

Pensioencommunicatie die je écht raakt

Iedereen kent het: je krijgt informatie over je pensioen, leest de eerste regels en haakt halverwege af. Niet omdat pensioen onbelangrijk is, maar omdat het te algemeen is, te ingewikkeld voelt of niet aansluit bij wat jij op dat moment nodig hebt.

En juist daar zit een enorme kans, én een groeiende verplichting die we niet moeten onderschatten.

Van doelgroep naar mens

De sector praat veel over keuzebegeleiding, activatie en passende communicatie. Terecht. Maar laten we eerlijk zijn: “u of je” is geen begeleiding. Hyperpersonalisatie klinkt als een groot woord, maar betekent iets heel logisch. Mensen beter bedienen door communicatie af te stemmen op wie ze zijn, wat ze weten en wat ze nodig hebben. De ene deelnemer wil snel zien wat een keuze betekent voor later. De ander wil rust en uitleg in gewone taal. Waarom zouden we ze hetzelfde blijven aanbieden?

De lat gaat omhoog, elk jaar opnieuw

De compliance verplichtingen rond keuzebegeleiding en zorgplicht zullen de komende jaren fors toenemen. De open normen in de Wtp krijgen via toezicht en jurisprudentie steeds concretere invulling, en vanuit Europa komt daar een nieuwe laag bovenop. De IORP II richtlijn wordt momenteel herzien, waarin een algemene zorgplicht voor pensioenuitvoerders wordt geïntroduceerd. Wie denkt dat de huidige inrichting van keuzebegeleiding voldoende toekomstbestendig is, komt bedrogen uit. De AFM roept ondertussen op om de mogelijkheden van datagedreven begeleiding te verkennen. Zorgvuldig, want helpen is iets anders dan sturen.

De echte uitdaging zit onder de motorkap

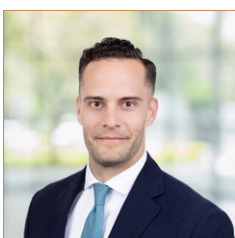
Wie serieus met keuzebegeleiding aan de slag gaat, merkt snel dat AI en content niet het probleem zijn. De vragen die tellen zijn: hebben we onze data onder regie en op kwaliteit? Praten onze systemen met elkaar (denk aan koppelingen met Nexus, MPR, FiDA)? Zijn rollen, mandaten en de driehoek uitvoerder, uitvoering en werkgever écht belegd? En hebben we een meetkader dat verder gaat dan bereik, óók op begrip, gedrag en toegankelijkheid?

Doorontwikkeling en volwassenheid vragen om een integrale aanpak, van strategie en governance tot processen, mensen en technologie. Veel uitvoerders werken op deelgebieden nog reactief. Dat is geen schande, maar wél een opdracht.

Klein beginnen, groot denken, en nu

Volledige hyperpersonalisatie is niet morgen geregeld. Maar wachten kan niet meer. Drie concrete opdrachten voor de tweede helft van 2026:

1. Bepaal de stip op de horizon. Wat is jullie visie op keuzebegeleiding 2.0 en waar staan jullie vandaag qua volwassenheid?
2. Zet je datafundament op orde. Van KTO-integratie tot een eerste koppeling van CX data aan doelstellingen per klantreis.
3. Leg vast, meet en leer. Zonder onderbouwing van keuzes en een werkende verbetercyclus is elke ambitie kwetsbaar.



Dit zijn de vraagstukken voor de komende periode. Pensioencommunicatie die écht raakt is geen hype en geen luxe. Het is de logische, en juridisch steeds noodzakelijkere, volgende stap. Niet meer zenden, maar aansluiten bij de mens achter het pensioen.

Welke stap zet jij deze zomer?