**

Over het algemeen vindt men dat de informatie die naar buiten wordt gebracht volledig en compleet is. Een minpuntje op dit gebied: *“Alleen het internationale aspect van mensen die in het buitenland hebben gewerkt, daar ontbreekt vaak specifieke informatie. Als je dan algemene info gaat combineren met de persoonlijke situatie dan ontstaat er vaak een verkeerd beeld van het pensioen bij de werknemer”*.

###### **Tijdigheid**

Over het algemeen vindt men de tijdigheid in orde. *“Zij zijn natuurlijk vaak afhankelijk van anderen, waardoor het vaak “last minute” werk is. Dus de informatie zou soms eerder moeten komen, maar ik denk ik dat zij daar iets aan kunnen doen”*. *“Zij zijn wel eens te laat ten aanzien van de ingangsdatum van een bepaalde regeling, maar verder hoor ik nooit klachten”*.

###### **Begrijpelijkheid**

Men vindt het vaak goed te lezen en begrijpelijk voor (bijna) iedereen. Volgens veel respondenten is de communicatie naar buiten toe stukken beter dan in het verleden. Een respondent komt met het idee om werknemers voor het uitbrengen laten lezen, om te kijken of ze het begrijpen en daar op inspringen. *“Zo’n tekst wordt door specialisten opgezet en het is moeilijk om deze zo te schrijven dat iedereen het begrijpt”*.

###### **Actualiteit**

Over de actualiteit van de informatie is men op zich te spreken. Al is er wel eens een verschil in prioriteiten tussen de werkgever en DPS. *“Bijvoorbeeld ik wilde iets weten over parttime pensionering, maar omdat dit voor het pensioenfonds nog ver weg ligt, krijg ik daar geen antwoord op. Zij bepalen in hoeverre het voor ons van belang is om een vraag te beantwoorden. Dan moet ik echt aandringen dat het voor ons wel belangrijk is omdat er vragen over zullen komen”*.

###### **Vorm**

De respondenten vinden de algemene informatie in orde. *“Zij komen regelmatig met pensioenspecials en brochures over alles wat zij aanbieden. Ook de infosessies en het webnieuws vind ik goed”*. Een respondent vertelt dat veel informatie samen met de werkgevers gemaakt wordt. *“Het pensioenoverzicht is altijd vrij ingewikkeld geweest en wat ik er echt*

*minder aan vindt, is dat er nog steeds wordt uitgegaan dat medewerkers blijven werken tot hun 65<sup>ste</sup> terwijl dit in de praktijk niet zo is”.*

### Frequentie

De frequentie waarop DPS communiceert is naar tevredenheid. Wel moet er rekening worden gehouden met veranderingen, zodat daar op tijd op kan worden ingespeeld.

### **Internetsite**

De internetsite van DPS wordt zakelijk, professioneel en begrijpelijk gevonden.

Er zijn ook een aantal kritiekpunten:

- *“Ik vind de site er niet echt toegankelijk, wel echt standaard DSM. Je ziet ook niet op het eerste ogenblik waar je moet zijn”.*
- *“Ik dacht dat de site nog niet compleet is. Dit zie ik aan de gebruiksvriendelijkheid van de site”.*

### **Slapers, gepensioneerden, nabestaanden en postactieven**

Hoe slapers, gepensioneerden, nabestaanden en postactieven over de communicatiemiddelen denken, hebben de meeste respondenten geen indruk van, omdat deze personen rechtstreeks naar DPS bellen. *“Van de slapers hoor je zelden iets, want die hebben alleen contact met het pensioenfonds”.*

Een aantal verwachtingen ten aanzien van de communicatiemiddelen zijn:

- *“Mensen met behulp van gebeurtenissen en evenementen te bereiken en zo pensioenveranderingen onder de aandacht brengen”.*
- *“Een rekentool waarbij mensen kunnen 'spelen' met hun pensioen. Wat betekent het als ik op mijn 61<sup>ste</sup> stop met werken, wat moet ik dan sparen”.*

## **5. Rolverdeling binnen driehoeksverhouding**

De rolverdeling tussen DPS, SPF en werkgever is voor de werkgevers duidelijk. SPF zet de regelingen op en controleert of het financieel kan. DPS is een serviceverlenende organisatie naar de pensioenfondsen toe. En de rol van de werkgever is: afspraken maken met de vakbonden over de arbeidsvoorwaarden. *“Ik denk dat de primaire taak rondom communicatie en vergaderingen die een impact hebben op de werknemer, die ligt primair bij de werkgever vervolgens bij de vakbonden en eventueel pensioenfondsen”.* DPS komt volgens deze respondent (beleid) met initiatieven naar de werkgevers rondom issues die eventueel onderhandeld en besproken moeten worden met de vakbonden. *“DPS zou adviezen kunnen geven over de manier van communiceren over pensioenen met werknemers. DPS zouden daar volgens mij wel wat creatiever in mogen zijn”.*

### **Eerste aanspreekpunt**

Door de uitvoerenden wordt de rol als eerste aanspreekpunt als vanzelfsprekendheid gezien. *“Wij zijn de werkgever en bieden het pensioen als arbeidsvoorwaarde aan”. “Wij regelen ook algemene zaken eromheen, dus het is voor de medewerker het meest logisch om hier als eerste langs te komen”.* Wel wordt er door een respondent aangegeven dat het niet voor iedere uitvoerende weggelegd is om als eerste aanspreekpunt te fungeren. *“Pensioenen dat is zo specialistisch, als ik mij collega's zie, die kunnen dat helemaal niet”.* De respondent geeft aan dit opgelost te hebben door specialisten aan te wijzen binnen de groep uitvoerenden, die hulp kunnen bieden bij complexe vragen.

### ***Scheidingslijn***

De respondenten hebben het idee dat de werknemer niet weet met welke vragen hij bij de werkgever terecht kan en met welke vragen bij DPS. De scheidingslijn hiertussen is niet altijd even duidelijk en functioneert ook niet altijd als bedoeld. *“Je krijgt vaak het van het kastje naar de muur effect, als je ze moet doorverwijzen naar de Service Desk. En de Service Desk niet op alle vragen antwoord kan geven en ze weer doorverwijst naar de werkgever”*. Volgens deze respondent zou in de communicatiemiddelen van SPF/DPS daar meer aandacht aan moeten worden besteed. *“Er zou een splitsing moeten worden gemaakt waar de werknemers met bepaalde vragen terecht kunnen”*.

Een andere respondent heeft het idee dat wanneer een werknemer eenmaal doorverwezen is naar de Service Desk, hij DPS ook eerder blijft benaderen bij vragen over pensioenzaken.

### ***Driehoekverhouding***

De uitvoerenden geven aan alleen contact te hebben met DPS. Voor hen is er geen sprake van een driehoekverhouding. *“DPS is gewoon de uitvoerder van SPF. Voor mij is er niet echt sprake van een splitsing tussen DPS en SPF, het is een geheel”*. Voor de respondent met een beleidsmatige functie liggen de contacten anders. Deze respondent heeft vaker overleg met het pensioenfonds, waardoor hij een groter onderscheid maakt tussen beide partijen. *“De rol van DPS is vooral het geven van adviezen om zoveel mogelijk werknemers te betrekken bij hun pensioen en SPF voert het pensioen uit”*.

### ***Wensen voor de toekomst***

De volgende suggesties en verwachtingen werden gegeven ter verbetering van DPS als uitvoerder van SPF:

#### ***Voor de werknemer***

- *“Ervoor zorgen dat meer werknemers betrokken raken bij hun pensioen”*.
- *“In ‘Jip en Janneke’ taal informatie uitbrengen waardoor het meer toegankelijk wordt voor de werknemers”*.
- *“Sneller communiceren over nieuwe regelingen naar de werknemers toe”*

#### ***Voor de werkgever***

- *“Meer aandacht besteden aan het vertalen van de deskundigheid over pensioenen naar begrijpbare materie voor de werkgevers”*.
- *“Op tijd aangegeven als bepaalde vragen blijven liggen omdat er achterkant nog zaken geregeld moeten worden”*.
- *“Bij afwezigheid van de vaste contactpersoon direct melden wie de vervanger is”*.

## **Bijlage 1: Onderzoeksverantwoording**





## Onderzoeksverantwoording

### 1. Telefonische enquête

Onderstaande gegevens zijn bij toepassing van informatie uit dit rapport noodzakelijk voor een juiste interpretatie van de uitkomsten. Indien er plannen bestaan om informatie uit dit rapport in de openbaarheid te brengen, verzoeken wij u daarover vooraf contact op te nemen met R&M Matrix B.V.

Naam opdrachtgever	:	DSM Pension Services
Naam onderzoeksbureau	:	R&M Matrix B.V.
Methode van onderzoek	:	telefonische enquête m.b.v. het CATI-systeem
Populatie	:	deelnemers Pensioenfonds SABIC
Steekproefomvang	:	233
Respons	:	76%
Steekproeftype	:	adressen afkomstig van de opdrachtgever
Veldwerkperiode	:	24 juli t/m 11 augustus 2006

Voor de letterlijke vraagstelling die gehanteerd is ter verkrijging van de reacties van de in dit onderzoek ondervraagde personen, zij verwezen naar de originele vragenlijst die als bijlage in dit rapport is opgenomen.

#### 1.1. Opzet en methode van onderzoek

De voor het onderzoek benodigde gegevens zijn verkregen door middel van telefonische ondervraging (zie bijlage 3). Voordat met het onderzoek werd begonnen ontvingen potentiële respondenten een vooraankondiging van het onderzoek (zie bijlage 2). De onderzoekspopulatie werd gevormd door deelnemers aan het pensioenfonds, verdeeld over negen verschillende klantgroepen (zie tabel 1).

#### 1.2. Steekproefprocedure

Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van een gestratificeerde disproportionele steekproef. Er is een uitsplitsing gemaakt naar negen verschillende klantgroepen. Adressen zijn random aangeboden. Om te voorkomen dat er in bepaalde groepen teveel of te weinig gesprekken gerealiseerd zouden worden is gewerkt met quota. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een adressenbestand van DPS.



### 1.3. *Uitbating van de steekproef*

Bruto-steekproef		396	
waarvan:			
- geen gehoor/ antwoordapparaat/ voicemail	41		
- foutieve opgave/ telefoon afgesloten/ fax	47		
		88	
		<u>308</u>	
waarvan:			
- ziek/ overleden	1		
- respondent verhinderd tijdens onderzoeksperiode	2		
		3	
		<u>305</u>	(100%)
waarvan:			
- weigering	53		
- afgebroken gesprek	2		
- onzekere afspraken	17		
		72	
Totaal geslaagde interviews		<u>233</u>	(76%)

### 1.4. *Weging, projectie en representativiteit*

Al naar gelang het uitgangspunt moeten steekproefresultaten worden gewogen en/of geprojecteerd naar de gehanteerde populatie. In dit onderzoek zijn de resultaten achteraf geprojecteerd naar het daadwerkelijk aantal klanten per groep (zie tabel 1).

### 1.5. *Nauwkeurigheid van de uitkomsten*

Uitkomsten, verkregen via een steekproef, kunnen afwijken van de uitkomsten, welke verkregen zouden zijn indien de totale populatie in het onderzoek zou zijn betrokken. Deze afwijkingen blijven evenwel binnen zgn. marges, welke marges afhankelijk zijn van de vastgelegde mate van waarschijnlijkheid, de steekproefomvang en het gevonden percentage in de steekproef. Wanneer, bij een steekproefomvang van 233, een percentage van 60 wordt gevonden, kan in het nomogram worden afgelezen, dat in 95% van de gevallen de werkelijke uitkomst zal liggen in het interval 53,7-66,3% (zie volgende pagina).



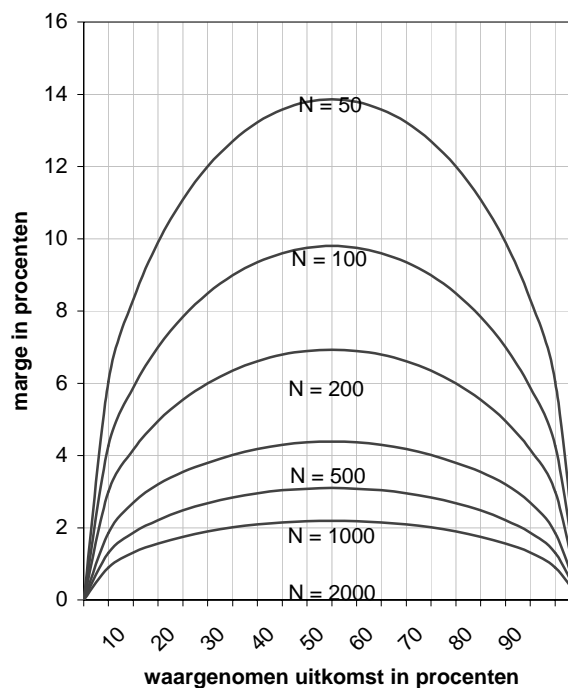
Nomogram bij 95% waarschijnlijkheid

steekproefomvang	waargenomen percentage in tabel				
	50	40	30	20	10
n = 50	13.9	13.6	12.7	11.1	8.3
n = 100	9.8	9.6	9.0	7.8	5.9
n = 200	6.9	6.8	6.4	5.5	4.2
<b>n = 233</b>	<b>6.4</b>	<b>6.3</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>3.9</b>
n = 2.000	2.2	2.1	2.0	1.8	1.3

Formule voor random sample: 
$$\pm 1,96 * \sqrt{\frac{p \times q}{n}}$$

Hieronder is een voorbeeld opgenomen van een nomogram voor gewone steekproeven.

Nomogram bij 95% waarschijnlijkheid



### 1.6. Anonimiteit en opslag

Overeenkomstig de algemene procedure in het sociaal-wetenschappelijk en marktonderzoek zullen individuele gegevens, die R&M Matrix in het kader van dit onderzoek heeft verzameld, noch aan de opdrachtgever, noch aan derden worden verstrekt. Wat dit laatste betreft heeft R&M Matrix zich onderworpen aan de ICC/ESOMAR-code: "International Code of Practice, Marketing and Social Research". Daarnaast volgt R&M de gedragscode inzake de Wet Persoonsregistraties, zoals opgesteld door de V.M.O. en N.V.v.M. Vragenlijsten en/of ander schriftelijk materiaal wordt tijdelijk opgeslagen. Bestanden worden minimaal 2 jaar bewaard.



## 2. Telefonische enquête

### 2.1. Doel van het onderzoek

Samenvattend kan het doel van het onderzoek worden omschreven als het verkrijgen van informatie over en inzicht in de volgende onderwerpen:

- Contacten met DPS en het oordeel over deze contacten
- De adviesfunctie van DPS
- Oordeel en wensen over de communicatie en informatie van DPS
- Oordeel en wensen over de rolverdeling binnen de driehoeksverhouding (Werkgever-DPS-SPF) en specifiek de functie van het eerste aanspreekpunt
- Wensen t.a.v. DPS/SPF voor de toekomst

### 2.2. Methode van onderzoek

Als methode van onderzoek is gebruik gemaakt van individuele vrije interviews. Dit is een kwalitatieve methode van onderzoek wat impliceert dat aan de uitkomsten primair een heuristische en indicatieve waarde mag worden toegekend en geen absolute waarde in die zin dat de uitkomsten automatisch mogen worden gegeneraliseerd voor de totale populatie. Het betreft een inventarisatie van opvattingen en indrukken onder respondenten waarvan op basis van hun kenmerken bij voorbaat is verondersteld dat ze relevant zijn voor de probleemstelling van het onderzoek.

### 2.3. Organisatorische gegevens

- Aantal interviews : 3
- Aantal respondenten : 3
- Interviewer : Maud Peeters, projectleider
- Duur van de interviews : ca. 30-45 minuten
- Gehanteerd materiaal : - checklist (zie bijlage)  
- audio-opname

### 2.4. Kenmerken respondenten

De respondenten zijn werknemers van SABIC en hebben een van de volgende functies: HR beleid en uitvoering P&O/ HR Support. De verdeling is als volgt:

#### *Functie*

- Uitvoering : 2
- Beleid : 1

#### *Geslacht*

- man : 2
- vrouw : 1

## **Bijlage 2: Aankondigingsbrief**





## **Bijlage 3: Vragenlijst**





## **Bijlage 4: Checklist**



