



KPS lanceert de Nationale Pensioendag op 4^e donderdag in juni

"Morgen wordt alles anders, Alles beter en alles nieuw", met deze songtekst opent Helen Heijbroek, voorzitter van de KPS, het zomercongres van de Kring van Pensioenspecialisten. De woorden 'anders' en 'beter' keren meermaals terug in het thema van dit zomercongres: *van A naar Beter Communicatie*.

Het 'nieuw' staat voor de Nationale Pensioendag die tijdens dit congres wordt gelanceerd met de oproep om de pensioendeelnemer te bewegen in ieder geval één dag per jaar te wijden aan zijn pensioen. Pensioen dat een belangrijk onderdeel is van zijn financiële planning en doorwerkt in het inkomen van nu en later. Maar hoe bereik je die deelnemer? Wat voegt de nieuwe wet Pensioencommunicatie toe aan alle

 #Kringpensioen Elke 4e donderdag in juni
#nationalepensioendag goed om stil te staan bij je persoonlijke pensioensituatie! @Kringpensioen

eerdere pogingen hem te bereiken?



Op originele wijze maken Alfred Kool en Martijn Leppink vanaf het balkon van de theaterzaal van Antropia duidelijk dat ieder vanuit een eigen perspectief informatie tot zich neemt en eigen prioriteiten stelt. Met dat gegeven dient de pensioenprofessional rekening te houden als hij zich richt tot de pensioendeelnemer. Zo schrijft de nieuwe wet Pensioencommunicatie voor dat de informatie erop gericht is dat de pensioendeelnemer:

- weet hoeveel pensioen hij kan verwachten
- kan nagaan of dat voldoende is
- zich bewust is van de risico's van de pensioenvoorziening.
- weet welke keuzemogelijkheden hij heeft
- (bovenal) handelingsperspectief krijgt

Voordat gericht communiceren mogelijk is dient er flink gewerkt te worden aan het imago van de pensioensector aldus Rik Riezebos (Eurib, brand, design & reputation management). Dat imago staat goed communiceren in de weg in een tijd waarin de effecten van de financiële crisis nog steeds merkbaar zijn. Riezebos toont praktijkvoorbeelden van organisaties die zich bewust hebben gericht op reputatiemanagement. Een goede reputatie vormt een 'buffer van maatschappelijk krediet' (zo is bijvoorbeeld 60% van de marktwaarde van een organisatie toe te schrijven aan reputatie). Daarbij speelt communicatie, maar met name gedrag een belangrijke factor: gedrag van de bestuurders, de medewerkers en de betrokken stakeholders. Riezebos concludeert dat de pensioensector moet investeren in zowel reputatie- als brand (merk) management willen de inspanningen die de sector verricht in het kader van de wet Pensioencommunicatie ook werkelijk succesvol zijn.



Vervolgens nodigt dagvoorzitter Jan Willem van den Brink de aanwezigen uit om onder leiding van een gids in groepjes langs diverse pitches te gaan. Deze pitches brengen duidelijk in beeld waartoe Riezebos de zaal had opgeroepen: "Communiceer met de deelnemer vanuit een positieve motivatie!"

Tools voor deze positieve beleving worden in pitches aangereikt door:

1. Ronald Gort – digitaal Pensioeninzicht
2. Martijn Leppink – digitale tool TKP
3. Koos Liefjijn - het Financieel Paspoort
4. Résalieke Vlieger – ontwikkelingen mijnpensioenoverzicht
5. Dick Boeijen – solidariteit
6. Lars Ruiterkamp – 6 principes van beïnvloeding
7. Eric Veldpaus – de toegevoegde waarde van pensioenbeleggen



 [#Kringpensioen](#) @Leppinkm betoogt gloedvol over digitale [#pensioenfond](#)s tijdens zomercongres [#KPS](#) @Kringpensioen



 [#Kringpensioen](#) 25 jun.: @Resalieke Vlieger demonstreert nieuwe site [#mijnpensioenoverzicht](#) tijdens zomercongres [#KPS](#) @Kringpensioen





In de centrale afsluiting worden de aanwezigen door dagvoorzitter Jan Willem van den Brink, getriggert door zijn pitch met passie. Aan de hand van het 'luciferverhaal' gaan zij aan de slag met de opdracht in een korte pitch aan directe buurman/-vrouw, of straks bij de barbecue, aan te geven "wat je beweegt, wat je toegevoegde waarde is en voor welk probleem ze vooral jou moeten bellen". In de brandtijd van een lucifer moet duidelijk worden wat je passie is en met welk vraagstuk je voor hen je het vuur uit de sloffen loopt.

 **#Kringpensioen** Mooie uitspraak tijdens het zomercongres over Pensioen communicatie. ' Als je het *niet* eenvoudig uit kan leggen begrijp je het *niet goed genoeg*'



Daarop volgen geanimeerde gesprekken

.....die tijdens de barbecue nog worden voortgezet.



Klik hier voor [plenaire presentaties](#), [de pitches](#) en [foto's](#) van het Zomercongres.
150702 JK