

# Kwaliteit van pensioencommunicatie ontrafeld

Een empirisch onderzoek naar de  
kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie en  
de informatiebehoefte en gebruikersproblemen van  
deelnemers in de KLM Pensioenfondsen



# Kwaliteit van pensioencommunicatie ontrafeld

Een empirisch onderzoek naar de  
kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie en  
de informatiebehoefte en gebruikersproblemen van  
deelnemers in de KLM Pensioenfondsen

10 augustus 2006

Afstudeerscriptie voor de master Communication Studies

Universiteit Twente, Enschede

Jolande van Erkel

In opdracht van Blue Sky Group B.V.

Onder de pensioenfondsen:      Stichting Algemeen Pensioenfonds KLM  
                                                 Stichting Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM  
                                                 Stichting Pensioenfonds KLM Cabinepersoneel

Afstudeercommissie:

Universiteit Twente:      Dr. R.F. Klaassen  
                                         Prof. Dr. M.F. Steehouder

Blue Sky Group:          Ir. A.A.J. Brands, Communicatieadviseur



## Samenvatting

Pensioenfondsen staan vandaag voor een grote communicatieve uitdaging. Enerzijds moeten pensioenfondsen steeds meer begrijpelijke informatie gaan verstrekken voor het vergroten van het pensioenbewustzijn van deelnemers. Anderzijds moeten pensioenfondsen de gevolgen van de afschaffing van het prepensioen en de VUT-regeling uitleggen aan de deelnemers. Gezien de voor de deelnemers vaak vervelende consequenties en de beperkte speelruimte van pensioenfondsen voor het ontwerpen van zogenaamde overgangsregelingen voor 55-plussers, ligt er bij pensioenfondsen een belangrijke en moeilijke taak. Een kwalitatief goede pensioencommunicatie in de vorm van begrijpelijke informatie en het scheppen van duidelijkheid en rust onder de deelnemers is voor pensioenfondsen dan ook onmisbaar.

Een dienstverlener die voor deze communicatieve uitdaging staat is Blue Sky Group (BSG). Dit is een uitvoeringsorganisatie van pensioenfondsen die zich toelegt op het adviseren en ondersteunen van pensioenfondsen en hun deelnemers. Na jarenlang onderdeel van de Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM) te zijn geweest, is BSG sinds 1999 een zelfstandige onafhankelijke organisatie. Bij de verzelfstandiging van BSG is een prestatiecontract opgesteld voor de drie pensioenfondsen van de KLM. In dit contract is vastgelegd dat met de komst van nieuwe opdrachtgevers de dienstverlening van BSG aan de deelnemers in de KLM-Pensioenfondsen kwalitatief niet achteruit mag gaan. De hiervoor uitgevoerde dienstverleningsonderzoeken wijzen op een lichte daling van de kwaliteit van de dienstverlening. Hoe de dienstverlening van BSG verbeterd kan worden blijft echter onduidelijk uit deze onderzoeken.

Naast dat met het in dit rapport onderzoek de kwaliteit van de pensioencommunicatie van BSG is vastgesteld, geeft dit onderzoek uitvoeringsorganisaties van pensioenfondsen inzicht in de manier waarop zij kunnen omgaan met de communicatie naar deelnemers in pensioenfondsen. In de eerste plaats zijn de kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie in kaart gebracht. Ten tweede is de informatiebehoefte van de deelnemers vastgesteld. Uitvoerders van pensioenfondsen worden hierdoor in staat gesteld de communicatieactiviteiten beter af te stemmen op de deelnemers.

Voor het meten van de kwaliteit van (pensioen)communicatie is er geen theoretisch gefundeerde vragenlijst voorhanden. Wel hebben verschillende disciplines binnen de Communicatiewetenschap aanknopingspunten voor het meetbaar maken van de kwaliteit van pensioencommunicatie. De kwaliteit van pensioencommunicatie is in dit onderzoek gemeten door middel van een grootschalige kwantitatieve survey. De vragenlijst is samengesteld uit het SERVQUAL-model voor het meten van de kwaliteit van dienstverlening, de voorwaarden voor effectiviteit en vragen over de informatiebehoefte van de deelnemers. In totaal hebben 520 deelnemers in de KLM-Pensioenfondsen de vragenlijst teruggestuurd of via internet ingevuld.

De eerste onderzoeksvraag heeft betrekking op het meetbaar maken van de kwaliteit van pensioencommunicatie en welke kwaliteitsindicatoren hierbij een rol spelen. Uit het onderzoek is

naar voren gekomen dat de beoordeling van de kwaliteit van een communicatiemiddel afhangt van de functie van het middel. Bij een functie van een communicatiemiddel hoort een bepaalde set kwaliteitsindicatoren. Zo wordt een tijdschrift voornamelijk beoordeeld op de informatiegraad, een persoonlijk overzicht op de begrijpelijkheid en een website op het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie. Kwaliteit van pensioencommunicatie is dan ook geen eenheidsworst, de kwaliteit van de communicatiemiddelen moet afzonderlijk worden gemeten. Het in dit onderzoek gebruikte meetinstrument is goed bruikbaar voor het meten van de kwaliteit van pensioencommunicatie. De gevonden kwaliteitsindicatoren verklaren een aanzienlijk deel van de rapportcijfers van de communicatiemiddelen.

De tweede onderzoeksvraag heeft betrekking op de verbetering van de pensioencommunicatie van BSG. De kwaliteit van de pensioencommunicatie wordt door de deelnemers gematigd positief beoordeeld. Er is dan ook ruimte voor verbeteringen. Door het verbeteren van de persoonlijke fit met de deelnemers en de presentatie van het deelnemersblad Focus aan te passen kan de kwaliteit van het blad worden verhoogd. Hiernaast moeten het pensioenoverzicht en de toelichting begrijpelijker worden gemaakt voor een hogere beoordeling. Op de website moeten de deelnemers persoonlijke informatie kunnen raadplegen.

Uit de resultaten van de survey blijkt dat een van de drie onderzochte pensioenfondsen, het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel, structureel een negatiever oordeel velt over de kwaliteit van de communicatiemiddelen. Bij dit pensioenfonds is een aanvullend exploratief onderzoek verricht in de vorm van een focusgroep-sessie. Hieruit is naar voren gekomen dat de kwaliteit van pensioencommunicatie zich niet op een eilandje bevindt. Omstandigheden in het land en bij de werkgever en de hierdoor ontstane sfeer beïnvloeden de beoordeling van de kwaliteit van pensioencommunicatie.

Het sleutelwoord voor kwaliteit van pensioencommunicatie blijkt steeds weer het leveren van persoonlijk relevante informatie. Welke persoonlijk relevante informatie het communicatiemiddel aan de deelnemers moet leveren is afhankelijk van de functie van dat middel. Zo moet een deelnemersblad de deelnemers op de hoogte houden, een persoonlijk overzicht inzicht geven in de persoonlijke situatie en een website dient voor het kunnen berekenen van verschillende scenario's met persoonlijke gegevens. Hiernaast blijkt dat wanneer deelnemers onzekerheid ervaren, zoals nu door de afschaffing van het prepensioen en de VUT-regeling, er informatie wordt gezocht. De gevolgen van onzekerheid voor de beoordeling van de kwaliteit van pensioencommunicatie moeten dan ook niet worden onderschat. De informatiebehoefte van de deelnemers moet constant in de gaten worden gehouden, zodat de communicatie blijft aansluiten aan de behoeften van de deelnemers. Met het geven van procesinformatie kan pensioencommunicatie het informatiezoekproces van de deelnemers ondersteunen.

De bevindingen uit dit onderzoek passen binnen de maatschappelijke en economische ontwikkelingen van de laatste decennia. De toegenomen welvaart heeft geleid tot een toegenomen vraag naar diensten. Consumenten stellen hierbij steeds hogere kwaliteitseisen. Dienstverleners worden dan ook geconfronteerd met een toenemend aantal kritische consumenten die 'waar voor hun geld' eisen.

## Abstract

Today, in the Netherlands, pension funds stand for a big challenge in communication. They have to provide their participants with easily understood information to make them more aware of their retired pay. On the other hand, they have to explain the consequences of the abolishment of the pre-pension and the VUT-arrangement. Due to the drastic changes for the participants, this is not an easy task. Pension communications of high quality can help to create clarity and to make the participants feel at ease.

One service organisation that stands for this challenge is Blue Sky Group (BSG). This is an organisation which manages several pension funds, also providing them with advice and support. Since 1999, after years of being a part of Royal Dutch Airlines (KLM), BSG is an independent organisation. BSG has a performance agreement with KLM for the quality of the service delivered to the participants in the KLM pension funds. According to the participants the quality of the services provided by BSG are on a slow decline. However, in what manner the quality of the delivered service can be improved is unclear.

Besides that the here reported research measured the quality of the pension communications of BSG, this research could also help other service organisations to manage their pension communications. At first, the indicators of the quality of pension communications were identified. Secondly, the need for information of the participants was measured. These way service organisations can adjust their pension communications to the needs of their participants.

A dedicated instrument for the measurement of the quality of pension communications is not yet available in the literature. However, the Communication science literature contains some clues for such an instrument. Normally, the quality of these types of communications is measured in a large quantitative survey. The questionnaire used contains questions derived from the SERVQUAL-model for the measurement of the service quality, the terms of their effectiveness, and questions about the need for information of the participants. In total 520 participants in the KLM-pension funds returned the questionnaire by mail or internet.

The first research question refers to the measurement of the quality of pension communications and its quality indicators. This research shows that the quality of a means of communication depends on its function. A function of a means of communication implies a certain set of quality indicators. This way, a magazine is judged by its information content, a personal summary must be understandable, and a website should contain a secured section that provides the participant with personal information. Therefore, the quality of pension communications must be measured separately for each means of communication.

The generic questionnaire developed in this research should also be suitable for use in other research projects. The identified indicators explain a considerable quantity of the marks given by the participants for the means of communication.

The second research question refers to the improvement of the quality of the pension communications by BSG. The participants review the quality of the pension communications as moderately satisfactory. Therefore, there is room for improvement, and it is recommended that the quality of the magazine Focus should be enhanced by improving the personal fit of its contents. Secondly, the pension summary and its explanation must be made better understandable. Thirdly, the participants must get access to their personal information on the website.

From the result of the survey it can be concluded that one of the three researched pension funds, the participants of the Pension fund 'KLM Cabin personnel' are rather negative about the provided services. Therefore, an additional explorative research in the form of a focus group session has been executed. The results show that the judgement of the quality of pension communications is influenced by external factors, such as governmental decisions, and changes in the company of the employees.

The key issue for high quality pension communications is the providing of personal relevant information. Which information a certain means of communication should contain depends on its function. A magazine has to keep the participants state of information up-to-date, a personal summary must give the participants insight in their personal situation, and participants want to be able to calculate the out comings of different scenarios on a website. Next to this, the research shows that when participants become feeling uncertain, they will start a search for information. The influence of uncertainty on the judgement of the quality of pension communications should not be ignored. The need for information of the participants must constantly be measured, so that the means of communication can be adjusted to the needs of the participants. By giving process information, the pension communications can also help the participants in their search for information.

The findings of this research fit into the social and economical developments of the last decennia. Due to the rise of prosperity, the service sector plays a large role in the Dutch economy and the world economy. Furthermore, the rise of prosperity has led to a growing demand in services, and consumers have rising demands for the quality of these services; there is a growing notion that consumers want value for their money.



## Voorwoord

Voor u ligt het eindresultaat van mijn afstudeeronderzoek in opdracht van Blue Sky Group. De afgelopen tijd is echt omgevlogen. De eerste keer dat ik op gesprek kwam lijkt dan ook nog maar kortgeleden. Ondanks de snelheid waarmee het onderzoek verlopen is, is er veel werk verzet. In dit rapport vindt u een uitgebreid onderzoek naar kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie. Naast een meetinstrument voor het vaststellen van de kwaliteit van pensioencommunicatie, is er met dit onderzoek een eerste stap gezet de zogenaamde kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie in kaart te brengen.

Vanaf het begin heeft Blue Sky Group mij een stimulerende omgeving geboden voor het opzetten en uitvoeren van dit onderzoek. Bij de invulling van de opdracht is er steeds veel ruimte en vertrouwen aan mij gegeven. Met de medewerkers van de afdeling Bestuurs- en Bedrijfsondersteuning heb ik een ontzettend leuke en leerzame tijd gehad. Vanaf de eerste dag ben ik opgenomen in de groep, wat ik echt als een stimulans heb ervaren. Allemaal bedankt voor de steun en gezelligheid.

Een aantal mensen wil ik hier in het bijzonder bedanken. Ten eerste mijn begeleidster Anja Brands. Zonder haar was dit onderzoek onmogelijk, zij heeft binnen Blue Sky Group ruimte voor dit onderzoek gecreëerd. Hiernaast stond Anja altijd voor mij klaar voor het beantwoorden van vragen of voor een gezellig praatje. Ten tweede wil ik Astrid Meijer bedanken voor het regelen van alle benodigde middelen voor dit onderzoek. Van het regelen van enveloppen tot een vergaderruimte, op Astrid kon ik altijd rekenen. Niet te vergeten wil ik natuurlijk mijn kamergenoten Adinda Hansman en Olivier Hogeland bedanken voor de ontzettend gezellige tijd. Ook wil ik mijn begeleiders van de universiteit Twente, Rob Klaassen en Michaël Steehouder, bedanken voor het leveren van kritieken en het meedenken. Als laatste wil ik Eugène van Halder, vice-voorzitter van het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel, bedanken voor onder andere zijn hulp bij de organisatie van een bijeenkomst op Schiphol.

Tot slot, tijdens mijn studie en het schrijven van deze scriptie heb ik veel steun gehad van mijn familie, vrienden en vriendinnen. Vooral mijn vader, Lotte, Ineke, Eugène, Noortje en Wenche hebben mij steeds weten te motiveren. Ik waardeer jullie steun en vriendschap heel erg.

Amstelveen

Juli 2006

Jolande van Erkel



# Inhoudsopgave

|          |                                                                 |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>ACHTERGROND &amp; PROBLEEMSTELLING .....</b>                 | <b>15</b> |
| 1.1      | PENSIOENFONDSEN .....                                           | 15        |
| 1.2      | BLUE SKY GROEP .....                                            | 15        |
| 1.3      | KLM PENSIOENFONDSEN .....                                       | 16        |
| 1.4      | AANLEIDING VAN HET ONDERZOEK .....                              | 17        |
| 1.4.1    | Dienstverleningsonderzoek 2004 .....                            | 17        |
| 1.4.2    | Beleidskader communicatie 2006 - 2008 .....                     | 19        |
| 1.5      | MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE .....                               | 20        |
| 1.6      | VRAAGSTELLINGEN .....                                           | 20        |
| 1.7      | LEESWIJZER .....                                                | 21        |
| <b>2</b> | <b>THEORIE .....</b>                                            | <b>23</b> |
| 2.1      | SERVICES MARKETING .....                                        | 23        |
| 2.2      | KWALITEIT VAN DIENSTVERLENING .....                             | 24        |
| 2.2.1    | Conceptueel model .....                                         | 25        |
| 2.2.2    | Meetinstrument .....                                            | 25        |
| 2.2.3    | Kritiek op SERVQUAL .....                                       | 26        |
| 2.3      | VOORWAARDEN VOOR EFFECTIVITEIT .....                            | 26        |
| 2.4      | INFORMATIEBEHOEFTE & INFORMATIEZOEKEND GEDRAG .....             | 28        |
| 2.4.1    | Ontvangersgecentreerde model .....                              | 28        |
| 2.4.2    | Informatiebehoefte .....                                        | 28        |
| 2.4.3    | Information Seeking Approach .....                              | 29        |
| 2.5      | WETENSCHAPPELIJKE RELEVANTIE .....                              | 30        |
| 2.6      | OVERZICHT VRAAGSTELLINGEN .....                                 | 31        |
| <b>3</b> | <b>METHODE .....</b>                                            | <b>33</b> |
| 3.1      | METHODE VAN ONDERZOEK .....                                     | 33        |
| 3.2      | RESPONDENTEN .....                                              | 33        |
| 3.2.1    | Steekproeftrekking .....                                        | 33        |
| 3.2.2    | Steekproefsamenstelling .....                                   | 34        |
| 3.3      | VRAGENLIJST .....                                               | 35        |
| 3.3.1    | Kwaliteit van de communicatie .....                             | 35        |
| 3.3.2    | Informatiebehoefte .....                                        | 38        |
| 3.3.3    | Totaal oordeel .....                                            | 39        |
| 3.3.4    | Achtergrond variabelen .....                                    | 39        |
| 3.4      | PROCEDURE .....                                                 | 40        |
| 3.5      | ANALYSE .....                                                   | 40        |
| <b>4</b> | <b>RESULTATEN .....</b>                                         | <b>41</b> |
| 4.1      | KWALITEIT VAN FOCUS .....                                       | 41        |
| 4.1.1    | Bereik van Focus .....                                          | 41        |
| 4.1.2    | Dimensies van de kwaliteit van Focus .....                      | 42        |
| 4.1.3    | Beoordeling van de kwaliteit van Focus .....                    | 44        |
| 4.1.4    | Rapportcijfer voor de kwaliteit van Focus .....                 | 45        |
| 4.1.5    | Informatiebehoefte Focus .....                                  | 46        |
| 4.2      | KWALITEIT VAN HET PENSIOENOVERZICHT .....                       | 48        |
| 4.2.1    | Bereik van het pensioenoverzicht .....                          | 48        |
| 4.2.2    | Dimensies van de kwaliteit van het pensioenoverzicht .....      | 48        |
| 4.2.3    | Beoordeling van de kwaliteit van het pensioenoverzicht .....    | 50        |
| 4.2.4    | Rapportcijfer voor de kwaliteit van het pensioenoverzicht ..... | 51        |
| 4.2.5    | Informatiebehoefte pensioenoverzicht .....                      | 53        |

|         |                                                                                 |           |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3     | KWALITEIT VAN DE WEBSITES .....                                                 | 53        |
| 4.3.1   | Bereik van de websites.....                                                     | 54        |
| 4.3.2   | Dimensies van de kwaliteit van de websites .....                                | 54        |
| 4.3.3   | Beoordeling van de kwaliteit van de websites .....                              | 56        |
| 4.3.4   | Rapportcijfer voor de kwaliteit van de websites .....                           | 57        |
| 4.3.5   | Informatiebehoefte websites .....                                               | 58        |
| 4.4     | DEELCONCLUSIES.....                                                             | 59        |
| 4.4.1   | Kwaliteitsindicatoren .....                                                     | 59        |
| 4.4.1.1 | Focus .....                                                                     | 59        |
| 4.4.1.2 | Pensioenoverzicht.....                                                          | 60        |
| 4.4.1.3 | Websites .....                                                                  | 60        |
| 4.4.2   | Beoordeling kwaliteit van pensioencommunicatie BSG .....                        | 61        |
| 4.4.2.1 | Focus .....                                                                     | 61        |
| 4.4.2.2 | Pensioenoverzicht.....                                                          | 62        |
| 4.4.2.3 | Website.....                                                                    | 62        |
| 4.4.3   | Informatiebehoefte.....                                                         | 63        |
| 4.4.4   | Pensioenfondsen KLM-Cabinepersoneel.....                                        | 63        |
| 5       | <b>AANVULLEND EXPLORATIEF ONDERZOEK.....</b>                                    | <b>65</b> |
| 5.1     | METHODE.....                                                                    | 65        |
| 5.1.1   | Focusgroep.....                                                                 | 65        |
| 5.1.2   | Plus-en-minmethode .....                                                        | 66        |
| 5.2     | RESPONDENTEN.....                                                               | 67        |
| 5.3     | PROCEDURE.....                                                                  | 68        |
| 5.4     | ANALYSE.....                                                                    | 69        |
| 5.5     | RESULTATEN .....                                                                | 69        |
| 5.5.1   | Stelling 1 .....                                                                | 69        |
| 5.5.1.1 | Algemene sfeer.....                                                             | 69        |
| 5.5.1.2 | Ontevredenheid pensioencommunicatie.....                                        | 71        |
| 5.5.1.3 | Verbeterpunten .....                                                            | 71        |
| 5.5.2   | Stelling 2 .....                                                                | 72        |
| 5.5.3   | Stelling 3 .....                                                                | 73        |
| 5.5.4   | Stelling 4 .....                                                                | 73        |
| 5.5.5   | Evaluatie artikel uit Focus.....                                                | 74        |
| 5.5.6   | Evaluatie pensioenoverzicht .....                                               | 75        |
| 5.6     | TERUGKOPPELING NAAR DE RESULTATEN VAN DE SURVEY .....                           | 75        |
| 5.6.1   | Focus.....                                                                      | 76        |
| 5.6.2   | Pensioenoverzicht .....                                                         | 76        |
| 5.6.3   | Website .....                                                                   | 77        |
| 6       | <b>CONCLUSIE, DISCUSSIE &amp; AANBEVELINGEN .....</b>                           | <b>79</b> |
| 6.1     | CONCLUSIE.....                                                                  | 79        |
| 6.1.1   | Kwaliteit van pensioencommunicatie is geen eenheidsworst .....                  | 79        |
| 6.1.2   | Deelnemers gematigd positief over pensioencommunicatie van BSG.....             | 80        |
| 6.1.3   | Kwaliteit van pensioencommunicatie bevindt zich niet op een eilandje.....       | 81        |
| 6.1.4   | Vertaal ingewikkelde pensioenmaterie naar persoonlijk relevante informatie..... | 82        |
| 6.1.5   | Kritische deelnemers eisen ‘waar voor hun geld’ .....                           | 83        |
| 6.2     | DISCUSSIE .....                                                                 | 83        |
| 6.3     | AANBEVELINGEN VOOR BSG .....                                                    | 84        |
| 6.3.1   | Focus.....                                                                      | 85        |
| 6.3.2   | Website .....                                                                   | 86        |
| 6.3.3   | Pensioenoverzicht .....                                                         | 86        |
| 6.3.4   | Overige communicatiemiddelen .....                                              | 87        |
|         | <b>LITERATUURLIJST .....</b>                                                    | <b>89</b> |
|         | <b>BIJLAGE 1: BEDRIJFSINFORMATIE.....</b>                                       | <b>93</b> |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BIJLAGE 2: SCHRIFTELIJKE VRAGENLIJST .....</b>                     | <b>97</b>  |
| <b>BIJLAGE 3: BEGELEIDENDE BRIEF .....</b>                            | <b>105</b> |
| <b>BIJLAGE 4: ANTWOORDEN OP DE OPEN VRAAG FOCUS .....</b>             | <b>107</b> |
| <b>BIJLAGE 5: ANTWOORDEN OP DE OPEN VRAAG PENSIOENOVERZICHT .....</b> | <b>113</b> |
| <b>BIJLAGE 6: ANTWOORDEN OP DE OPEN VRAAG WEBSITES .....</b>          | <b>117</b> |
| <b>BIJLAGE 7: PROCEDURE FOCUSGROEP .....</b>                          | <b>119</b> |
| <b>BIJLAGE 8: PRESENTATIE FOCUSGROEP.....</b>                         | <b>125</b> |
| <b>BIJLAGE 9: ARTIKEL UIT FOCUS .....</b>                             | <b>127</b> |
| <b>BIJLAGE 10: PENSIOENOVERZICHT &amp; TOELICHTING.....</b>           | <b>131</b> |



# 1 Achtergrond & Probleemstelling

## 1.1 Pensioenfondsen

Pensioenen staan de laatste jaren volop in de belangstelling. Vanuit de overheid, pensioenorganisaties en andere instanties wordt gewerkt aan het vergroten van het pensioenbewustzijn van de Nederlander. Hierbij wordt gestreefd naar ‘bewust vertrouwen’ in plaats van ‘blind vertrouwen’. Bewust vertrouwen is gebaseerd op het inzicht van deelnemers van pensioenfondsen in de persoonlijke pensioensituatie. Landelijke campagnes gericht op specifieke doelgroepen in de Nederlandse samenleving moeten hieraan bijdragen. Ook pensioenfondsen en verzekeraars zoeken de laatste jaren vaker en opvallender de publiciteit (Beleidskader communicatie 2006-2008, 2005: 5-6). Zo is bijvoorbeeld in oktober 2005 een campagne gelanceerd door de Stichting Pensioenrijker.nl, over jongeren en pensioen onder de titel ‘Breng de toekomst dichterbij’. Voorlichting aan de deelnemers neemt dan ook een steeds belangrijkere plaats in binnen het communicatiebeleid van pensioenfondsen.

Naast dat pensioenen de laatste jaren meer ‘in the picture’ zijn komen te staan, hebben de pensioenfondsen te maken met ingrijpende veranderingen. Op 1 januari 2006 trad de Wet afschaffing fiscale facilitering Vut en Prepensioen en introductie levensloop in werking. Pensioenfondsen zijn daardoor genoodzaakt de pensioenregelingen aan te passen. In de praktijk heeft deze wet tot gevolg dat veel deelnemers onverwacht tot hun 65<sup>ste</sup> zullen moeten blijven doorwerken. Vanzelfsprekend heeft dit tot veel onrust geleid onder de Nederlandse beroepsbevolking.

Deze veranderingen zorgen ervoor dat pensioenfondsen vandaag staan voor een grote communicatieve uitdaging. Enerzijds moeten pensioenfondsen steeds meer begrijpelijke informatie gaan verstrekken voor het vergroten van het pensioenbewustzijn van deelnemers. Door de complexiteit van de Nederlandse pensioenmaterie is dit geen gemakkelijke taak. Anderzijds moeten pensioenfondsen de gevolgen van de afschaffing van het prepensioen en de VUT-regeling uitleggen aan de deelnemers. Gezien de voor de deelnemers vaak vervelende consequenties en de beperkte speelruimte van pensioenfondsen voor het ontwerpen van zogenaamde overgangsregelingen voor 55-plussers, ligt er bij pensioenfondsen een belangrijke en moeilijke taak. Een kwalitatief goede pensioencommunicatie in de vorm van begrijpelijke informatie en het scheppen van duidelijkheid en rust onder de deelnemers is voor pensioenfondsen dan ook onmisbaar.

## 1.2 Blue Sky Group

Een dienstverlener die voor deze communicatieve uitdaging staat is Blue Sky Group (BSG). Dit is een uitvoeringsorganisatie voor pensioenfondsen die zich toelegt op het adviseren en ondersteunen van pensioenfondsen en hun deelnemers. Na jarenlang onderdeel van de Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM) te zijn geweest is BSG sinds 1999 een zelfstandige onafhankelijke organisatie. BSG is dan ook actief bezig met het uitbreiden van haar activiteiten

naar nieuwe opdrachtgevers. Op dit moment verzorgt BSG de uitvoering van collectieve en individuele pensioenregelingen voor ruim 51.000 verzekerden en beheert de organisatie een vermogen van ongeveer 10 miljard euro (Jaarverslag BSG 2004, 2005: 2-3). De grootste klanten zijn tot op heden echter nog steeds de KLM Pensioenfondsen.

BSG levert haar klanten (indien gewenst) drie diensten (Algemene folder Blue Sky Group, 2004: 5-8):

- Pensioenadministratie en -advies;
- Vermogensbeheer;
- Bestuursondersteuning.

Pensioenadministratie en –advies, ook wel pensioenservice, richt zich voornamelijk op administratie, advies en communicatie. In het kader van de communicatie kan BSG zorgen voor de individuele informatievoorziening en pensioenadvies aan deelnemers. Bij alle activiteiten wordt er gestreefd naar heldere communicatie en voorlichting om deelnemers beter inzicht te geven in hun persoonlijke pensioensituatie, bijvoorbeeld met behulp van brieven of internet. Hierbij verzorgt BSG de communicatie naar de deelnemers in opdracht van de pensioenfondsen. Afzender van de pensioencommunicatie zijn dan ook altijd de pensioenfondsen, niet BSG.

Bij vermogensbeheer wordt advies gegeven over de strategische inrichting van beleggingsportefeuilles en de verdeling over de beleggingscategorieën.

De bestuursondersteuning omvat een breed terrein van beleidsondersteunende en –voorbereidende activiteiten. Tot bestuursondersteuning behoren ook algemeen juridisch advies, jaarverslaglegging, ontwikkeling en uitvoering van communicatiebeleid, ondersteuning bij het nakomen van wettelijke verplichtingen en externe vertegenwoordiging. Meer informatie over BSG is te vinden in bijlage 1.

### **1.3 KLM Pensioenfondsen**

De KLM heeft drie pensioenfondsen ondergebracht bij BSG, te weten Algemeen Pensioenfonds KLM, Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel en Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM. Onder het Algemeen Pensioenfonds KLM valt voornamelijk het (voormalige) grondpersoneel werkzaam bij KLM. Het Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM bestaat onder andere uit de (voormalige) vliegers van de KLM. En het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel bestaat uit het (voormalige) cabinepersoneel van de KLM. Binnen de KLM Pensioenfondsen wordt er een onderscheid gemaakt tussen drie verschillende groepen deelnemers. De actieve deelnemers zijn bezig met het sparen voor de oudedagvoorziening en zijn in loondienst bij de KLM. De gepensioneerde deelnemers zijn voormalige werknemers van KLM die pensioen genieten. Tot slot, de gewezen deelnemers zijn voormalige werknemers van KLM die zijn overgestapt naar een andere werkgever. Meer informatie over de KLM Pensioenfondsen staat in bijlage 1.

Voor de communicatie met de deelnemers van de KLM Pensioenfondsen voert BSG uiteenlopende communicatieactiviteiten uit. Deze activiteiten zijn in te delen in drie categorieën, mondelinge communicatie, schriftelijke communicatie en elektronische communicatie (Beleidskader communicatie 2006-2008, 2005: 15-18).



De mondelinge communicatie heeft voornamelijk een persoonlijk karakter en vindt grotendeels telefonisch plaats, of op verzoek van deelnemers via een gesprek op kantoor. Hiernaast worden er indien nodig voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd over bijvoorbeeld nieuwe regelingen. Zo worden bijvoorbeeld enkele keren per jaar Pensioen In Zicht-informatiedagen georganiseerd voor het Algemeen Pensioenfonds KLM. Dit zijn informatiebijeenkomsten waar deelnemers die 6 maanden voor hun eerst mogelijke pensioendatum worden voorgelicht en gelegenheid krijgen tot het stellen van vragen.

Bij de schriftelijke communicatie kan er een onderscheid worden gemaakt tussen algemene en persoonlijke schriftelijke communicatie. De algemene schriftelijke communicatie verloopt voornamelijk via het deelnemersblad Focus. Voor alle drie de KLM Pensioenfonds wordt een aparte versie uitgegeven, aangepast aan de verschillende doelgroepen. Hiernaast wordt er elk jaar een jaarverslag gepubliceerd en geeft BSG enkele brochures uit. De persoonlijke schriftelijke communicatie verloopt voornamelijk via het pensioenoverzicht, dat één keer per jaar aan alle deelnemers wordt toegezonden.

Tot slot, de elektronische communicatie. BSG beschikt over een eigen website ([www.blueskygroup.nl](http://www.blueskygroup.nl)). Hiernaast hebben de KLM Pensioenfonds ieder een eigen website ([www.klmgrondfonds.nl](http://www.klmgrondfonds.nl); [www.klmcabinefonds.nl](http://www.klmcabinefonds.nl); [www.klmvliegenderfonds.nl](http://www.klmvliegenderfonds.nl)). Op dit moment geeft BSG geen digitale nieuwsbrief uit, maar het bedrijf bezit hiervoor wel de mogelijkheden. Als alternatief kunnen bestuursleden van de pensioenfonds een abonnement op een dagelijks pensioenjournaal aanvragen (Beleidskader communicatie 2006-2008, 2005: 15-18).

## **1.4 Aanleiding van het onderzoek**

### **1.4.1 Dienstverleningsonderzoek 2004**

Bij de verzelfstandiging van BSG is een prestatiecontract opgesteld voor de drie pensioenfonds van de KLM. In dit contract is vastgelegd dat met de komst van nieuwe opdrachtgevers de dienstverlening van BSG aan de deelnemers in de KLM Pensioenfonds kwalitatief niet achteruit mag gaan. Er is afgesproken dat er regelmatig een dienstverleningsonderzoek zal worden uitgevoerd onder de deelnemers in de pensioenfonds. De deelnemers in de pensioenfonds moeten hierbij de totale dienstverlening van BSG met minimaal een 7,0 beoordelen.

In dit kader hebben in 2000, 2001 en 2004 reeds drie dienstverleningsonderzoeken plaatsgevonden. Deze onderzoeken zijn uitbesteed aan een onafhankelijke derde partij, R&M Matrix. De onderzoeken hebben als doel informatie over en inzicht in de volgende onderwerpen te verwerven (Cramwinckel & Boom, 2004):

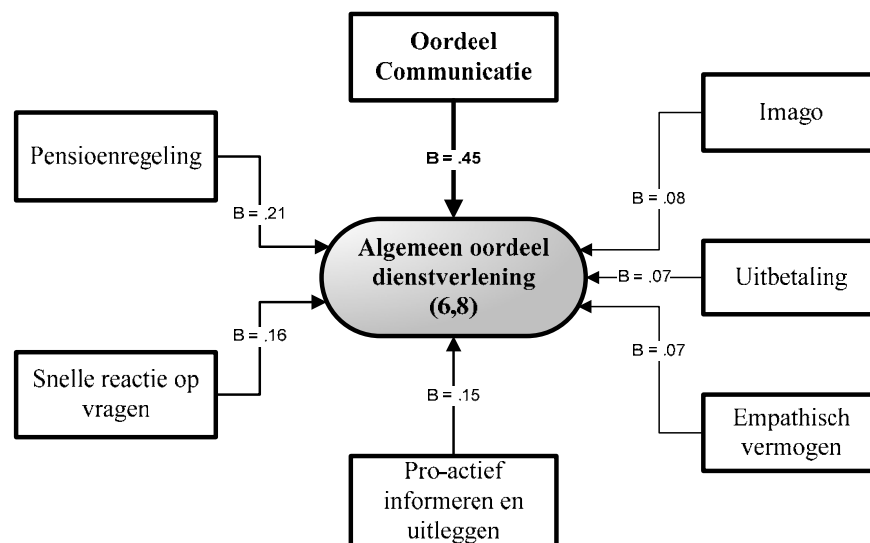
- Wat is het niveau van dienstverlening volgens actieve en gepensioneerde deelnemers van de drie KLM Pensioenfonds?
- Hoe wordt de communicatie vanuit de verschillende fonds door de deelnemers beoordeeld?
- Hoe ervaren de deelnemers de kwaliteitsindicatoren?

Hiervoor zijn grootschalige kwantitatieve onderzoeken uitgevoerd, met behulp van schriftelijke enquêtes. Hieronder volgen enkele conclusies van het dienstverleningsonderzoek van 2004.

Uit het onderzoek blijkt dat er een dalende trend zichtbaar is in de beoordeling van de kwaliteit van de dienstverlening. In 2000 en 2001 werd de totale dienstverlening beoordeeld met een 6,9. In 2004 blijkt de totale dienstverlening van BSG door de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen met een 6,8 lager beoordeeld te worden dan in de jaren ervoor. Voornamelijk de actieve deelnemers zijn over de hele lijn minder positief geworden. Met een nadere analyse is vastgesteld welke concepten samenhangen met de beoordeling van de totale dienstverlening. De resultaten hiervan staan weergegeven in figuur 1.

Uit deze analyse blijkt dat het algemene oordeel over de dienstverlening sterk samenhangt met de beoordeling door de deelnemers van de communicatie ( $B=.45$ ) van BSG. Op afstand volgen (2) de pensioenregeling, (3) snel reageren op vragen en (4) pro-actief informeren en uitleggen. Deze vier zaken hangen sterk samen met het uitgesproken oordeel over de dienstverlening in zijn geheel. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat de in het onderzoek gebruikte kwaliteitsindicatoren niet zijn gebaseerd op statistische toetsen. Ook is er in het dienstverleningsonderzoek niet nagegaan of het pro-actief informeren en uitleggen en de snelle reactie op vragen samenhangen met het door de deelnemers gegeven oordeel voor de communicatie.

*Figuur 1: Conceptendie samenhangen met de beoordeling van de dienstverlening*



Model Statistics  $R^2 = 63\%$

Noot: De sterkte van de samenhang wordt weergegeven door de 'B'. Hoe hoger deze 'B', hoe sterker de samenhang. Gebruik is gemaakt van Multiple Regressie met Varimax Rotatie.

Bron: Cramwinckel & Boom, 2004.

Omdat het oordeel over de communicatie een sterke samenhang blijkt te hebben met de totale beoordeling van de dienstverlening is in het onderzoek vervolgens een nadere analyse uitgevoerd naar welke aspecten het oordeel over de communicatie verklaren. Er blijken vijf zaken een hoge samenhang te vertonen met het algemene oordeel over de communicatie van het pensioenfonds: Focus ( $B= 0,29$ ), de pensioenopgave ( $B= 0,23$ ), pro-actief informeren ( $B= 0,20$ ), vaker informeren ( $B= 0,20$ ) en het imago van de uitvoeringsorganisatie BSG ( $B= 0,20$ ). Hierbij moet

wederom worden opgemerkt dat de kwaliteitsindicatoren door de onderzoekers op eigen inzicht zijn gekozen en niet op basis van een statistische analyse.

Ervaringen uit vergelijkbare onderzoeken hebben R&M Matrix geleerd dat dalingen in klanttevredenheid in de afgelopen jaren vaker voorkomen. Het hoeft niet per definitie te betekenen dat de prestaties ook daadwerkelijk zoveel slechter zijn geworden. Het is niet onlogisch te veronderstellen dat de huidige kabinetsplannen met betrekking tot VUT en prépensioen en de daarmee gepaard gaande onduidelijkheden, voor onrust zorgen. Deelnemers laten de pensioenregelingen niet voor niets zo zwaar in hun totaaloordeel met betrekking tot de dienstverlening meewegen. Het is daarom ook niet verwonderlijk dat R&M Matrix het advies geeft om een nader verdiepend kwalitatief onderzoek uit te voeren naar wat de informatiebehoefte precies omvat en hoe de verschillende communicatie-instrumenten zo effectief mogelijk daarvoor kunnen worden ingezet (Cramwinckel & Boom, 2004).

Bij de bevindingen van het dienstverleningsonderzoek moeten enkele kanttekeningen worden geplaatst. Naast de al genoemde beperkingen is er niet onderzocht of de daling van het oordeel van de totale dienstverlening significant is. Dit betekent dat niet is vastgesteld of er daadwerkelijk van een daling gesproken mag worden. Verder worden er in het rapport enkele causale verbanden als bewezen beschouwd, terwijl er alleen op samenhang tussen de variabelen is getoetst. Zo wordt er in het onderzoek gezegd dat het oordeel over de communicatie een grote invloed heeft op het oordeel over de totale dienstverlening. In werkelijkheid is er enkel een sterke samenhang gevonden tussen het oordeel over de communicatie en de totale dienstverlening. Ook is de in het onderzoek gebruikte vragenlijst erg algemeen. Deze geeft daardoor alleen een globaal beeld en geen inzicht in de redenen waardoor mensen de dienstverlening lager beoordelen. Dit onderzoek vormt een verdieping van het dienstverleningsonderzoek, zoals aanbevolen door R&M Matrix. Hiervoor zal het onderzoek zich richten op de communicatie van BSG naar de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen.

#### **1.4.2 Beleidskader communicatie 2006 - 2008**

Dit onderzoek wil naast het vaststellen van de kwaliteit van de communicatie van BSG een bijdrage leveren aan de doelstellingen van het beleidskader 2006 – 2008 van de KLM Pensioenfondsen. Het beleidskader heeft als thema ‘verbinding maken’. De communicatie van de KLM Pensioenfondsen richt zich in deze periode op het maken van verbinding met verschillende doelgroepen via verschillende communicatiemiddelen. Met een reeks van veranderingen in het vooruitzicht, op zeer korte en langere termijn, is communicatie nog nooit zo belangrijk en noodzakelijk geweest om aansluiting te houden met de verschillende doelgroepen. Deze veranderingen bieden tevens nieuwe kansen om contact te zoeken, te maken en uiteraard ook te behouden (Beleidskader communicatie 2006-2008, 2005: 3). Daarnaast blijkt ook uit het dienstverleningsonderzoek 2004 (Cramwinckel & Boom, 2004) dat de ontvankelijkheid voor informatie toeneemt.

In het beleidskader 2006-2008 is een communicatiestrategie geformuleerd om met de communicatie van BSG een verbinding tot stand te brengen tussen de pensioenfondsen en de deelnemers. Deze luidt als volgt (Beleidskader communicatie 2006-2008, 2005: 11-12):

- inzet van op de doelgroep afgestemde communicatiemiddelen;
- de communicatiemiddelen vullen elkaar aan en versterken elkaar, waarbij steeds wordt gekeken of hiermee invulling wordt gegeven aan de doelstellingen en kernwaarden van het pensioenfonds;
- communicatie staat in het teken van ‘het creëren van pensioenbeleving’. De activiteiten moeten bijdragen aan een positief beeld over pensioenen in het algemeen en specifiek het KLM Pensioenfonds.
- de communicatie is toegespitst op de fase waarin de primaire doelgroep zich bevindt.
- de doelgroepen komen op verschillende manieren via meerdere afzenders en kanalen in aanraking met hun Pensioenfonds, in communicatiemiddelen van bijvoorbeeld de werkgever of vakbonden.

Dit onderzoek kan door inzicht te verlenen in de informatiebehoefte en de kwaliteit van de huidige communicatiemiddelen bijdragen aan het behalen van de eerste vier doelstellingen van het beleidskader 2006-2008. Hierdoor kan BSG de door de deelnemers gewenste informatie verstrekken en de communicatiemiddelen beter op elkaar afstemmen.

## 1.5 Maatschappelijke relevantie

Met dit onderzoek wordt inzicht gegeven in de manier waarop uitvoeringsorganisaties van pensioenfondsden om kunnen gaan met de communicatie naar deelnemers in pensioenfondsden. In de eerste plaats is het van belang vast te stellen wat de door de deelnemers ervaren kwaliteit van de pensioencommunicatie van BSG is en welke kwaliteitsindicatoren hierbij een rol spelen. Hiernaast wordt de informatiebehoefte van de deelnemers in kaart gebracht. Uitvoerders van pensioenfondsden worden hierdoor in staat gesteld de communicatieactiviteiten beter af te stemmen op de deelnemers.

Het onderzoek heeft hiermee de volgende doelstellingen:

- Het vaststellen van de door de deelnemers ervaren kwaliteit van de pensioencommunicatie;
- De identificatie van de kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie;
- Inzicht geven in de informatiebehoefte van deelnemers in pensioenfondsden ten aanzien van pensioencommunicatie.

Samenvattend, het onderzoek is gericht op het doen van aanbevelingen voor de verbetering van de pensioencommunicatie van BSG.

## 1.6 Vraagstellingen

Om aan de doelstellingen te kunnen voldoen zijn de onderstaande onderzoeksvragen geformuleerd. Deze onderzoeksvragen zullen in het volgende hoofdstuk, op basis van relevante literatuur en theorieën, worden uitgesplitst in deelvragen. De hoofdvragen van dit onderzoek luiden:

1. *Hoe kan de kwaliteit van pensioencommunicatie worden gemeten?*
2. *Hoe kan de pensioencommunicatie van Blue Sky Group beter worden afgestemd op de deelnemers in de KLM Pensioenfondsden?*

## 1.7 Leeswijzer

In hoofdstuk 2, *Theorie*, wordt het theoretisch kader van het onderzoek geschetst. Hierbij zullen de deelvragen van dit onderzoek worden geformuleerd. Vervolgens wordt in hoofdstuk drie, *Methode*, de opzet van het onderzoek besproken. In het vierde hoofdstuk, *Analyse & resultaten*, worden de resultaten van het onderzoek besproken. In hoofdstuk 5, *Aanvullend exploratief onderzoek*, worden de methode en de resultaten van het exploratief verdiepend onderzoek besproken. In hoofdstuk 6, *Conclusie, Discussie & Aanbevelingen*, staan de conclusies van het gehele onderzoek, volgt een discussie en staan de aanbevelingen voor de pensioencommunicatie van BSG.



## 2 Theorie

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader van dit onderzoek geschetst. Aangezien er geen theoretisch gefundeerde vragenlijst bestaat voor het meten van de kwaliteit van (pensioen)communicatie wordt in dit hoofdstuk gebruik gemaakt van literatuur afkomstig van verschillende thema's binnen de communicatiewetenschap. Na de bespreking van de relevante literatuur en theorieën zijn enkele deelvragen geformuleerd. Het eerste gedeelte van dit hoofdstuk bevat een algemene inleiding over de ontwikkeling van het onderzoeksdomein services marketing, waaraan de in dit onderzoek gebruikte dienstverleningsliteratuur is ontleend. Hierop volgt in paragraaf twee een gedeelte waarin de kwaliteit van dienstverlening centraal staat. Naast dat de communicatie van BSG gezien kan worden als dienstverlening, kan het ook worden gezien als voorlichting aan de deelnemers in de pensioenfondsen. In paragraaf drie wordt daarom aandacht besteed aan de voorlichtingsliteratuur gestelde 'voorwaarden voor effectiviteit'. Paragraaf vier gaat in op informatiebehoefte en informatiezoekend gedrag. In paragraaf vijf volgt vervolgens een korte samenvatting van de besproken literatuur. Hierbij wordt de samenhang van de literatuur en de wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek uiteengezet. Tot slot staan in paragraaf zes de onderzoeks- en deelvragen van dit onderzoek weergegeven.

### 2.1 Services marketing

Onderzoek naar 'services marketing' heeft de laatste jaren een vlucht genomen. Met services marketing wordt de marketing van diensten bedoeld. Fisk, Bitner en Brown (1993) onderscheiden bij de ontwikkeling van dit onderzoeksgebied drie fasen: Crawling Out (1953-1980), Scurrying About (1980-1985) en Walking Erect (1986-heden).

De eerste fase, Crawling Out, begon toen de eerste onderzoekers zich gingen bezighouden met services marketing. De meerderheid van de literatuur geschreven in deze periode is conceptueel. De artikelen draaiden meestal om het vaststellen van definities over wat een dienst is en de marketing ervan. Er werd nog maar weinig empirisch onderzoek verricht. Waarschijnlijk de belangrijkste uitkomst van deze eerste fase is de vaststelling van kenmerken van diensten die hen onderscheiden van goederen. Deze verschillende kenmerken van diensten – ongrijpbaarheid ('intangibility'), ondeelbaarheid ('inseparability'), heterogeniteit ('heterogeneity'), en vergankelijkheid/ bederfelijkheid ('perishability') – leverden de onderbouwing voor de claim dat services marketing een ander gebied dan goederen marketing is (Fisk, Bitner & Brown, 1993).

In de Scurrying About fase verschoof de aandacht van het goederen versus diensten debat naar unieke onderwerpen van services marketing als bijvoorbeeld de kwaliteit van dienstverlening (Fisk, Bitner & Brown, 1993). Op de literatuur over de kwaliteit van dienstverlening zal dieper worden ingegaan in de volgende paragraaf.

In de fase waarin het onderzoeksveld zich tot heden bevindt, de Walking Erect fase, heeft services marketing een eigen plek veroverd binnen de marketing discipline. De periode kenmerkt zich door de explosieve groei in het aantal publicaties. De literatuur legt de nadruk op specifieke services marketing problemen als het managen van de kwaliteit van dienstverlening, het ontwerpen en beheersen van ongrijpbare processen, etc. Ook bevatten de publicaties meer

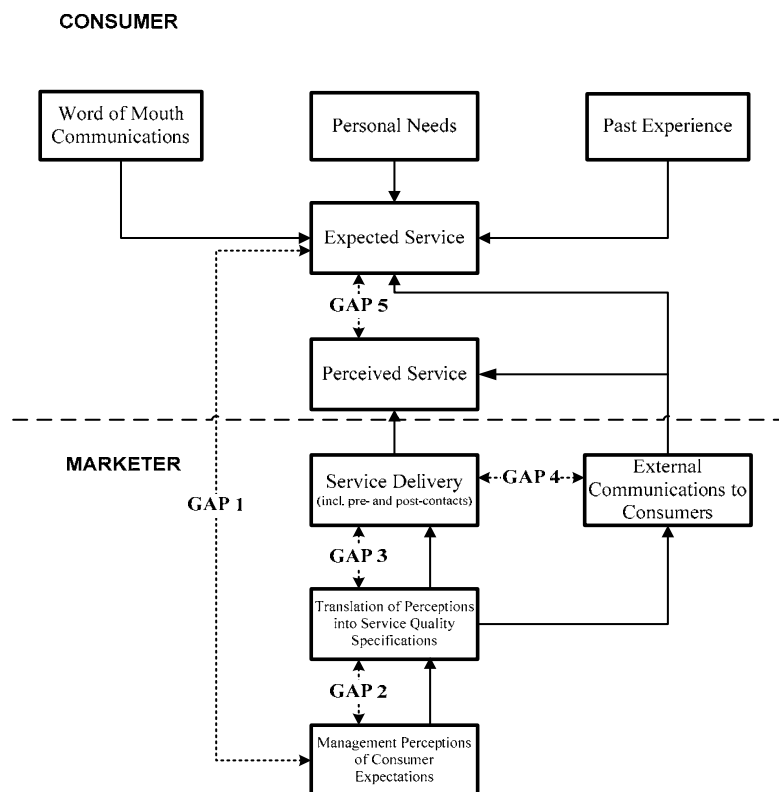
empirisch onderzoek en is het onderzoek meer theorie gedreven (Fisk, Bitner & Brown, 1993). Dit onderzoek maakt gebruik van literatuur afkomstig uit de tweede en derde periode van de services marketing over de kwaliteit van dienstverlening.

## 2.2 Kwaliteit van dienstverlening

De kwaliteit van dienstverlening is het meest onderzochte onderwerp binnen de services marketing. Het meeste van het recente werk kan worden toegeschreven aan de pioniers op dit gebied A. Parasuraman, V.A. Zeithaml en L.L. Berry. Deze onderzoekers leverden onder andere een conceptueel model, het Gaps Model, en een instrument voor het meten van de kwaliteit van de dienstverlening, 'SERVQUAL'.

Volgens Berry, Parasuraman en Zeithaml (1988a) is de kwaliteit van de dienstverlening een onderscheidend middel voor dienstverlenende organisaties. Kwaliteit wordt dan ook wel het machtigste concurrentie wapen van dienstverlenende organisaties genoemd. Kwaliteit van dienstverlening is het conformeren aan de voorwaarden van de consument. Het is de definitie van kwaliteit van de klant waar het om draait, in plaats van die van het management. Klanten bepalen de kwaliteit van de dienstverlening door een vergelijking te maken tussen verwachtingen en de uiteindelijke dienst. Voor het verkrijgen van een reputatie voor het leveren van een hoge kwaliteit moet een organisatie tegemoet komen aan de verwachtingen van de klant (Berry, Parasuraman, & Zeithaml, 1988a).

*Figuur 2: Conceptueel model van de kwaliteit van dienstverlening*



Bron: Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1988b.



### 2.2.1 Conceptueel model

Zeithaml, Berry en Parasuraman (1988b) hebben een conceptueel model, het Gap Model, ontwikkeld voor de kwaliteit van dienstverlening, zie figuur 2. Hierbij worden er vijf mogelijke ‘gaps’ onderscheiden:

- *Gap 1*: Het verschil tussen de verwachtingen van consumenten en de perceptie van het management van de verwachtingen van de consument;
- *Gap 2*: Het verschil tussen de perceptie van het management van de verwachtingen van de consument en de specificaties van de kwaliteit van dienstverlening;
- *Gap 3*: Het verschil tussen de specificaties van de kwaliteit van de dienstverlening en de geleverde service;
- *Gap 4*: Het verschil tussen de levering van diensten en wat er gecommuniceerd wordt over de diensten naar de consumenten;
- *Gap 5*: Het verschil tussen de door de consument gepercipieerde kwaliteit van de dienstverlening en de verwachtingen ten opzichte van de kwaliteit van de dienstverlening van de consument.

De vijfde gap komt hierbij overeen met de definitie die hierboven gegeven is voor de kwaliteit van dienstverlening. Namelijk, dat klanten de kwaliteit van de dienstverlening bepalen door een vergelijking te maken tussen verwachtingen en de uiteindelijk geleverde dienst (Berry, Parasuraman, & Zeithaml, 1988a).

### 2.2.2 Meetinstrument

De verwachtingen en perceptie van de kwaliteit van de dienstverlening van klanten kan worden gemeten door middel van het meetinstrument SERVQUAL. Dit is een meetinstrument dat organisaties helpt een diagnose te stellen over de sterke en zwakke punten van het kwaliteitsbeleid (Smidts, 2004: 182). Het meetinstrument stelt de verwachtingen en de door de klant gepercipieerde dienstverlening vast (Smidt, 1994: 167). Dit meetinstrument is gebaseerd op vijf dimensies waarop bij consumenten verwachtingen en percepties heersen ten aanzien van dienstverlening (Berry, Parasuraman, & Zeithaml, 1988a; Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1991; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1993a; Smidts, 1994).

- *Tangibles*: de tastbare aspecten van de dienst en dienstverlener, zoals de fysieke faciliteiten, apparatuur, voorkomen van personeel;
- *Reliability*: de mogelijkheid tot het leveren van de gewenste dienst, accuraat en consistent;
- *Responsiveness*: de bereidheid voor het leveren van een directe dienst en het helpen van klanten;
- *Assurance*: deskundigheid, beleefdheid/vriendelijkheid en mogelijkheid van medewerkers voor het verkrijgen van vertrouwen en zekerheid;
- *Empathy*: het voorzien van zorg, begrip en individuele aandacht aan klanten.

Klanten formuleren dus vooraf aan de dienstverlening verwachtingen op bovenstaande vijf gebieden voor de te verkrijgen dienst en hebben achteraf een perceptie van de dienstverlening op deze vijf dimensies. SERVQUAL meet naast de verwachtingen en de perceptie van de klant op de dienstverlening ook het belang dat de klant hecht aan de deze dimensies. Reliability blijkt hierbij als meest belangrijk te worden gezien door klanten. De boodschap van klanten aan

dienstverleners is duidelijk: “Be responsive, be reassuring and most of all, be reliable – do what you say you are going to do.” (Berry, Parasuraman, & Zeithaml, 1988a).

### 2.2.3 Kritiek op SERVQUAL

Uit onderzoek komen voornamelijk drie kritiekpunten op SERVQUAL naar voren. De eerste betreft de zogenaamde ‘vijfde gap’ waarop het meetinstrument is gebaseerd. Zoals gezegd bestaat het meetinstrument uit een vragenlijst met vragen voor het meten van de verwachtingen van de respondent ten aanzien van de dienst en een gedeelte dat de door de respondent gepercipieerde kwaliteit van de uiteindelijk geleverde dienst vast moet stellen. Uit onderzoek blijkt echter dat deze tweedeling beter niet kan worden gemaakt. Volgens Cronin en Taylor (1992; 1994) en Van Dyke, Kappelman en Prybutok (1997) is het meten van de verwachtingen niet valide. Het probleem is dat de respondenten altijd pas na de dienstverlening worden ondervraagd. Hierdoor zijn de gemeten verwachtingen beïnvloed door de uiteindelijk geleverde service. Zo kan een respondent zich bijvoorbeeld hebben gerealiseerd dat de vooraf gestelde verwachtingen niet realistisch zijn. Het meten van de oorspronkelijke verwachtingen is daardoor onmogelijk, wat een vergelijking tussen de verwachtingen en de uiteindelijk verkregen dienst onbruikbaar maakt. Cronin en Taylor (1992) hebben daarom als alternatief voor SERVQUAL een zogenaamde ‘performance-based’ instrument ontwikkeld, SERVPERF. Dit instrument bestaat alleen uit een vragenlijst met items over de door de respondent gepercipieerde dienstverlening. De kwaliteit van de dienstverlening wordt hier dus niet meer gezien als het verschil tussen de verwachte en uiteindelijk geleverde dienst, maar enkel uit de gepercipieerde dienstverlening. Een vergelijkend onderzoek naar SERVPERF en SERVQUAL (Cronin & Taylor, 1992) steunt SERVPERF. Het meetinstrument blijkt zelfs een hogere variantie te verklaren dan SERVQUAL.

Ten tweede laat het onderzoek van Cronin en Taylor (1992) zien dat de weging van de dimensies bijna tot geen betere resultaten opleveren in vergelijking met een niet gewogen vragenlijst. Al met al stellen Cronin en Taylor (1992) een aanzienlijke inkorting van SERVQUAL voor, doordat de verwachtingen items en de weging buiten de vragenlijst worden gehouden. Een studie van Brady, Cronin en Brand (2002) heeft de superioriteit van SERVPERF over SERVQUAL recent nogmaals bevestigd.

Als derde kritiekpunt stelt het onderzoek van Cronin en Taylor (1992) ook de dimensionaliteit van SERVQUAL ter discussie. In alle gevallen bleek bij een factoranalyse slechts één factor onderscheiden te kunnen worden. Ook bleken alle items sterk aan elkaar gecorreleerd te zijn. Voor een uitgebreid overzicht van alle kritieken op SERVQUAL wordt verwezen naar het artikel van Buttle (1996).

## 2.3 Voorwaarden voor effectiviteit

Naast dat de communicatie van BSG kan worden gezien als *dienstverlening* kan het ook worden gezien als *voorlichting* aan de deelnemers in de pensioenfondsen. Omdat de pensioencommunicatie van BSG voornamelijk bestaat uit schriftelijke communicatie in de vorm van het deelnemersblad Focus, het pensioenoverzicht met toelichting, de website en brieven, wordt hier aandacht besteed aan de ‘voorwaarden voor effectiviteit’ uit de voorlichtingsliteratuur.

De acht voorwaarden voor effectiviteit zijn een uitbreiding van de vier effecten van Van Woerkum (1984): ‘contact’, ‘kennismaking’, ‘begrip’ en ‘acceptatie’. Bij de uitbreiding en detaillering van deze effecten is uitgegaan van de vraag wat er nodig is voor een geslaagde beïnvloeding van kennis, attitude, vaardigheid of gedrag. Alle voorwaarden kunnen worden gerelateerd aan tekstelementen of kenmerken (De Jong & Schellens, 1995: 23).

Voorwaarden voor effectiviteit:

1. *Contact*: De beoogde lezers moeten in contact komen met de tekst en op grond van het uiterlijk ervan geneigd zijn deze te lezen. Contact is een noodzakelijke voorwaarde voor effectiviteit: alleen als de leden van de doelgroep in aanraking komen met de tekst, kan sprake zijn van invloed op hun kennis, attitude, vaardigheden of gedrag. [...]
2. *Selectie*: De beoogde lezers moeten de belangrijkste en de voor hen relevante passages in de tekst daadwerkelijk lezen. [...] Eigenlijk gaat het bij selectie weer om contact, maar nu niet met de tekst als geheel maar met kleinere tekstonderdelen. [...]
3. *Begrip*: De beoogde lezers moeten de geboden informatie begrijpen. Aan deze voorwaarden kunnen verschillende invullingen worden gegeven. Cruciaal is in ieder geval dat de hoofdpunten van de informatie duidelijk en onvervormd overkomen. Daarnaast is het van belang dat de leden van de doelgroep zelf het idee hebben dat zij de tekst gemakkelijk kunnen volgen. Is dat niet het geval, dan bestaat de kans dat zij als lezer zullen afhaken. [...]
4. *Acceptatie*: De beoogde lezers moeten de geboden informatie accepteren. Een noodzakelijke voorwaarde voor effectiviteit is dat de informatie in de tekst een duidelijke relatie heeft met de gewenste attitude- of intentiebeïnvloeding. Even belangrijk is het dat de leden van de doelgroep de kern van de informatie beschouwen als juist en realistisch. [...]
5. *Relevantie*: De informatie in de tekst moet voor de beoogde lezers relevant zijn. Deze voorwaarde heeft betrekking op het belang van de informatie voor de leden van de doelgroep. Wanneer een tekst geen informatie bevat die nieuw en relevant is voor de doelgroep, is een beïnvloeding van kennis, houding, vaardigheden of gedrag niet goed mogelijk. [...]
6. *Volledigheid*: De tekst moet op alle relevante vragen van de beoogde lezers een adequaat antwoord geven. Als de leden van de doelgroep na het lezen van de tekst met een behoefte aan aanvullende informatie blijven zitten, is aan deze voorwaarde niet voldaan. [...]
7. *Waardering*: De wijze waarop de informatie in de tekst wordt gepresenteerd, moet door de beoogde lezers als positief gewaardeerd worden. Deze voorwaarde heeft betrekking op de presentatie van de informatie in een tekst. Het kan bijvoorbeeld gaan om de globale benadering of aanpak, maar ook om de toegevoegde aantrekkelijke elementen, het taalgebruik, de toon of de structuur. [...]
8. *Toepasbaarheid*: De beoogde lezers moeten de geboden informatie (waar nodig) gemakkelijk in hun eigen situatie kunnen toepassen. Bij deze laatste voorwaarde gaat het om de praktische waarde van de informatie: de lezers moeten de informatie in de tekst gemakkelijk kunnen vertalen naar en gebruiken in praktijksituaties. Als er op dit terrein problemen zijn, dan is er een directe bedreiging voor de effectiviteit van de tekst (De Jong & Schellens 1995: 24-26).

## 2.4 Informatiebehoefte & Informatiezoekend gedrag

Bij voorlichting speelt ook de informatiebehoefte van de ontvangers een belangrijke rol. In deze paragraaf wordt hierop dieper ingegaan. Voor BSG is het als aanbieder van informatie belangrijk kennis te hebben van de informatiebehoefte van de deelnemers. Zo kan de communicatie van BSG optimaal worden afgestemd op de behoefte van de deelnemers. Hiernaast kan de mogelijke verklaring van R&M Matrix voor de dalende beoordeling van de dienstverlening van BSG worden onderbouwd door deze theorie.

### 2.4.1 Ontvangersgecentreerde model

Aan het idee dat mensen een bepaalde informatiebehoefte hebben ligt het in de Communicatiewetenschap heersende ‘ontvangersgecentreerde’ model ten grondslag. Aan het begin van de jaren ’50 heeft er in de Communicatiewetenschap een duidelijke heroriëntering plaatsgevonden. Voor deze omslag werd het ‘mediumgecentreerde’ model gehanteerd. Dit model wordt vaak omschreven in de vorm van Lasswells (1948) formule: “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect”. Dit model gaat dan ook uit van een lineair en eenzijdig verband tussen de zender en de passieve ontvangers. Begin jaren ’50 kwam het ontvangersgecentreerde model centraal te staan. Dit model wordt ook wel beschreven met het bekende citaat van Katz (1959): “What do people do with the media”. Het model stelt mensen, de ontvangers van massacommunicatieve boodschappen, centraal. Hiernaast thematiseert het model het omgaan van mensen met de massamedia en hun boodschappen, het gebruik maken van mediaal verspreide informatie, veelal vanuit een handelingstheoretisch perspectief. Binnen dit handelingstheoretische perspectief wordt het mediagebruik van de ontvanger benaderd als onderdeel van het normale sociale handelen (Renckstorf, 2001: 104-107). Omdat er in dit onderzoek verondersteld wordt dat mensen een bepaalde informatiebehoefte hebben, wordt uitgegaan van een actieve ontvanger.

### 2.4.2 Informatiebehoefte

Wat is een informatiebehoefte en hoe ontstaat deze? Muskens en Van Oorschot (1985) spreken van een behoefte als er een verschil bestaat tussen een bestaande en gewenste situatie. Er is sprake van een informatiebehoefte als dit verschil kan worden opgeheven door gebruik van informatie. Mensen hebben een informatiebehoefte als (Muskens & Van Oorschot, 1985: 14):

1. zij de situatie waarin zij verkeren, vanuit hun cognities en evaluaties, als problematisch definiëren;
2. zich een voorstelling maken van een gewenste situatie;
3. van mening zijn dat gebruik van informatie hen in staat kan stellen de bestaande situatie in de gewenste om te zetten.

De gewenste en gepercipieerde situatie wordt door mensen gedefinieerd op basis van hun persoonlijke ‘definitie van de situatie’. Deze definitie is het resultaat van een interactie tussen enerzijds ‘persoonlijkheidsfactoren’ en anderzijds ‘situationele factoren’. Persoonlijkheidsfactoren bestaan uit de cognities (kennis en inzicht) en evaluaties (normen en

waarden) van de persoon. Situationele factoren zijn factoren die te vinden zijn in de omgeving van de betreffende persoon. De aard en omvang van informatiebehoeften kunnen volgens Muskens en Van Oorschot (1985) tussen personen verschillen. Zij geven hiervoor drie redenen. Ten eerste kunnen mensen een ander inzicht in en kennis van de bestaande en/of gewenste situatie hebben, waardoor zij tot een eerdere of andere probleemervaring komen. Ten tweede kan er bij gelijk inzicht en kennis tussen twee personen een verschil in waardering bestaan omtrent kenmerken van de bestaande en/of de gewenste situatie. Deze waardering bepaalt of en in hoeverre deze kenmerken als problematisch respectievelijk nastrevenswaardig worden geacht. De laatste verklaring is dat bij gelijke cognities en evaluaties personen van mening verschillen over de vraag of en in hoeverre informatiegebruik van nut kan zijn (Muskens & Van Oorschot, 1985).

### 2.4.3 Information Seeking Approach

Indien er sprake is van een informatiebehoefte dan kan deze behoefte ertoe leiden dat er informatie wordt gezocht. De Information Seeking Approach bestaat uit drie hoofdvarianten en onderzoekt waarom mensen op zoek gaan naar informatie. De drie hoofdvarianten hebben gemeenschappelijk dat ze in elk geval één, maar tussen de varianten wel verschillend, basismotief voor het informatiezoekende gedrag van mensen veronderstellen. De drie hoofdvarianten van de Information Seeking Approach zijn (Renckstorf, 2001: 115-123):

- *De consistentie-theoretisch geïnspireerde variant:* het streven naar (cognitieve) consistentie;
- *De economisch-rationalistisch gefundeerde variant:* de rationele kosten/baten-afweging;
- *De coöriënterings-theoretische variant:* de ‘sociale bruikbaarheid’ van informatie.

De eerste variant gaat uit van een individu met een werkelijkheidsbeeld verdedigende rol. Bij de consistentie-theoretische variant staat selectiviteit centraal. Selectiviteit, die leidt tot het zoeken van respectievelijk het zich blootstellen aan, het verwerken, het interpreteren en het herinneren van consistente, bestaande opvattingen (cognities) ondersteunende informatie en het vermijden van discrepante informatie (Renckstorf, 2001: 116). Met andere woorden, mensen kunnen boodschappen die niet passen in hun eigen werkelijkheidsbeeld negeren. Wanneer er een conflicterend bericht wordt waargenomen kan er gekozen worden deze te negeren of overgaan tot actie. De actie bestaat hierbij uit het aanpassen van het werkelijkheidsbeeld (‘assess situation’) of het zoeken van informatie (Renckstorf & Nelissen, 1988: 23-25). Het uitgangspunt hierbij is altijd het streven naar balans, wanneer dit niet door het negeren van de boodschap of het aanpassen van het werkelijkheidsbeeld kan worden bereikt wordt er informatie gezocht. De tweede variant van de Information Seeking Approach lijkt voor dit onderzoek echter relevanter.

De tweede variant, de economisch-rationalistisch gefundeerde variant, heeft als uitgangspunt de bruikbaarheid van de informatie. Informatiezoekgedrag wordt hierbij gerelateerd aan de instrumentele bruikbaarheid. Dit is het verwerven van informatie teneinde problemen op te lossen of probleemsituaties het hoofd te bieden. Hiermee sluit deze variant aan bij de definitie van Muskens en Van Oorschot (1985) van een informatiebehoefte. Uitgangspunt voor de oplossing van problemen is daarbij een rationeel mensbeeld: het handelen is voortdurend gebaseerd op nutsmaximalisatie op grond van een kosten/baten afweging (Renckstorf, 2001: 115-123).

Atkin (1973), grondlegger van de economisch-rationalistische variant, richt zich bij de beschrijving van informatiezoekgedrag op de motieven die ten grondslag liggen aan de informatiebehoefte, ofwel de ‘individual need for information’, en het eventueel daarop volgende informatiezoekgedrag en de factoren die de instrumentele bruikbaarheid van informatie bepalen. Een individu gaat informatie zoeken indien de verwachte baten (‘reward value’) van de in te winnen informatie groter is dan de verwachte kosten van de te verrichten inspanningen. De behoefte aan informatie vloeit voort uit ervaren extrinsieke of intrinsieke onzekerheid (Atkin, 1973):

- Extrinsieke onzekerheid wordt bepaald door de discrepantie tussen de ‘*current state of certainty*’ en de ‘*criterion state of certainty*’ ten aanzien van een object;
- Intrinsieke onzekerheid resulteert uit verschillen tussen het gewenste kennisniveau (‘*goal state of knowledge*’) en het kennisniveau op een bepaald moment (‘*present state of knowledge*’).

Samengevat, volgens de economisch-rationalistisch gefundeerde variant van de Information Seeking Approach ontstaat er bij mensen een informatiebehoefte als er voor hen onzekerheid bestaat, bijvoorbeeld doordat er een discrepantie bestaat tussen het bestaande en gewenste kennisniveau. Als uit de kosten-baten analyse blijkt dat het de moeite waard is om deze onzekerheid op te lossen, dan zullen mensen informatiezoekend gedrag vertonen. Als dit wordt toegepast op de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen, dan kunnen implicaties worden afgeleid voor dit onderzoek. Bij grote veranderingen, als bijvoorbeeld nu rond het prépensioen en VUT, roept dit bij de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen onzekerheid op. Deze onzekerheid kan ervoor zorgen dat de deelnemers een informatiebehoefte hebben. Deze informatiebehoefte kan ervoor zorgen dat mensen informatiezoekend gedrag gaan vertonen. Het is dus van belang dat deelnemers in hun informatiebehoefte worden voorzien door de communicatie van BSG.

## 2.5 Wetenschappelijke relevantie

Na een uitgebreid literatuuronderzoek kan nu worden geconcludeerd dat er geen theoretisch gefundeerde vragenlijst voorhanden is voor het meten van de kwaliteit van (pensioen)-communicatie. Wel zijn er uit verschillende disciplines binnen de Communicatiewetenschap aanknopingspunten gevonden voor het meetbaar maken van de kwaliteit van (pensioen)-communicatie.

Ten eerste wordt het SERVQUAL-model afkomstig uit de ‘services marketing’ gebruikt. Met dit model wordt normaal gesproken de kwaliteit van dienstverlening gemeten. Aangezien de communicatie van BSG als *dienstverlening* aan de deelnemers kan worden gezien kan dit model bij het vaststellen van de kwaliteit van deze communicatie een belangrijke bijdrage leveren.

Ten tweede kan de communicatie van BSG ook gezien worden als *voorlichting* aan de deelnemers. In de voorlichtingskunde zijn zogenaamde voorwaarden voor effectiviteit opgesteld. Deze voorwaarden zijn gebaseerd op de vraag wat er nodig is voor een geslaagde beïnvloeding van kennis, attitude, vaardigheid of gedrag. Door na te gaan in hoeverre de communicatie aan deze voorwaarden voldoet kan dus de effectiviteit van de communicatie worden vastgesteld.

Ten derde is het bij voorlichting van belang te weten wat de informatiebehoefte van de deelnemers is. In dit hoofdstuk is aan de hand van het ontvangersgecentreerde model en de

Information seeking approach duidelijk gemaakt dat mensen zich tot media wenden om in een bepaalde behoefte aan informatie te voorzien. De vragenlijst voor het vaststellen van de kwaliteit van pensioencommunicatie bevat daarom ook vragen voor het meten van de informatiebehoefte van de deelnemers.

Kortom, de kwaliteit van (pensioen)communicatie zal door middel van een grootschalige kwantitatieve survey worden gemeten aan de hand van de kwaliteit van dienstverlening, de informatiebehoefte van de deelnemers en de voorwaarden voor effectiviteit. Hiermee hoopt dit onderzoek een theoretisch gefundeerde vragenlijst op te leveren voor het meten van de kwaliteit van pensioencommunicatie. De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek ligt dan ook in het bijdragen aan theorievorming en onderzoek naar:

- de kwaliteit van de communicatie van dienstverlenende organisaties en de wijze waarop dit kan worden gemeten;
- welke kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie een rol spelen;
- de informatiebehoefte van consumenten met betrekking op dienstverlenende organisaties.

## 2.6 Overzicht vraagstellingen

Met dit onderzoek wordt een antwoord gezocht op twee onderzoeksvragen. De eerste is theoretisch van aard, de tweede praktijkgericht. Om tot een bevredigend antwoord te komen op deze onderzoeksvragen zijn op basis van de literatuurstudie, zoals besproken in dit hoofdstuk, deelvragen geformuleerd. De onderzoeks- en deelvragen van dit onderzoek luiden:

***Hoe kan de kwaliteit van (pensioen)communicatie worden gemeten?***

1. ***Wat zijn de kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie?***

***Hoe kan de pensioencommunicatie van Blue Sky Group beter worden afgestemd op de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen?***

2. ***Wat is de door de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen gepercipieerde kwaliteit van de pensioencommunicatie van Blue Sky Group?***
3. ***Wat is de informatiebehoefte van de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen?***







## 3 Methode

In dit hoofdstuk wordt de methode van dit onderzoek besproken. Achtereenvolgens wordt in het hoofdstuk aandacht besteed aan de methode van onderzoek, de respondenten, de vragenlijst, procedure en de gebruikte analysemethoden.

### 3.1 Methode van onderzoek

De data voor het beantwoorden van deelvragen 1 t/m 3 zijn vergaard door een grootschalige kwantitatieve survey. Bij een survey, ook wel enquête genoemd, gaat het om een grootschalig beschrijvend onderzoek. Het doel is om de verdeling van verschijnselen, kenmerken en opinies in een bevolking of een groepering vast te stellen ('t Hart, Van Dijk, De Goede, Jansen en Teunissen, 1998: 229). Deze methode past dus goed bij het vergaren van relevante gegevens voor het beantwoorden van de deelvragen.

Een survey kan op drie manieren worden afgenomen, telefonisch, mondeling en schriftelijk. In dit onderzoek wordt er gekozen voor een schriftelijke vragenlijst. Dit omdat er gezien het aantal onderwerpen dat in de vragenlijst aan bod komt vrij veel vragen moeten worden gesteld. Telefonische enquêtes zijn hierdoor geen optie. Met een schriftelijke vragenlijst kunnen op een relatief goedkope manier veel mensen worden ondervraagd, zonder dat dit teveel tijd in beslag neemt. Bijkomend voordeel is dat bij schriftelijke vragenlijsten de kans op sociaal wenselijkheid wordt beperkt, wat de validiteit van de onderzoeksresultaten verhoogt ('t Hart et al., 1998: 186).

### 3.2 Respondenten

#### 3.2.1 Steekproeftrekking

Tot de populatie van dit onderzoek behoren alle deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. De operationele steekproef bestaat uit de actieve en gepensioneerde deelnemers in het Algemeen Pensioenfonds KLM (PF), Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel (PC) en Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM (PV). De gewezen deelnemers worden buiten de steekproef gehouden, omdat deze bijna geen contact meer hebben met BSG. Slechts één keer in de vijf jaar krijgen deze deelnemers een pensioenoverzicht en zij zijn uitgesloten van het deelnemersblad Focus. Er vindt dus bijna geen contact plaats tussen BSG en de gewezen deelnemers.

Om alle groepen voldoende vertegenwoordigd te hebben in de steekproef is gekozen voor een gestratificeerde aselechte steekproef. Hierbij wordt niet uit alle drie de fondsen in een keer een steekproef getrokken, maar is er eerst een onderscheid gemaakt tussen de pensioenfondsen. Binnen deze fondsen zijn vervolgens apart de actieve en gepensioneerde deelnemers getrokken. Zo is ervoor gezorgd dat de deelpopulaties, de drie verschillende fondsen en daarbinnen de verdeling gepensioneerden – actieven, voldoende vertegenwoordigd zijn. De steekproef is getrokken uit de adressenbestanden van de drie afzonderlijke fondsen. Deze zijn reeds bekend en up-to-date, omdat deze onder andere worden gebruikt voor het versturen van Focus, brieven en pensioenoverzichten.

De beoogde steekproef omvang is per pensioenfonds minimaal 100 respondenten (beoogde totale steekproefomvang: 300), daartoe zijn vanwege de verwachte non-response 600 respondenten (400 actieven en 200 gepensioneerden) uit het Algemeen pensioenfonds KLM; 400 respondenten (200 actieven en 200 gepensioneerden) uit het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel en 400 respondenten (350 actieven en 50 gepensioneerden) uit het Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM getrokken.

### 3.2.2 Steekproefsamenstelling

In totaal hebben 520 respondenten meegewerkt aan het onderzoek. Hiervan hebben 488 respondenten ingevuld in welk pensioenfonds zij deelnemen en of zij op dit moment wel/niet werkzaam zijn bij de KLM. Doordat er op internet de link naar de vragenlijst is geplaatst en de getrokken respondenten ook de mogelijkheid geboden is gebruik te maken van deze link, is het uiteindelijk responsepercentage niet berekenbaar.

In tabel 3.1 staat een overzicht van enkele demografische kenmerken van de respondenten. Vanaf hier worden de KLM Pensioenfondsen steeds met afkortingen aangeduid, 'PF' staat hierbij voor Algemeen Pensioenfonds KLM, 'PC' voor Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel en 'PV' voor Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM.

*Tabel 3.1: Demografische kenmerken van de respondenten per pensioenfonds*

|                         | PF          | PC         | PV         | Totaal      |
|-------------------------|-------------|------------|------------|-------------|
| <b>Werkzaam</b>         |             |            |            |             |
| Actief                  | 104 (43,7%) | 93 (82,3%) | 55 (40,1%) | 236 (48,4%) |
| Gepensioneerd           | 134 (56,3%) | 20 (17,7%) | 82 (59,9%) | 252 (51,6%) |
| Totaal                  | 238         | 113        | 137        | 488 (100%)  |
| <b>Geslacht</b>         |             |            |            |             |
| Man                     | 87,3%       | 33,0%      | 95,6%      | 77,2%       |
| Vrouw                   | 12,7%       | 67,0%      | 4,4%       | 22,8%       |
| <b>Opleidingsniveau</b> |             |            |            |             |
| Basisonderwijs          | 8,5%        | -          | -          | 4,1%        |
| VMBO                    | 23,9%       | 3,6%       | 2,9%       | 13,3%       |
| HAVO/VWO                | 17,9%       | 28,6%      | 26,3%      | 22,8%       |
| MBO                     | 24,4%       | 20,5%      | 8,0%       | 18,8%       |
| HBO/WO                  | 25,2%       | 47,3%      | 62,8%      | 41,0%       |
| <b>Leeftijd</b>         |             |            |            |             |
| 0 - 19                  | -           | -          | -          | -           |
| 20 - 39                 | 8,1%        | 36,4%      | 14,1%      | 16,2%       |
| 40 - 59                 | 28,8%       | 54,5%      | 33,3%      | 36,0%       |
| 60 - 79                 | 50,8%       | 9,1%       | 36,3%      | 37,2%       |
| 80 jaar of ouder        | 12,3%       | -          | 16,3%      | 10,6%       |

Uit de tabel blijkt dat 22,8% van de respondenten van het vrouwelijke geslacht en 77,2% van de respondenten van het mannelijke geslacht zijn. Ook is de verdeling van de respondenten per pensioenfonds over de variabelen werkzaam (actief – gepensioneerd), opleidingsniveau en de leeftijdscategorie weergegeven. Hieruit blijkt dat het PC meer vrouwen bevat dan het PF en het PV. Daarnaast blijkt er een verschil tussen de opleidingsniveaus tussen de pensioenfondsen. Het PF heeft gemiddeld een lager opleidingsniveau dan het PC en het PV. En het PC weer een lager

opleidingsniveau dan het PV. Tot slot, laat de tabel zien dat het PC gemiddeld jonger is dan de andere twee fondsen. Op het oog lijkt dit beeld overeen te komen met de werkelijkheid.

Uit een representativiteittoets blijkt dat de data niet representatief zijn voor de variabelen werkzaam (actief/gepensioneerd) en pensioenfondsen (PF/PC/PV). Uit een Chikwadraattoets voor pensioenfondsen blijkt een  $X^2$  van 139,604 (df = 2) met een significantie van 0,000. De Chikwadraattoets voor de variabele werkzaam levert een  $X^2$  op van 86,924 (df = 1) met een significantie van 0,000. Dit betekent dat de verdeling van de respondenten over de verschillende pensioenfondsen en de verhouding gepensioneerde en actieve deelnemers significant afwijkt van die van de gehele populatie. De data zijn daarom gewogen voor de variabelen pensioenfondsen en werkzaam op basis van cijfers van de populaties van de pensioenfondsen ([www.blueskygroup.nl](http://www.blueskygroup.nl), 17-05-2006).

### 3.3 Vragenlijst

De vragenlijst bestaat uit een gestandaardiseerde lijst. Op deze wijze kan worden vastgesteld dat de antwoorden die verschillende respondenten geven niet verschillen als gevolg van andere vragen of stellingen, maar op grond van verschillen in de verschijnselen waarnaar wordt gevraagd. Bovendien maakt het de replicatie van het onderzoek mogelijk. Het standaardiseren wordt bereikt door de vragenlijst zoveel mogelijk te structureren. Hiertoe behoren de formulering van de vragen, de formulering van de antwoorden en de volgorde waarin de vragen worden gesteld ('t Hart et al., 1998: 245). De vragen en stellingen in de vragenlijst zijn dan ook overwegend gesloten. Hiermee wordt bedoeld dat er (uitputtende) antwoordcategorieën zijn geformuleerd, zodat de antwoorden statistisch verwerkt kunnen worden. De vragenlijsten verschillen slechts op twee punten. Omdat elk KLM-Pensioenfonds haar eigen website heeft is er bij het gedeelte over de website het internetadres van het betreffende pensioenfonds vermeld. Hiernaast hebben de gepensioneerde deelnemers een kortere vragenlijst ontvangen, omdat het gedeelte over het pensioenoverzicht op hen geen betrekking heeft.

In het vervolg van deze paragraaf wordt de operationalisatie van de concepten uit de literatuur naar bruikbare stellingen en vragen voor de vragenlijst besproken. De voor de vragenlijst gebruikte concepten uit de literatuur zijn SERVQUAL, voorwaarden voor effectiviteit en informatiebehoefte. Er wordt steeds aangegeven waaruit het concept is ontleend, eventueel welke aanpassingen er zijn gedaan en/of welke werkdefinities zijn gebruikt voor het opstellen van de vragen en stellingen. Hiernaast zijn een aantal variabelen, totaal oordeel en enkele achtergrondvariabelen, geoperationaliseerd. Voor de volledige vragenlijst wordt verwezen naar bijlage 2.

#### 3.3.1 Kwaliteit van de communicatie

Het eerste concept '*kwaliteit van de communicatie*' wordt gemeten aan enerzijds SERVQUAL en anderzijds de voorwaarden voor een effectieve tekst. Dit omdat de communicatie van BSG enerzijds als dienstverlening en anderzijds als voorlichting aan de deelnemers kan worden gezien. Hiernaast wordt hiermee rekening gehouden met zowel de functie van de communicatie, een goede dienstverlening, als de kwaliteit van de communicatie 'an sich'.

In navolging van Cronin en Taylor (1992) zijn van SERVQUAL het verwachtingen gedeelte en de weging van de dimensies buiten de vragenlijst gehouden. De items van de dimensies van SERVQUAL zijn vervolgens omgevormd tot voor dit onderzoek bruikbare stellingen. Bij het opstellen van de items is zo dicht mogelijk bij de oorspronkelijke stellingen van SERVQUAL gebleven. Tevens wordt er in de vragenlijst onderscheid gemaakt tussen het deelnemersblad Focus, het pensioenoverzicht en de websites van de pensioenfondsen. Er zijn voor elk van deze middelen aparte items opgesteld. Hierbij is uitgegaan van de onderstaande werkdefinities van de dimensies van SERVQUAL:

- *Tangibles*: het uiterlijk van Focus, het pensioenoverzicht en de websites;
- *Reliability*: de accuratesse en consistentie van Focus, het pensioenoverzicht en de websites;
- *Responsiveness*: de mate waarin Focus, het pensioenoverzicht en de websites hulp bieden aan de deelnemers;
- *Assurance*: deskundigheid, beleefdheid/vriendelijkheid van Focus, het pensioenoverzicht en de websites en in hoeverre deze middelen de deelnemers vertrouwen en zekerheid geven;
- *Empathy*: de mate waarin Focus, het pensioenoverzicht en de websites de deelnemers voorzien van zorg, begrip en individuele aandacht.

Omdat in de vragenlijst elk communicatiemiddel apart aan bod komt, is ervoor gekozen slechts twee stellingen per dimensie te formuleren. De stellingen bij de SERVQUAL staan weergegeven in tabel 3.2.

Daarnaast zijn er items opgesteld aan de hand van de voorwaarden voor effectiviteit (De Jong & Schellens, 1995: 24-26). Deze voorwaarden zijn in te delen in twee groepen. De eerste twee voorwaarden, 'contact' en 'selectie', hebben te maken met of en in hoeverre de tekst door de respondenten gelezen wordt. Oftewel, de mate van blootstelling van de respondenten aan de communicatiemiddelen. Hierbij zijn dan ook aparte vragen opgesteld. De overige voorwaarden, 'begrip', 'acceptatie', 'relevantie', 'volledigheid', 'waardering' en 'toepasbaarheid', zijn gericht op de inhoud van de tekst. Hierbij zijn steeds twee stellingen opgesteld. De items zijn opgesteld aan de hand van de door De Jong en Schellens (1996a; 1996b) gebruikte aanvullende vragenlijst, welke op dezelfde voorwaarden is gebaseerd. Bij het opstellen van de items en vragen bij de voorwaarden contact en selectie is uitgegaan van de volgende werkdefinities:

- *Contact*: de respondent moet in contact komen met het communicatiemiddel en op grond van het uiterlijk ervan geneigd zijn deze te lezen;
- *Selectie*: de respondent moet de belangrijkste en de voor hem/haar relevante passages in het communicatiemiddel daadwerkelijk lezen;
- *Begrip*: de lezer moet de geboden informatie begrijpen;
- *Acceptatie*: de respondent moet de geboden informatie accepteren;
- *Relevantie*: de geboden informatie moet voor de lezer relevant zijn;
- *Volledigheid*: het middel moet op alle relevante vragen van de lezers een adequaat antwoord geven;
- *Waardering*: de wijze waarop de informatie in het communicatiemiddel wordt gepresenteerd;
- *Toepasbaarheid*: de respondenten moeten de geboden informatie (waar nodig) gemakkelijk in hun eigen situatie kunnen toepassen.

Uiteindelijk zijn er op basis van SERVQUAL en de effectiviteitsvoorwaarden 22 items en 3 à 4 vragen per communicatiemiddel geformuleerd. In de vragenlijst zijn deze door elkaar heen gezet. Al de items hebben dezelfde vijfpunt antwoordschaal, die loopt van ‘helemaal mee oneens’ tot ‘helemaal mee eens’. De stellingen zijn terug te vinden in de tabellen 3.2 en 3.3. Voor de volgorde van de stellingen in de vragenlijst zie bijlage 2.

*Tabel 3.2 Items van de kwaliteit van dienstverlening*

| Dimensies             | Items Focus                                                                                                                                                             | Items pensioenoverzicht                                                                                                                                                                           | Items website                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tangibles</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus is een aantrekkelijk blad</li> <li>Focus ziet er goed uit</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht ziet er aantrekkelijk uit</li> <li>Het pensioenoverzicht ziet er verzorgd uit</li> </ul>                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website ziet er aantrekkelijk uit</li> <li>De website ziet er goed uit</li> </ul>                                                       |
| <b>Reliability</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>In Focus staat correcte informatie</li> <li>In Focus staat betrouwbare informatie</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>De gegevens in het pensioenoverzicht zijn correct</li> <li>Het pensioenoverzicht bevat betrouwbare gegevens</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Op de website staat correcte informatie</li> <li>Op de website staat betrouwbare informatie</li> </ul>                                     |
| <b>Responsiveness</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus houdt mij op de hoogte van pensioenzaken</li> <li>Focus wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht houdt mij op de hoogte</li> <li>Het pensioenoverzicht helpt mij bij het nemen van besluiten over mijn pensioenvoorziening</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website houdt mij op de hoogte van pensioenzaken</li> <li>De website wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen</li> </ul> |
| <b>Assurance</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus is een professioneel blad</li> <li>Focus geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht ziet er professioneel uit</li> <li>Het pensioenoverzicht geeft mij zekerheid</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website ziet er professioneel uit</li> <li>De website geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling</li> </ul>                          |
| <b>Empathy</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus weet wat de lezer bezighoudt</li> <li>De toon van Focus is vriendelijk</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht is persoonlijk</li> <li>De toon van de toelichting is vriendelijk</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>De informatie op de website komt overeen met wat de bezoeker bezighoudt</li> <li>De website komt vriendelijk over</li> </ul>               |

1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens

Tabel 3.3 Vragen en items bij de voorwaarden voor effectiviteit

| Dimensies             | Items Focus                                                                                                                                                             | Items pensioenoverzicht                                                                                                                                                                 | Items website                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Contact</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wat vindt u van het aantal keren dat u Focus ontvangt?</li> <li>Vindt u Focus uitnodigend om te lezen?</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ontvangt u jaarlijks een pensioenoverzicht?</li> <li>-</li> </ul>                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar de website bezocht?</li> <li>-</li> </ul>                                                              |
| <b>Selectie</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hoe intensief leest u Focus?</li> <li>Bewaart u Focus?</li> </ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>In hoeverre verdiept u zich in uw pensioenoverzicht?</li> <li>Bewaart u uw pensioenoverzicht?</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Welke informatie raadpleegt u op de website?</li> <li>-</li> </ul>                                                                         |
| <b>Begrip</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken</li> <li>De artikelen in Focus zijn begrijpelijk geschreven</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>De toelichting bij het pensioenoverzicht is begrijpelijk</li> <li>Het is duidelijk wat de getallen in het pensioenoverzicht betekenen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken</li> <li>De website is overzichtelijk</li> </ul>                                     |
| <b>Acceptatie</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken</li> <li>Ik ben het eens met de informatie die in Focus staat</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ik vertrouw op de informatie in mijn pensioenoverzicht</li> <li>Ik denk dat de prognose van mijn pensioen klopt</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken</li> <li>Ik ben het eens met de informatie die op de website staat</li> </ul> |
| <b>Relevantie</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>In Focus staat voor mij nieuwe informatie</li> <li>In Focus staat interessante informatie</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht bevat belangrijke informatie</li> <li>De informatie in het pensioenoverzicht vind ik interessant</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Op de website staat voor mij nieuwe informatie</li> <li>Op de website staat interessante informatie</li> </ul>                             |
| <b>Volledigheid</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen</li> <li>In Focus staat veel overbodige informatie</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht geeft mij antwoord op mijn vragen</li> <li>Het pensioenoverzicht bevat veel overbodige informatie</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>De website geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen</li> <li>Op de website staat veel overbodige informatie</li> </ul>             |
| <b>Waardering</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het taalgebruik in Focus spreekt mij aan</li> <li>Focus is prettig om te lezen</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>De toelichting is prettig geschreven</li> <li>Het pensioenoverzicht is overzichtelijk</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het taalgebruik op de website spreekt mij aan</li> <li>Het is prettig om de website te bezoeken</li> </ul>                                 |
| <b>Toepasbaarheid</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Informatie in Focus sluit aan bij mijn persoonlijke situatie</li> <li>In Focus staat bruikbare informatie</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Het pensioenoverzicht geeft inzicht in mijn pensioen opbouw</li> <li>Het pensioenoverzicht bevat bruikbare informatie</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>De tekst op de website sluit aan bij mijn persoonlijke situatie</li> <li>Op de website staat bruikbare informatie</li> </ul>               |

1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee een

### 3.3.2 Informatiebehoefte

Het tweede concept, 'de informatiebehoefte' van de respondenten, dat wordt gemeten met de vragenlijst is vooral van belang om te achterhalen voor Focus en de websites. Omdat het

pensioenoverzicht aan veel regels is gebonden, is er hierin weinig ruimte om veranderingen aan te brengen.

Bij de eerste vraag kan de respondent aankruisen in hoeverre meer of minder aandacht aan een aantal onderwerpen moet worden besteed in het communicatiemiddel. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een vijfpunt antwoordschaal, die loopt van ‘veel minder’ tot ‘veel meer’. Behalve dat er met deze vraag kan worden nagegaan voor welke onderwerpen respondenten een grotere informatiebehoefte hebben, wordt ook duidelijk welke informatie op dit moment teveel gegeven wordt. De onderwerpen waarover informatie wordt gegeven zijn vastgesteld aan de hand van een inhoudsanalyse van Focus en de websites. Hieruit kwamen de volgende categorieën naar voren:

- nieuwsberichten;
- pensioenregelingen;
- de Deelnemersraad/-vergadering;
- het Bestuur;
- voorlichtingsbijeenkomsten;
- beleggingsresultaten van het pensioenfonds;
- indexering van uw pensioen;
- interviews met KLM-medewerkers;
- pensioenbeleid van de overheid;
- consumentenonderzoek (bv. dienstverleningsonderzoek).

Om na te gaan of er andere onderwerpen zijn waar de respondenten informatie over willen hebben, is een aanvullende open vraag gesteld naar welke informatie er mist in het communicatiemiddel. Deze vraag is wel bij alle drie de middelen opgenomen in de vragenlijst. Tot slot, bij de website is een extra vraag gesteld over de behoefte naar het kunnen raadplegen van persoonlijke gegevens op de website. Voor een overzicht van de vragen wordt verwezen naar de vragenlijst in bijlage 2.

### **3.3.3 Totaal oordeel**

Aan de respondent is tevens gevraagd een beoordeling van Focus, het pensioenoverzicht en de website te geven. Dit in de vorm van een rapportcijfer, lopend van één tot tien.

### **3.3.4 Achtergrond variabelen**

Tot slot zijn er een aantal achtergrond variabelen in de vragenlijst opgenomen: of de respondent wel/niet werkzaam is bij de KLM, welk pensioen hij/zij ontvangt, in welk pensioenfonds de respondent deelneemt, diens geslacht, geboortjaar, aantal jaren in dienst bij KLM en opleidingsniveau. Ook voor een overzicht van deze vragen wordt verwezen naar bijlage 2.

### 3.4 Procedure

In totaal zijn er per post 1.400 vragenlijsten verstuurd naar deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. Bij de vragenlijst is om de non-respons tot een minimum te beperken een persoonlijke begeleidende brief meegestuurd, zie bijlage 3. In de begeleidende brief wordt de mogelijkheid geboden de vragenlijst in te vullen op het internet. Dit kost de respondent minder tijd en moeite. De respondent drukt na het invullen van de vragen simpelweg op de knop ‘verzenden’ en hoeft dus niet meer de vragenlijst in een retourenvelop te stoppen en te posten. Indien de respondent ervoor kiest de papierenversie van de vragenlijst in te vullen, dan kan deze worden teruggestuurd in de bijgevoegde antwoortenvelop. Dit bespaart de respondent moeite en een postzegel. Hiernaast zijn er nieuwsberichten geplaatst op de websites van de KLM Pensioenfondsen, het intranet van het cabinepersoneel van KLM (‘CabiNet’), de website van de Vereniging van Gepensioneerden en is een bericht geplaatst in het nieuwsblad voor KLM-personeel (‘De Wolkenridder’). Op het CabiNet is tevens de link naar de vragenlijst geplaatst, zodat ook geïntereseerden die de vragenlijst niet thuis hebben ontvangen de vragenlijst in konden vullen.

### 3.5 Analyse

Alle beginnengekomen vragenlijsten zijn verwerkt in een databestand in het computerprogramma SPSS. Voor de analyse van de data zijn diverse statistische methoden gebruikt. Allereerst zijn er enkele Chi-kwadraat toetsen uitgevoerd, voor het bekijken van de representativiteit van de data. Voor alle drie de onderzochte communicatiemiddelen is op de bijbehorende 22 items een factoranalyse uitgevoerd. Voor de factoren die daarop volgen zijn Cronbach’s alpha’s berekend, voor het bekijken van de interne consistentie binnen deze factoren. Voor het toetsen of de gemiddelden significant van elkaar afwijken zijn er Anova-toetsen uitgevoerd, hierbij is gebruik gemaakt van de post hoc test Bonferroni. Tot slot, voor elk communicatiemiddel is een multiple regressieanalyse uitgevoerd voor het bekijken van de samenhang tussen het rapportcijfer voor het middel en de gevonden factoren. Hierin zijn ter controle ook enkele achtergrondvariabelen opgenomen ter controle.



## 4 Resultaten

Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de analysemethoden en resultaten van de grootschalige survey. In dit hoofdstuk staan de resultaten voor de kwaliteit van Focus, het pensioenoverzicht en de website centraal. In de paragrafen wordt achtereenvolgens aandacht besteed aan de mate waarin de respondenten door het communicatiemiddel worden bereikt. Daarnaast wordt er uitgebreid aandacht besteed aan de kwaliteitsindicatoren en de beoordeling van deze dimensies en de bijbehorende items en het rapportcijfer voor het communicatiemiddel. Tot slot, wordt er binnen deze paragrafen aandacht besteed aan de informatiebehoefte van de respondenten.

### 4.1 Kwaliteit van Focus

Voor het meten van de kwaliteit van Focus zijn aan de respondenten 22 stellingen en 4 vragen voorgelegd. De vragen slaan terug op de voorwaarden voor effectiviteit ‘contact’ en ‘selectie’. Daarnaast is aan de respondent gevraagd een rapportcijfer te geven aan Focus en zijn er enkele vragen over de informatiebehoefte van de respondent gevraagd. In deze paragraaf worden eerst de vier vragen bij de voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ behandeld. Deze vragen geven inzicht in welke mate Focus wordt gelezen door de deelnemers. Met andere woorden, de mate waarin de respondenten door Focus worden bereikt. Vervolgens wordt er een factoranalyse uitgevoerd op alle stellingen behorende bij de kwaliteit van dienstverlening en de overige voorwaarden voor effectiviteit en wordt de beoordeling van de items en de dimensies besproken. Hierna volgen de resultaten voor het rapportcijfer gegeven voor Focus. Tot slot, wordt de informatiebehoefte van de respondenten ten aanzien van Focus in kaart gebracht.

#### 4.1.1 Bereik van Focus

Bij de voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ zijn in totaal vier vragen gesteld. In tabel 4.1 staan de resultaten voor de voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’.

*Tabel 4.1: Resultaten voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ voor Focus*

| <b>CONTACT:</b>                              |                  |       |          |        |                 |           |       |
|----------------------------------------------|------------------|-------|----------|--------|-----------------|-----------|-------|
| <b>Verschijningsfrequentie<br/>(N = 434)</b> | te vaak          | vaak  | goed     | weinig | te weinig       | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                           | 0,3%             | 1,4%  | 75,2%    | 17,8%  | 5,4%            | 3,27      | 0,590 |
| PC                                           | 2,4%             | 4,9%  | 60,0%    | 22,9%  | 9,8%            | 3,33      | 0,817 |
| PV                                           | -                | 2,2%  | 72,8%    | 20,4%  | 4,6%            | 3,27      | 0,585 |
| Totaal                                       | 0,7%             | 2,2%  | 72,0%    | 19,0%  | 6,1%            | 3,28      | 0,638 |
| <b>Uitnodigend<br/>(N = 437)</b>             | helemaal<br>niet | niet  | neutraal | wel    | helemaal<br>wel | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                           | 1,7%             | 11,5% | 39,2%    | 41,5%  | 6,0%            | 3,39      | 0,832 |
| PC                                           | 10,9%            | 22,0% | 47,6%    | 16,9%  | 2,7%            | 2,79*     | 0,947 |
| PV                                           | 1,7%             | 6,7%  | 44,9%    | 43,9%  | 2,8%            | 3,39      | 0,736 |
| Totaal                                       | 3,4%             | 13,0% | 41,5%    | 37,1%  | 5,0%            | 3,27      | 0,875 |
| * significant bij $\alpha < 0,05$            |                  |       |          |        |                 |           |       |

| <b>SELECTIE:</b>                     |       |             |                        |                      |           |       |
|--------------------------------------|-------|-------------|------------------------|----------------------|-----------|-------|
| <b>Leesintensiteit<br/>(N = 488)</b> | niet  | blader door | enkele<br>artikelen    | (bijna) hele<br>blad | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                   | 9,3%  | 15,7%       | 40,7%                  | 34,3%                | 3,00      | 0,935 |
| PC                                   | 16,3% | 31,9%       | 22,5%                  | 29,5%                | 2,65      | 1,074 |
| PV                                   | 9,2%  | 13,6%       | 33,3%                  | 44,0%                | 3,12      | 0,972 |
| Totaal                               | 10,7% | 18,7%       | 36,2%                  | 34,4%                | 2,94      | 0,979 |
| <b>Bewaren<br/>(N = 434)</b>         | nee   | < maand     | maand tot<br>half jaar | > half jaar          | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                   | 39,5% | 7,7%        | 23,7%                  | 29,0%                | 2,42      | 1,273 |
| PC                                   | 40,1% | 3,9%        | 13,5%                  | 42,5%                | 2,58      | 1,385 |
| PV                                   | 41,5% | 6,0%        | 24,1%                  | 28,5%                | 2,40      | 1,292 |
| Totaal                               | 39,9% | 6,8%        | 21,8%                  | 31,5%                | 2,45      | 1,296 |

Uit de tabel blijkt dat er geen verschil bestaat tussen de fondsen over de frequentie waarop Focus verschijnt. Alle fondsen vinden de huidige verschijningsfrequentie goed. Ook wordt Focus door alle fondsen even lang bewaard.

Het PC blijkt na een anova-toets significant negatiever ( $F=17,115$ ,  $df=2$ ,  $p=0,000$ ) te zijn over of Focus uitnodigend is om te lezen dan het PF en PV. Het PC zit hierbij aan de negatieve kant van de schaal, terwijl de andere twee fondsen aan de positieve kant zitten.

Ook blijken uit de percentages in de tabel dat het PC Focus minder intensief leest dan het PF en PV. De respondenten van het PV en PF lezen gemiddeld ongeveer enkele artikelen. Van het PC leest 16,3% Focus niet, dit is bijna twee keer zoveel als van het PF (9,3%) en het PV (9,2%). Hiernaast zegt 31,9% van het PC Focus enkel door te bladeren, tegenover respectievelijk 15,7% en 13,6% van het PF en PV. In totaal kan er dus worden gezegd dat 48,2% van de respondenten uit het PC in Focus weinig tot niets leest (vgl. PF: 25,0%, PV: 22,7%).

#### 4.1.2 Dimensies van de kwaliteit van Focus

Bij het SERVQUAL-model en de voorwaarden voor effectiviteit zijn 22 stellingen geoperationaliseerd. Allereerst zijn de antwoordcategorieën van het negatief geformuleerde item 'In Focus staat veel overbodige informatie' gehercodeerd. Vervolgens is een factoranalyse uitgevoerd om na te gaan of de stellingen naar verschillende dimensies verwijzen.

Ten eerste blijkt uit de analyse dat de items verwijzen naar drie factoren. Het interpreteren van deze factoren blijkt echter lastig, aangezien veel items op zowel de eerste als tweede en/of derde factor een hoge lading hebben. Ook de Varimax-rotatie biedt geen goede interpreteerbare oplossing. Een Oblique-rotatie biedt wel een oplossing. Ook hebben alle drie de factoren hierbij een eigenwaarde van minimaal één. De factoren voldoen hiermee aan het 'criterium voor interpreteerbaarheid' en het 'criterium van minimum-eigenwaarde' (De Heus, et al., 1995: 147-151).

Ten tweede blijkt uit de analyse dat het gehercodeerde item verwijderd dient te worden. De communaliteit van dit item bleek slechts 0,144 te zijn. De resultaten van de factoranalyse, na verwijdering van het gespiegelde item en Oblique-rotatie, staan weergegeven in tabel 4.2.

Tabel 4.2: Factoranalyse items kwaliteit van Focus

|                                                               | factor 1 | factor 2 | factor 3 | H2    |
|---------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|-------|
| <b>Informatief</b>                                            |          |          |          |       |
| In Focus staat betrouwbare informatie                         | 0,882    |          |          | 0,655 |
| In Focus staat correcte informatie                            | 0,840    |          |          | 0,593 |
| Focus houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                | 0,761    |          |          | 0,663 |
| Ik ben het eens met de informatie die in Focus staat          | 0,644    |          |          | 0,524 |
| Focus is een professioneel blad                               | 0,637    |          |          | 0,553 |
| Focus wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen | 0,734    |          |          | 0,619 |
| Focus geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling           | 0,611    |          |          | 0,571 |
| In Focus staat bruikbare informatie                           | 0,606    |          |          | 0,616 |
| In Focus staat voor mij nieuwe informatie                     | 0,499    |          |          | 0,382 |
| Focus geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken              | 0,472    |          |          | 0,677 |
| Focus helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken       | 0,365    |          |          | 0,591 |
| <b>Persoonlijke fit</b>                                       |          |          |          |       |
| Focus geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen        |          | 0,561    |          | 0,730 |
| Informatie in Focus sluit aan bij mijn persoonlijke situatie  |          | -0,515   |          | 0,637 |
| <b>Presentatie</b>                                            |          |          |          |       |
| Focus is prettig om te lezen                                  |          |          | 0,870    | 0,668 |
| Het taalgebruik in Focus spreekt mij aan                      |          |          | 0,832    | 0,635 |
| De artikelen in Focus zijn begrijpelijk geschreven            |          |          | 0,746    | 0,611 |
| Focus is een aantrekkelijk blad                               |          |          | 0,563    | 0,482 |
| Focus ziet er goed uit                                        |          |          | 0,529    | 0,504 |
| De toon van Focus is vriendelijk                              |          |          | 0,497    | 0,568 |
| In Focus staat interessante informatie                        |          |          | 0,432    | 0,497 |
| Focus weet wat de lezer bezighoudt                            |          |          | 0,390    | 0,625 |
| Totale verklaarde variantie: 64,671%                          |          |          |          |       |
| Eigenwaarde na rotatie                                        | 9,802    | 2,909    | 8,911    |       |
| Cronbach's alpha                                              | 0,930    | 0,821    | 0,910    |       |

Extractie methode: Principal axis factoring, Rotatie methode: Oblimin met Kaiser Normalisatie

Uit de factoranalyse zijn drie factoren naar voren gekomen die zijn geïnterpreteerd als 'informatief', 'persoonlijke fit' en 'presentatie'. De meeste items vallen binnen de eerste dimensie, 'informatief', en derde dimensie, 'presentatie'. Deze dimensies hebben dan ook beide een hogere eigenwaarden dan de dimensie 'persoonlijke fit'. Uit de toetsen naar de interne consistentie binnen de dimensies blijken zeer hoge Cronbach alpha's. Bij verwijdering van items dalen in alle gevallen de alfa's. Er mag dan ook worden gesteld dat er sprake is van drie homogene en goede schalen (De Heus, et al., 1995: 182-186).

Als nu wordt gekeken naar de oorspronkelijke dimensies van het SERVQUAL-model en de voorwaarden van effectiviteit, dan kan worden geconcludeerd dat deze niet terug te vinden zijn in de dataset. Wel blijken veel items binnen dezelfde dimensie samen tot een factor te behoren. De factor 'informatief' bestaat zo uit de SERVQUAL dimensies 'reliability', 'responsiveness', 'assurance' en de voor waarde voor effectiviteit 'acceptatie'. De tweede factor bestaat uit twee losse items, een van de voorwaarde 'volledigheid' en een van de voorwaarde 'toepasbaarheid'.

De factor presentatie bestaat uit de voorwaarde ‘waardering’ en de SERVQUAL dimensies ‘tangibles’ en ‘empathy’.

#### 4.1.3 Beoordeling van de kwaliteit van Focus

Voor de dimensies zijn vervolgens aparte schalen gemaakt. De respondenten moeten minimaal twee antwoorden hebben gegeven om mee te worden genomen in de berekening. In tabel 4.3 staan alle gemiddelde scores van de losse items en de schalen weergegeven. De getallen die in de tabel tussen haakjes staan zijn de standaarddeviaties van de schalen.

Tabel 4.3: Gemiddelde scores op de dimensies en items kwaliteit van Focus

|                                                               | PF                            | PC                             | PV                            | Totaal                        |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <b>Informatief</b><br><b>N = 433</b>                          | <b>3,44</b><br><b>(0,670)</b> | <b>3,17*</b><br><b>(0,642)</b> | <b>3,46</b><br><b>(0,609)</b> | <b>3,39</b><br><b>(0,664)</b> |
| In Focus staat betrouwbare informatie                         | 3,53                          | 3,40                           | 3,52                          | 3,50                          |
| In Focus staat correcte informatie                            | 3,53                          | 3,33                           | 3,45                          | 3,48                          |
| Focus houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                | 3,57                          | 3,30                           | 3,59                          | 3,52                          |
| Ik ben het eens met de informatie die in Focus staat          | 3,32                          | 3,03                           | 3,29                          | 3,26                          |
| Focus is een professioneel blad                               | 3,47                          | 3,39                           | 3,57                          | 3,47                          |
| Focus wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen | 3,52                          | 3,40                           | 3,39                          | 3,48                          |
| Focus geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling           | 3,25                          | 2,71*                          | 3,40                          | 3,17                          |
| In Focus staat bruikbare informatie                           | 3,51                          | 3,29                           | 3,56                          | 3,47                          |
| In Focus staat voor mij nieuwe informatie                     | 3,43                          | 3,44                           | 3,53                          | 3,44                          |
| Focus geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken              | 3,52                          | 2,95*                          | 3,50                          | 3,41                          |
| Focus helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken       | 3,14                          | 2,67*                          | 3,28                          | 3,07                          |
| <b>Persoonlijke fit</b><br><b>N = 416</b>                     | <b>2,96</b><br><b>(0,702)</b> | <b>2,54*</b><br><b>(0,665)</b> | <b>3,03</b><br><b>(0,525)</b> | <b>2,89</b><br><b>(0,683)</b> |
| Focus geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen        | 3,02                          | 2,61                           | 3,01                          | 2,94                          |
| Informatie in Focus sluit aan bij mijn persoonlijke situatie  | 2,89                          | 2,48*                          | 3,05                          | 2,83                          |
| <b>Presentatie</b><br><b>N = 430</b>                          | <b>3,34</b><br><b>(0,633)</b> | <b>2,90*</b><br><b>(0,672)</b> | <b>3,37</b><br><b>(0,590)</b> | <b>3,26</b><br><b>(0,658)</b> |
| Focus is prettig om te lezen                                  | 3,29                          | 2,79*                          | 3,28                          | 3,19                          |
| Het taalgebruik in Focus spreekt mij aan                      | 3,41                          | 2,79*                          | 3,41                          | 3,29                          |
| De artikelen in Focus zijn begrijpelijk geschreven            | 3,50                          | 2,87*                          | 3,55                          | 3,39                          |
| Focus is een aantrekkelijk blad                               | 3,05                          | 2,63*                          | 3,15                          | 2,98                          |
| Focus ziet er goed uit                                        | 3,58                          | 3,28                           | 3,64                          | 3,53                          |
| De toon van Focus is vriendelijk                              | 3,59                          | 3,47                           | 3,67                          | 3,57                          |
| In Focus staat interessante informatie                        | 3,43                          | 3,19                           | 3,41                          | 3,38                          |
| Focus weet wat de lezer bezighoudt                            | 3,11                          | 2,55*                          | 3,12                          | 3,00                          |

1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens

\* significant bij  $\alpha < 0,05$

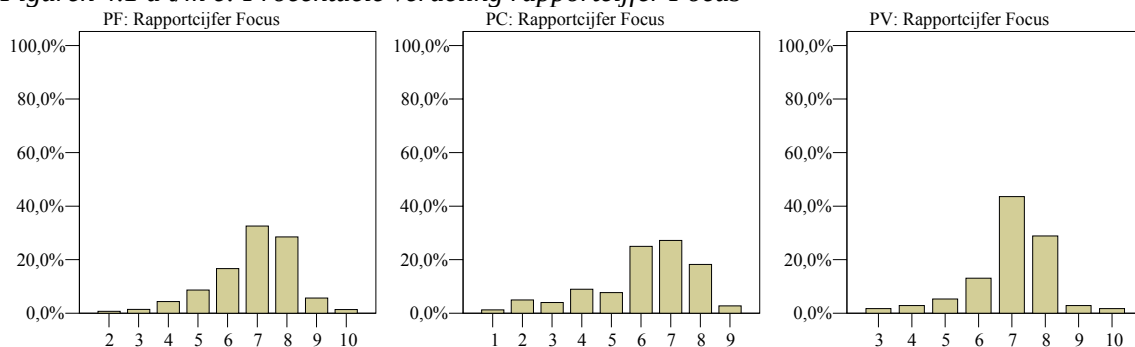
Ook al blijken alle scores op de schaal ‘informatief’ positief, toch blijkt uit een anova-toets het PC significant minder positief ( $F=5,466$ ,  $df=2$ ,  $p=0,005$ ) te zijn over het informatiegehalte van Focus dan het PF en PV. Op de schaal ‘persoonlijke fit’ scoort het PC wederom significant lager ( $F=3,554$ ,  $df=2$ ,  $p=0,030$ ) dan de andere fondsen. De respondenten zijn hierbij van mening dat

Focus niet erg aansluit aan de persoonlijke situatie. Tot slot blijkt uit de tabel dat de presentatie van en in Focus door het PC significant negatiever ( $F=16,332$ ,  $df=2$ ,  $p=0,000$ ) beoordeeld wordt, dan door de andere fondsen. Het PC geeft voor de presentatie een negatieve score, de andere twee fondsen zijn hierover wel positief. Als er binnen de schalen naar de afzonderlijke items wordt gekeken dan blijkt ook hier dat het PC vaak significant negatiever is dan de andere fondsen.

#### 4.1.4 Rapportcijfer voor de kwaliteit van Focus

In de figuren 4.1 a t/m c staan de verdelingen van het rapportcijfer voor Focus per pensioenfonds weergegeven. Gemiddeld geven de pensioenfondsen voor Focus een 6,7. Specifieker, het PF geeft aan Focus gemiddeld een 6,9, het PC een 6,1 en het PV een 7,0. Hierbij blijkt het rapportcijfer van het PC significant lager ( $F=10,396$ ,  $df=2$ ,  $p=0,000$ ) te zijn dan die van de andere fondsen.

Figuren 4.1 a t/m c: Procentuele verdeling rapportcijfer Focus



Vervolgens is er een multiple regressieanalyse uitgevoerd om te kijken of de bij de factoranalyse vastgestelde dimensies een verband hebben met het gegeven rapportcijfer voor Focus. Hierbij zijn ook enkele achtergrondvariabelen ter controle meegenomen. Dit is nodig om te kunnen uitsluiten dat er geen indirecte verbanden worden vastgesteld. Namelijk dat er bijvoorbeeld geen verband bestaat tussen de variabele 'informatief' en het rapportcijfer, maar dit verband eigenlijk veroorzaakt wordt door het opleidingsniveau van de respondenten. De resultaten van de regressieanalyse staan weergegeven in tabel 4.4.

Tabel 4.4 Verband rapportcijfer en dimensies van de kwaliteit van Focus

|                          | $\beta$ | t      | p      |
|--------------------------|---------|--------|--------|
| Informatief              | 0,479   | 8,376  | 0,000* |
| Persoonlijke fit         | 0,177   | 3,904  | 0,000* |
| Presentatie              | 0,196   | 3,683  | 0,000* |
| Leeftijd (categorieën)   | 0,047   | 1,497  | 0,135  |
| Opleidingsniveau         | -0,039  | -1,196 | 0,233  |
| Geslacht                 | -0,059  | -1,930 | 0,054  |
| Pensioenfonds (PF/PC/PV) | 0,034   | 1,084  | 0,279  |

\* significant bij  $\alpha < 0,05$ ,  $N = 427$ ,  $R^2 = 0,675$

Uit de tabel blijkt dat er drie variabelen een significante samenhang vertonen met het gegeven rapportcijfer voor Focus. Zo blijken de dimensies 'informatief' ( $t=8,376$ ,  $p=0,000$ ), 'persoonlijke

fit' ( $t=3,904$ ,  $p=0,000$ ) en 'presentatie' ( $t=3,683$ ,  $p=0,000$ ) een positieve samenhang te hebben met het rapportcijfer. Dit betekent dat wanneer de respondenten positief zijn over de dimensies 'informatief', 'persoonlijke fit' en/of 'presentatie' dit samen gaat met een hoog rapportcijfer voor Focus. Er blijkt echter wel een verschil in samenhang met het rapportcijfer tussen de variabelen. Zo heeft 'informatief' met een bèta van 0,479 een sterkere samenhang dan 'presentatie'. Op haar beurt heeft 'presentatie' met een bèta van 0,196 een sterkere samenhang met het rapportcijfer dan 'persoonlijke fit'.

Alle achtergrondvariabelen blijken geen significante bijdrage te leveren aan het rapportcijfer. Wel is een mogelijke trend zichtbaar dat vrouwen een negatiever rapportcijfer aan Focus geven dan mannen. Deze bevinding is echter door de data niet bewezen, omdat het bij tweezijdige toetsing met een  $\alpha < 0,05$  niet significant is. Als enkel de vrouwen worden geselecteerd in het databestand, dan blijken de vrouwen van PC negatiever dan de andere vrouwen. Dit kan worden verklaard doordat het PC vergeleken met de andere fondsen negatiever is over de kwaliteit van Focus en de meeste vrouwen uit de steekproef deelnemer zijn in het PC. De samenhang tussen het rapportcijfer en geslacht is dus een indirect verband.

#### 4.1.5 Informatiebehoefte Focus

Voor het meten van de informatiebehoefte van de respondenten is er over de huidige onderwerpen gevraagd of aan deze onderwerpen in Focus meer of minder aandacht besteed moet worden. De resultaten hiervoor staan in tabel 4.5.

Tabel 4.5: Gemiddelde scores op de items van informatiebehoefte bij Focus

|                                         | PF   | PC    | PV   | Totaal |
|-----------------------------------------|------|-------|------|--------|
| Indexering van uw pensioen              | 4,04 | 4,03  | 4,16 | 4,05   |
| Pensioenregelingen                      | 3,91 | 4,07  | 3,97 | 3,95   |
| Pensioenbeleid van de overheid          | 3,93 | 4,01  | 3,84 | 3,94   |
| Beleggingsresultaten van Blue Sky Group | 3,68 | 3,47  | 3,85 | 3,66   |
| Nieuwsberichten                         | 3,55 | 3,69  | 3,43 | 3,56   |
| Consumentenonderzoek                    | 3,58 | 3,50  | 3,44 | 3,55   |
| Voorlichtingsbijeenkomsten              | 3,42 | 3,58  | 3,11 | 3,42   |
| Interviews met KLM-medewerkers          | 3,29 | 3,02  | 2,66 | 3,16   |
| De Deelnemersraad                       | 3,02 | 2,72  | 3,17 | 2,99   |
| Het Bestuur                             | 2,86 | 2,57* | 2,98 | 2,82   |

\* significant bij  $\alpha < 0,05$ ; 1=veel minder, 2=minder, 3=neutraal, 4=meer, 5=veel meer

Uit deze tabel blijkt dat voornamelijk aan de 'pensioenregelingen', 'indexering van uw pensioen' en aan het 'pensioenbeleid van de overheid' meer aandacht besteed moet worden. Daarnaast blijkt dat deelnemers in het PC significant ( $F=4,408$ ,  $df=2$ ,  $p=0,013$ ) minder informatie willen over het bestuur van het fonds.

Hiernaast is er een open vraag gesteld naar welke onderwerpen men in Focus mist. De gegeven antwoorden op de vraag zijn ingedeeld in een aantal categorieën. De categorieën die uit minimaal vier antwoorden bestaan staan weergegeven in tabel 4.6. De volledige antwoorden staan weergegeven in bijlage 4.

Tabel 4.6: Informatiebehoefte Focus ingedeeld in categorieën

| Welke onderwerpen mist u in Focus?           | Frequentie |
|----------------------------------------------|------------|
| <b>PF</b>                                    | <b>42</b>  |
| Informatie over regelingen en pensioenopbouw | 7          |
| Mogelijkheden eerder stoppen met werken      | 6          |
| Presentatie                                  | 5          |
| Algemene ontwikkelingen                      | 5          |
| Status van het fonds                         | 4          |
| Human interest                               | 4          |
| <b>PC</b>                                    | <b>32</b>  |
| Informatie over regelingen en pensioenopbouw | 10         |
| Mogelijkheden eerder stoppen met werken      | 6          |
| Presentatie                                  | 6          |
| Persoonlijk relevante informatie             | 4          |
| <b>PV</b>                                    | <b>27</b>  |
| Informatie over regelingen en pensioenopbouw | 5          |
| Presentatie                                  | 4          |
| Bestuur/Deelnemersraad                       | 4          |
| Speciaal voor gepensioneerden                | 4          |
| Algemene ontwikkelingen                      | 4          |

Enkele zaken uit de tabel worden hier kort besproken. Alle fondsen blijken een behoefte te hebben aan informatie over regelingen en pensioenopbouw. Deze categorie bevat onderwerpen van een algemene uitleg over pensioenopbouw tot specifieke (overgang)regelingen en/of groepen. Maar ook zaken als ANW, invaliditeit en rekenformules. Dat informatie in Focus belangrijk is, bleek al eerder uit de factoren die zijn gevonden bij de kwaliteit van Focus.

Een tweede categorie, presentatie, is ook bij de factoranalyse gevonden. Deze categorie bevat bij het PF en het PC voornamelijk kritiek op de uitleg in Focus als, meer voorbeelden, moeilijk taalgebruik, meer casus. Het PV wil juist meer adviezen en klaagt niet over de begrijpelijkheid en het taalgebruik.

De derde factor uit de factoranalyse, persoonlijke fit, is terug te vinden bij het PF en PC in de categorie ‘persoonlijk relevante informatie’. Echter in veel andere categorieën staan antwoorden die betrekking hebben op deze factor. Zo wil men vaak graag specifieke informatie over een bepaalde overgangsregeling, of advies over eerder kunnen stoppen met werken. In weze zijn dat antwoorden die te maken hebben met de ‘persoonlijke fit’ van Focus met de deelnemers.

Hiernaast willen alle drie de fondsen graag informatie over algemene ontwikkelingen kunnen lezen in Focus, als algemene ontwikkelingen in de pensioenwereld en overheidsbeleid. Opvallend is dat het PF en PV allebei in Focus onderwerpen willen lezen die zijn toegespitst op de gepensioneerde deelnemer. Dit is goed te verklaren doordat deze twee fondsen een grote groepen gepensioneerden hebben, het PC bestaat voornamelijk uit actieven. Tot slot, de deelnemers in het PF en het PC hebben behoefte aan informatie over de mogelijkheden voor het eerder stoppen met werken. Het PV heeft hier minder behoefte aan.



## 4.2 Kwaliteit van het pensioenoverzicht

Voor het meten van de kwaliteit van het pensioenoverzicht zijn aan de respondenten 22 stellingen en 3 vragen voorgelegd. De vragen slaan terug op de voorwaarden voor effectiviteit ‘contact’ en ‘selectie’. Daarnaast is aan de respondent gevraagd een rapportcijfer te geven aan het pensioenoverzicht en zijn er enkele vragen over de informatiebehoefte van de respondent gevraagd. Deze paragraaf is op dezelfde manier opgebouwd als de paragraaf over de kwaliteit van Focus.

### 4.2.1 Bereik van het pensioenoverzicht

Bij de voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ zijn voor het pensioenoverzicht in totaal drie vragen gesteld. De vraag bij ‘contact’, over het wel/niet ontvangen van het pensioenoverzicht, valt samen met het wel/niet werkzaam zijn bij de KLM en voegt dus niets inhoudelijks toe. Vandaar dat deze vraag verder buiten beschouwing is gelaten. In tabel 4.7 staan de resultaten voor de voorwaarde ‘selectie’.

Tabel 4.7: Resultaten voorwaarde ‘selectie’ voor het pensioenoverzicht

| <b>SELECTIE:</b>                     |      |             |                       |                         |           |       |
|--------------------------------------|------|-------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-------|
| <b>Leesintensiteit<br/>(N = 325)</b> | niet | vluchtig    | kort<br>bestuderen    | intensief<br>bestuderen | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                   | 2,9% | 10,7%       | 39,3%                 | 47,1%                   | 3,31      | 0,777 |
| PC                                   | 5,5% | 26,3%       | 32,2%                 | 36,0%                   | 2,99      | 0,925 |
| PV                                   | 3,4% | 6,0%        | 38,3%                 | 52,3%                   | 3,39      | 0,761 |
| Totaal                               | 3,5% | 13,7%       | 37,6%                 | 45,1%                   | 3,24      | 0,820 |
| <b>Bewaren<br/>(N = 323)</b>         | nee  | < half jaar | half jaar tot<br>jaar | > jaar                  | Gemiddeld | Std.  |
| PF                                   | 5,3% | 2,0%        | 8,0%                  | 84,7%                   | 3,72      | 0,748 |
| PC                                   | 1,4% | 2,8%        | 5,5%                  | 90,3%                   | 3,85      | 0,521 |
| PV                                   | 1,7% | 0,9%        | 3,4%                  | 94,0%                   | 3,90      | 0,469 |
| Totaal                               | 4,0% | 2,1%        | 7,0%                  | 86,9%                   | 3,77      | 0,680 |

Uit de tabel blijkt dat de deelnemers in het PC zich minder verdiepen in het pensioenoverzicht dan de deelnemers in de andere fondsen. Als er wordt gekeken naar de verdeling voor deze vraag dan blijkt 5,5% van het PC het pensioenoverzicht niet te bekijken (vgl. PF: 2,9%; PV: 3,4). In totaal blijkt zelfs 31,8% van het PC vluchtig tot niet het pensioenoverzicht te bekijken, ter vergelijking dit is voor het PF 13,6% en PV 9,4%. Hiernaast blijkt uit de tabel dat het pensioenoverzicht door de meeste respondenten langer dan een jaar wordt bewaard.

### 4.2.2 Dimensies van de kwaliteit van het pensioenoverzicht

Bij het SERVQUAL-model en de voorwaarden voor effectiviteit zijn ook voor het pensioenoverzicht 22 stellingen geoperationaliseerd. Allereerst zijn de antwoordcategorieën van het negatief geformuleerde item gehercodeerd. Vervolgens is een factoranalyse uitgevoerd om na te gaan of de stellingen naar verschillende dimensies verwijzen.



Uit de analyse blijkt dat de items verwijzen naar vier factoren. Het interpreteren van deze factoren blijkt echter lastig. De Varimax-rotatie biedt een goede interpreteerbare oplossing. De vier factoren voldoen allen aan het ‘criterium voor interpreteerbaarheid’ en het ‘criterium van minimum-eigenwaarde’ (De Heus, et al., 1995: 147-151). De resultaten van de factoranalyse, na Varimax-rotatie, staan weergegeven in tabel 4.8.

*Tabel 4.8: Factoranalyse items kwaliteit van het pensioenoverzicht*

|                                                                                           | factor 1 | factor 2 | factor 3 | factor 4 | H2    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|-------|
| <b>Begrijpelijkheid</b>                                                                   |          |          |          |          |       |
| Het is duidelijk wat de getallen in het pensioenoverzicht betekenen                       | 0,794    |          |          |          | 0,768 |
| Het pensioenoverzicht geeft inzicht in mijn pensioen opbouw                               | 0,735    |          |          |          | 0,750 |
| Het pensioenoverzicht geeft mij antwoord op mijn vragen                                   | 0,728    |          |          |          | 0,651 |
| De toelichting bij het pensioenoverzicht is begrijpelijk                                  | 0,670    |          |          |          | 0,589 |
| Het pensioenoverzicht is overzichtelijk                                                   | 0,636    |          |          |          | 0,632 |
| Het pensioenoverzicht ziet er aantrekkelijk uit                                           | 0,633    |          |          |          | 0,649 |
| Het pensioenoverzicht geeft mij zekerheid                                                 | 0,576    |          |          |          | 0,655 |
| De toelichting is prettig geschreven                                                      | 0,575    |          |          |          | 0,663 |
| Het pensioenoverzicht helpt mij bij het nemen van besluiten over mijn pensioenvoorziening | 0,547    |          |          |          | 0,474 |
| <b>Persoonlijke fit</b>                                                                   |          |          |          |          |       |
| De informatie in het pensioenoverzicht vind ik interessant                                |          | 0,674    |          |          | 0,525 |
| Het pensioenoverzicht bevat belangrijke informatie                                        |          | 0,673    |          |          | 0,632 |
| Het pensioenoverzicht bevat bruikbare informatie                                          |          | 0,656    |          |          | 0,718 |
| Het pensioenoverzicht is persoonlijk                                                      |          | 0,601    |          |          | 0,510 |
| Het pensioenoverzicht bevat niet veel overbodige informatie                               |          | 0,580    |          |          | 0,359 |
| Het pensioenoverzicht houdt mij op de hoogte                                              |          | 0,533    |          |          | 0,634 |
| <b>Correctheid</b>                                                                        |          |          |          |          |       |
| De gegevens in het pensioenoverzicht zijn correct                                         |          |          | 0,763    |          | 0,670 |
| Ik vertrouw op de informatie in mijn pensioenoverzicht                                    |          |          | 0,676    |          | 0,585 |
| Het pensioenoverzicht bevat betrouwbare gegevens                                          |          |          | 0,649    |          | 0,629 |
| Ik denk dat de prognose van mijn pensioen klopt                                           |          |          | 0,637    |          | 0,609 |
| <b>Presentatie</b>                                                                        |          |          |          |          |       |
| De toon van de toelichting is vriendelijk                                                 |          |          |          | 0,553    | 0,504 |
| Het pensioenoverzicht ziet er professioneel uit                                           |          |          |          | 0,478    | 0,640 |
| Het pensioenoverzicht ziet er verzorgd uit                                                |          |          |          | 0,438    | 0,575 |
| Verklaarde variantie: (totaal 61,006%)                                                    | 22,426   | 15,629   | 14,554   | 8,397    |       |
| Eigenwaarde na rotatie                                                                    | 4,934    | 3,438    | 3,202    | 1,847    |       |
| Cronbach's alpha                                                                          | 0,922    | 0,841    | 0,850    | 0,817    |       |

Extractie methode: Principal axis factoring, Rotatie methode: Varimax met Kaiser Normalisatie

Uit de factoranalyse zijn vier factoren naar voren gekomen die zijn geïnterpreteerd als ‘begrijpelijkheid’, ‘persoonlijke fit’, ‘correctheid’ en ‘presentatie’. De meeste items vallen binnen de eerste dimensie, ‘begrijpelijkheid’. Deze dimensie verklaart dan ook de meeste variantie. Uit de toetsen naar de interne consistentie binnen de dimensies blijken wederom hoge Cronbach alpha’s. Bij verwijdering van items dalen in alle gevallen de alfa’s. Er mag dan ook worden gesteld dat er sprake is van vier homogene en goede schalen (De Heus, et al., 1995: 182-186).

Als nu wordt gekeken naar de dimensies van het SERVQUAL-model en de voorwaarden van effectiviteit dan worden deze niet teruggevonden in deze dataset. Wel blijken van een aantal dimensies beide items binnen een factor te vallen. Zo bestaat ‘begrijpelijkheid’ naast veel losse items uit de twee voorwaarden voor effectiviteit ‘begrip’ en ‘waardering’. De factor ‘persoonlijke fit’ bestaat uit de voorwaarde ‘relevantie’ en uit een aantal losse items. ‘correctheid’ blijkt volledig uit de SERVQUAL dimensie ‘reliability’ en de voorwaarde ‘acceptatie’ te bestaan. De laatste factor ‘presentatie’ bestaat uit enkel losse items.

#### 4.2.3 Beoordeling van de kwaliteit van het pensioenoverzicht

Voor de dimensies zijn vervolgens aparte schalen gemaakt. De respondenten moeten minimaal 2 antwoorden hebben gegeven om mee te worden genomen in de berekening. In tabel 4.9 staan alle gemiddelde scores van de losse items en de schalen weergegeven. De getallen die in de tabel tussen haakjes staan zijn de standaarddeviaties van de schalen.

Tabel 4.9: Gemiddelde scores op de dimensies en items kwaliteit van pensioenoverzicht

|                                                                                           | PF             | PC             | PV             | Totaal         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Begrijpelijkheid</b>                                                                   | <b>3,02*</b>   | <b>2,72*</b>   | <b>3,39*</b>   | <b>3,00</b>    |
| <b>N = 318</b>                                                                            | <b>(0,771)</b> | <b>(0,747)</b> | <b>(0,673)</b> | <b>(0,776)</b> |
| Het is duidelijk wat de getallen in het pensioenoverzicht betekenen                       | 2,89           | 2,40*          | 3,29           | 2,82           |
| Het pensioenoverzicht geeft inzicht in mijn pensioen opbouw                               | 3,25           | 2,96           | 3,62           | 3,23           |
| Het pensioenoverzicht geeft mij antwoord op mijn vragen                                   | 2,69           | 2,43           | 3,37*          | 2,71           |
| De toelichting bij het pensioenoverzicht is begrijpelijk                                  | 3,12           | 2,73*          | 3,44           | 3,07           |
| Het pensioenoverzicht is overzichtelijk                                                   | 3,26           | 3,10           | 3,60           | 3,27           |
| Het pensioenoverzicht ziet er aantrekkelijk uit                                           | 2,95           | 2,69           | 3,36*          | 2,94           |
| Het pensioenoverzicht geeft mij zekerheid                                                 | 3,04           | 2,66*          | 3,27           | 2,98           |
| De toelichting is prettig geschreven                                                      | 3,07           | 2,71*          | 3,26           | 3,01           |
| Het pensioenoverzicht helpt mij bij het nemen van besluiten over mijn pensioenvoorziening | 2,99           | 2,77           | 3,37           | 2,98           |
| <b>Persoonlijke fit</b>                                                                   | <b>3,65</b>    | <b>3,62</b>    | <b>3,97*</b>   | <b>3,68</b>    |
| <b>N = 313</b>                                                                            | <b>(0,702)</b> | <b>(0,665)</b> | <b>(0,525)</b> | <b>(0,683)</b> |
| De informatie in het pensioenoverzicht vind ik interessant                                | 3,62           | 3,45           | 4,01           | 3,63           |
| Het pensioenoverzicht bevat belangrijke informatie                                        | 3,96           | 4,11           | 4,34           | 4,03           |
| Het pensioenoverzicht bevat bruikbare informatie                                          | 3,44           | 3,45           | 3,89           | 3,49           |
| Het pensioenoverzicht is persoonlijk                                                      | 3,78           | 3,82           | 3,84           | 3,80           |
| Het pensioenoverzicht bevat niet veel overbodige informatie                               | 3,55           | 3,52           | 3,92           | 3,58           |
| Het pensioenoverzicht houdt mij op de hoogte                                              | 3,65           | 3,62           | 3,97           | 3,54           |

|                                                        | PF             | PC             | PV             | Totaal         |
|--------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Correctheid</b>                                     | <b>3,48</b>    | <b>3,49</b>    | <b>3,77</b>    | <b>3,52</b>    |
| <b>N = 313</b>                                         | <b>(0,755)</b> | <b>(0,731)</b> | <b>(0,743)</b> | <b>(0,752)</b> |
| De gegevens in het pensioenoverzicht zijn correct      | 3,38           | 3,41           | 3,66           | 3,41           |
| Ik vertrouw op de informatie in mijn pensioenoverzicht | 3,72           | 3,66           | 4,07           | 3,74           |
| Het pensioenoverzicht bevat betrouwbare gegevens       | 3,53           | 3,59           | 3,76           | 3,56           |
| Ik denk dat de prognose van mijn pensioen klopt        | 3,29           | 3,30           | 3,58           | 3,32           |
| <b>Presentatie</b>                                     | <b>3,52</b>    | <b>3,58</b>    | <b>3,80</b>    | <b>3,56</b>    |
| <b>N = 313</b>                                         | <b>(0,703)</b> | <b>(0,608)</b> | <b>(0,632)</b> | <b>(0,679)</b> |
| De toon van de toelichting is vriendelijk              | 3,49           | 3,48           | 3,60           | 3,50           |
| Het pensioenoverzicht ziet er professioneel uit        | 3,46           | 3,55           | 3,92           | 3,53           |
| Het pensioenoverzicht ziet er verzorgd uit             | 3,61           | 3,70           | 3,91           | 3,66           |

1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens

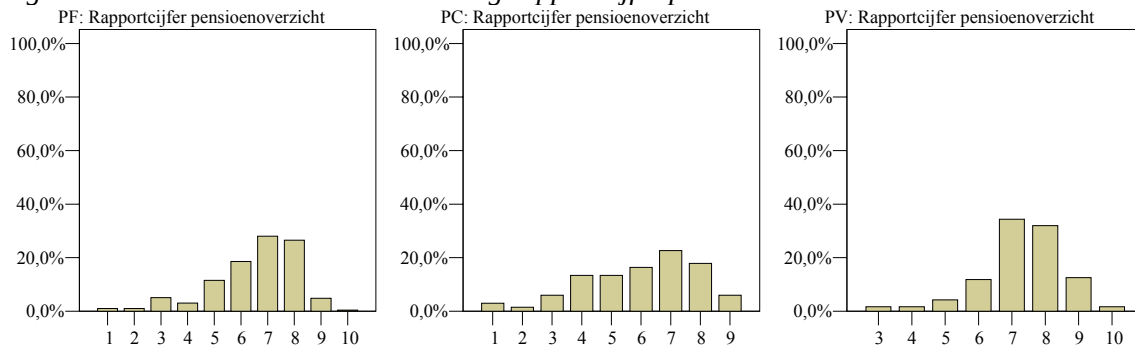
\* significant bij  $\alpha < 0.05$

Uit de tabel blijkt dat de mate van gemiddelde scores gegeven voor de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht per fonds significant verschilt ( $F=9,461$ ,  $df=2$ ,  $p=0,000$ ). Zo geeft het PC een negatief oordeel over de begrijpelijkheid. De andere twee fondsen zijn wel positief, het PV geeft echter een significant hoger oordeel dan het PF. Als wordt gekeken binnen deze schaal naar de losse items dan blijkt eigenlijk hetzelfde. In de gevallen dat het PC significant afwijkt, dan scoort het fonds negatiever dan de andere fondsen. Wijkt het PV significant af dan scoort het fonds hoger dan de andere fondsen.

Alle fondsen zijn het er over eens dat het pensioenoverzicht aansluit bij de persoonlijke situatie van de respondenten. Echter, als wordt gekeken naar de totale score voor de schaal dan blijkt het PV significant ( $F=3,554$ ,  $df=2$ ,  $p=0,030$ ) een hogere score te geven dan de andere fondsen. Voor de correctheid en de presentatie van en in het overzicht geven de fondsen geen significant verschillende scores.

#### 4.2.4 Rapportcijfer voor de kwaliteit van het pensioenoverzicht

In de figuren 4.2 a t/m c staan de verdelingen van het rapportcijfer voor het pensioenoverzicht per pensioenfonds weergegeven. Gemiddeld geven de pensioenfondsen voor het pensioenoverzicht een 6,5. Specifieker, het PF geeft aan het pensioenoverzicht gemiddeld een 6,6, het PC een 6,0 en het PV een 7,3. Uit een Anova-toets blijkt dat alle drie de rapportcijfers significant van elkaar afwijken ( $F=7,410$ ,  $df=2$ ,  $p=0,001$ ). Het PC beoordeelt het pensioenoverzicht dus significant lager dan het PF en PV; het PF significant lager dan het PV.

**Figuren 4.2 a t/m c: Procentuele verdeling rapportcijfer pensioenoverzicht**

Vervolgens is er een multiple regressieanalyse uitgevoerd om te kijken of de bij de factoranalyse vastgestelde dimensies een verband hebben met het gegeven rapportcijfer voor het pensioenoverzicht. Hierbij zijn ook enkele achtergrondvariabelen ter controle meegenomen. De resultaten van de regressieanalyse staan weergegeven in tabel 4.10.

**Tabel 4.10 Verband rapportcijfer en dimensies van de kwaliteit van het pensioenoverzicht**

|                            | $\beta$ | t      | p      |
|----------------------------|---------|--------|--------|
| Begrijpelijkheid           | 0,534   | 9,883  | 0,000* |
| Persoonlijke fit           | -0,075  | -1,511 | 0,132  |
| Correctheid                | 0,176   | 3,535  | 0,000* |
| Presentatie                | 0,213   | 3,813  | 0,000* |
| Leeftijd (categorieën)     | 0,036   | 0,926  | 0,355  |
| Opleidingsniveau           | -0,075  | -1,961 | 0,051  |
| Geslacht                   | -0,098  | -2,735 | 0,007* |
| Pensioenfondsen (PF/PC/PV) | 0,061   | 1,618  | 0,107  |

\* significant bij  $\alpha < 0.05$ ,  $N = 312$ ,  $R^2 = 0,642$

Uit de tabel blijkt dat er drie variabelen een significante samenhang vertonen met het gegeven rapportcijfer aan het pensioenoverzicht. Zo blijken de dimensies ‘begrijpelijkheid’ ( $t=9,883$ ,  $p=0,000$ ), ‘correctheid’ ( $t=3,535$ ,  $p=0,000$ ) en ‘presentatie’ ( $t=3,813$ ,  $p=0,000$ ) een positieve samenhang te hebben met het rapportcijfer. Dit betekent dat wanneer de respondenten positief zijn over de dimensies ‘begrijpelijkheid’, ‘correctheid’ en/of ‘presentatie’ dit gepaard gaat met een hoog rapportcijfer aan het pensioenoverzicht. Er blijkt echter wel een verschil in samenhang met het rapportcijfer tussen de variabelen. Zo vertoont ‘begrijpelijkheid’ met een bèta van 0,534 een sterkere samenhang dan ‘presentatie’. Op haar beurt heeft ‘presentatie’ met een bèta van 0,213 een sterkere samenhang met het rapportcijfer dan ‘correctheid’.

‘Persoonlijke fit’ bleek geen significant verband ( $t=-1,511$ ,  $p=0,132$ ) met het rapportcijfer te vertonen. Dit kan worden verklaard doordat het pensioenoverzicht de persoonlijke situatie van de respondent weergeeft. Een pensioenoverzicht is dus per definitie persoonlijk en kan daardoor als een constante gezien worden.

Alle achtergrondvariabelen blijken op ‘geslacht’ ( $t=-2,735$ ,  $p=0,007$ ) na geen significante bijdrage te leveren aan het rapportcijfer. Was er bij het rapportcijfer van Focus een trend zichtbaar dat vrouwen een negatiever rapportcijfer aan Focus geven dan mannen, bij het rapportcijfer voor het pensioenoverzicht is dit verband significant ( $t=-2,375$ ,  $p=0,007$ ). Echter de

samenhang van de variabele ‘geslacht’ met het cijfer is met een bèta van -0,098 erg klein. Ook hier is sprake van een indirect verband doordat de meeste vrouwen deelnemen in het PC en dit fonds negatiever is. Als enkel de vrouwen in het databestand worden geselecteerd, dan blijken de PC vrouwen negatiever dan de vrouwen in de andere fondsen.

Bij de achtergrondvariabele ‘opleidingsniveau’ is een negatieve trend zichtbaar. Dit betekent dat het zo kan zijn dat een laag opleidingsniveau gepaard gaat met een laag rapportcijfer. Dit kan een mogelijke verklaring vormen voor de verschillende scores op de dimensie begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht tussen de fondsen PF en PV. Zoals eerder gebleken is het gemiddelde opleidingsniveau van het PF lager dan van het PV. Maar de huidige dataset levert geen onomstotelijk bewijs voor deze verklaring.

#### 4.2.5 Informatiebehoefte pensioenoverzicht

Voor het meten van de informatiebehoefte van de deelnemers is er een open vraag gesteld naar welke informatie gemist wordt in het pensioenoverzicht. De gegeven antwoorden op de vraag zijn ingedeeld in een aantal categorieën. De categorieën die minimaal drie antwoorden bevatten staan weergegeven in tabel 4.11. De volledige antwoorden staan weergegeven in bijlage 5.

*Tabel 4.11: Informatiebehoefte pensioenoverzicht ingedeeld in categorieën*

| Welke informatie mist u in het pensioenoverzicht?         | Frequentie |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| <b>PF</b>                                                 | <b>25</b>  |
| Meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen | 10         |
| Begrijpelijke toelichting                                 | 7          |
| <b>PC</b>                                                 | <b>25</b>  |
| Meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen | 7          |
| Begrijpelijke toelichting                                 | 7          |
| Netto bedragen                                            | 3          |
| Persoonlijk advies                                        | 3          |
| <b>PV</b>                                                 | <b>9</b>   |
| Begrijpelijke toelichting                                 | 4          |
| Meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen | 3          |

Enkele zaken uit de tabel worden hier kort besproken. Alle fondsen blijken een behoefte te hebben aan meerdere data met bijbehorende bedragen voor pensionering. Het PF en PC willen hierbij dat de bedragen netto worden weergegeven. Hiernaast blijkt de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht en de toelichting te kort te schieten. Dat de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht en de toelichting onder de maat is bleek ook al uit de factoranalyse en de beoordeling van de dimensies van de kwaliteit van het pensioenoverzicht. De factor ‘begrijpelijkheid’ scoorde daar ook al erg laag.

### 4.3 Kwaliteit van de websites

Voor het meten van de kwaliteit van de websites zijn aan de respondenten 22 stellingen en 2 vragen voorgelegd. Daarnaast is aan de respondenten gevraagd een rapportcijfer te geven aan de website van het pensioenfonds en zijn er enkele vragen over de informatiebehoefte van de respondent gevraagd. Deze paragraaf is hetzelfde opgebouwd als de vorige twee paragrafen.

### 4.3.1 Bereik van de websites

Bij de website zijn voor de twee voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ in totaal twee vragen gesteld. In tabel 4.12 staan de resultaten voor de voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’.

Tabel 4.12: Resultaten voorwaarden ‘contact’ en ‘selectie’ voor de websites

| <b>CONTACT</b>                             |        |                 |             |               |                    |       |
|--------------------------------------------|--------|-----------------|-------------|---------------|--------------------|-------|
| <b>Bezoekfrequentie<br/>(N = 483)</b>      | nooit  | 1 keer          | 2 - 10 keer | > 10 keer     | Gemiddeld          | Std.  |
| PF                                         | 66,6%  | 11,0%           | 19,5%       | 2,8%          | 1,59               | 0,897 |
| PC                                         | 77,5%  | 4,6%            | 14,8%       | 3,1%          | 1,43               | 0,856 |
| PV                                         | 63,1%  | 10,8%           | 25,1%       | 1,0%          | 1,64               | 0,898 |
| Totaal                                     | 68,4%  | 9,7%            | 19,2%       | 2,6%          | 1,56               | 0,890 |
| <b>SELECTIE:</b>                           |        |                 |             |               |                    |       |
| <b>Raadplegen informatie<br/>(N = 152)</b> | nieuws | contactgegevens |             | pensioenfonds | pensioenregelingen |       |
| PF                                         | 57,6%  | 32,4%           |             | 36,2%         | 49,0%              |       |
| PC                                         | 81,8%  | 31,9%           |             | 64,8%         | 60,3%              |       |
| PV                                         | 55,3%  | 36,3%           |             | 42,5%         | 60,0%              |       |
| Totaal                                     | 60,8%  | 32,9%           |             | 41,2%         | 52,1%              |       |

In de tabel valt direct op dat bij alle drie de pensioenfondsen het percentage respondenten dat jaarlijks de website bezoekt erg klein is. Van het PF heeft 66,6% de website het afgelopen jaar nooit bezocht, voor de andere fondsen zijn deze percentages eveneens hoog. Bij het PC is dit percentage 77,5% en bij het PV 63,1%.

De vraag bij de voorwaarde ‘selectie’ gaat over welke informatie de respondenten raadplegen op de website. De mogelijkheid ‘homepage’ is hier buiten beschouwing gelaten, indien men de website heeft bezocht men altijd op de homepage is geweest. Uit de tabel blijkt dat als men van het PF de website bezoekt door 57,6% van de respondenten het nieuws bekeken wordt, 49% bekijkt informatie over de pensioenregeling, 36,2% wil meer weten over het pensioenfonds zelf en 32,4% is op zoek naar contactgegevens. Op de website van het PC wordt met 81,8% het meeste het nieuws bekeken, 64,8% wil meer weten over het pensioenfonds zelf, 60,3% wil meer informatie over de pensioenregeling en 31,9% is op zoek naar contactgegevens. Op de website van het PV raadplegen de respondenten met 60,0% de pensioenregeling, 55,3% bekijkt het nieuws, 42,5% wil meer informatie over het pensioenfonds en 36,3% is op zoek naar contactgegevens.

### 4.3.2 Dimensies van de kwaliteit van de websites

Ook voor de websites zijn 22 stellingen geoperationaliseerd. Allereerst zijn de antwoordcategorieën van het negatief geformuleerde item ‘Op de website staat veel overbodige informatie’ gehercodeerd. Vervolgens is een factoranalyse uitgevoerd om na te gaan of de stellingen naar verschillende dimensies verwijzen.

Uit de analyse blijkt dat een factor enkel bestaat uit het gehercodeerde item. De communaliteit van dit item is echter ook erg laag, 0,298. Daarom is er gekozen voor het verwijderen van het item. Na verwijdering van het item blijken uit de analyse drie factoren. Het

interpreteren van deze factoren blijkt echter lastig, aangezien veel items op meerder factoren een hoge lading hebben. Een Oblique-rotatie biedt de beste oplossing. De factoren hebben allemaal een eigenwaarde van minimaal één. De factoren voldoen hiermee aan het ‘criterium voor interpreteerbaarheid’ en het ‘criterium van minimum-eigenwaarde’ (De Heus, et al., 1995: 147-151). De resultaten van de factoranalyse, na Oblique-rotatie en verwijdering van het gespiegelde item, staan weergegeven in tabel 4.13.

*Tabel 4.13: Factoranalyse items kwaliteit van de websites*

|                                                                         | factor 1 | factor 2 | factor 3 | H2    |
|-------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|-------|
| <b>Persoonlijke informatie</b>                                          |          |          |          |       |
| De website houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                     | 0,742    |          |          | 0,617 |
| De website wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen      | 0,804    |          |          | 0,630 |
| De website geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling                | 0,543    |          |          | 0,637 |
| De informatie op de website komt overeen met wat de bezoeker bezighoudt | 0,766    |          |          | 0,750 |
| De website geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken                   | 0,806    |          |          | 0,712 |
| De website helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken            | 0,806    |          |          | 0,625 |
| Op de website staat voor mij nieuwe informatie                          | 0,660    |          |          | 0,580 |
| Op de website staat interessante informatie                             | 0,618    |          |          | 0,641 |
| De website geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen             | 0,905    |          |          | 0,749 |
| Het is prettig om de website te bezoeken                                | 0,483    |          |          | 0,635 |
| De tekst op de website sluit aan bij mijn persoonlijke situatie         | 0,791    |          |          | 0,750 |
| Op de website staat bruikbare informatie                                | 0,784    |          |          | 0,770 |
| <b>Correctheid</b>                                                      |          |          |          |       |
| Op de website staat betrouwbare informatie                              |          | 0,922    |          | 0,836 |
| Op de website staat correcte informatie                                 |          | 0,915    |          | 0,765 |
| Ik ben het eens met de informatie die op de website staat               |          | 0,715    |          | 0,586 |
| De website ziet er professioneel uit                                    |          | 0,555    |          | 0,722 |
| De website ziet er goed uit                                             |          | 0,513    |          | 0,709 |
| De website komt vriendelijk over                                        |          | 0,399    |          | 0,691 |
| <b>Gebruiksvriendelijkheid</b>                                          |          |          |          |       |
| De website ziet er aantrekkelijk uit                                    |          |          | -0,508   | 0,735 |
| Het taalgebruik op de website spreekt mij aan                           |          |          | -0,501   | 0,442 |
| De website is overzichtelijk                                            |          |          | -0,477   | 0,706 |
| Verklaarde variantie: totaal: 72,614%                                   |          |          |          |       |
| Eigenwaarde na rotatie                                                  | 10,466   | 8,427    | 4,560    |       |
| Cronbach's alpha                                                        | 0,954    | 0,921    | 0,818    |       |

Extractie methode: Principal axis factoring, Rotatie methode: Oblimin met Kaiser Normalisatie

Uit de factoranalyse zijn drie factoren naar voren gekomen die zijn geïnterpreteerd als ‘persoonlijke informatie’, ‘correctheid’ en ‘gebruiksvriendelijkheid’. De meeste items vallen



binnen de eerste dimensie, ‘persoonlijke informatie’. Deze dimensie verklaart dan ook de meeste variantie. Uit de toetsen naar de interne consistentie binnen de dimensies blijken wederom hoge Cronbach’s alpha’s. Bij verwijdering van items dalen in alle gevallen de alfa’s. Er mag dan ook worden gesteld dat er sprake is van drie homogene en goede schalen (De Heus, et al., 1995: 182-186).

Als nu wordt gekeken naar de oorspronkelijke dimensies van het SERVQUAL-model en de voorwaarden voor effectiviteit, dan blijkt dat deze niet zijn terug te vinden in de data. Wel blijken beide items van een aantal dimensies tot een factor te behoren. Zo bestaat de factor ‘persoonlijke informatie’ naast losse items uit de dimensie ‘responsiveness’ en de voorwaarden ‘relevantie’ en ‘toepasbaarheid’. De factor ‘correctheid’ bestaat uit de dimensie ‘reliability’ en losse items. ‘gebruiksvriendelijkheid’ bestaat enkel uit losse items.

### 4.3.3 Beoordeling van de kwaliteit van de websites

Voor de dimensies zijn vervolgens aparte schalen gemaakt. De respondenten moeten minimaal 2 antwoorden hebben gegeven om mee te worden genomen in de berekening. In tabel 4.14 staan alle gemiddelde scores van de losse items en de schalen weergegeven. De getallen die in de tabel tussen haakjes staan zijn de standaarddeviaties van de schalen.

*Tabel 4.14: Gemiddelde scores op de dimensies en items kwaliteit van pensioenoverzicht*

|                                                                         | PF             | PC             | PV             | Totaal         |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Persoonlijke informatie</b>                                          | <b>3,08</b>    | <b>2,65</b>    | <b>2,93</b>    | <b>2,99</b>    |
| <b>N = 148</b>                                                          | <b>(0,732)</b> | <b>(0,844)</b> | <b>(0,829)</b> | <b>(0,772)</b> |
| De website houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                     | 3,25           | 2,96           | 3,03           | 3,18           |
| De website wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen      | 2,99           | 2,68           | 2,89           | 2,93           |
| De website geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling                | 3,05           | 2,34           | 3,02           | 2,94           |
| De informatie op de website komt overeen met wat de bezoeker bezighoudt | 3,05           | 2,36           | 2,80           | 2,92           |
| De website geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken                   | 3,09           | 2,68           | 3,01           | 3,02           |
| De website helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken            | 2,87           | 2,49           | 3,02           | 2,84           |
| Op de website staat voor mij nieuwe informatie                          | 3,28           | 3,27           | 2,92           | 3,23           |
| Op de website staat interessante informatie                             | 3,25           | 2,92           | 3,00           | 3,17           |
| De website geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen             | 2,82           | 2,20           | 2,75           | 2,72           |
| Het is prettig om de website te bezoeken                                | 3,12           | 2,82           | 2,92           | 3,05           |
| De tekst op de website sluit aan bij mijn persoonlijke situatie         | 2,80           | 2,28           | 2,71           | 2,71           |
| Op de website staat bruikbare informatie                                | 3,29           | 2,84           | 3,08           | 3,19           |
| <b>Correctheid</b>                                                      | <b>3,42</b>    | <b>3,21</b>    | <b>3,22</b>    | <b>3,36</b>    |
| <b>N = 148</b>                                                          | <b>(0,667)</b> | <b>(0,674)</b> | <b>(0,624)</b> | <b>(0,664)</b> |
| Op de website staat betrouwbare informatie                              | 3,42           | 3,03           | 3,15           | 3,33           |
| Op de website staat correcte informatie                                 | 3,40           | 3,15           | 3,15           | 3,33           |
| Ik ben het eens met de informatie die op de website staat               | 3,15           | 2,83           | 3,14           | 3,11           |
| De website ziet er professioneel uit                                    | 3,59           | 3,43           | 3,37           | 3,54           |
| De website ziet er goed uit                                             | 3,51           | 3,31           | 3,24           | 3,44           |



|                                               | PF             | PC             | PV             | Totaal         |
|-----------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| De website komt vriendelijk over              | 3,44           | 3,35           | 3,28           | 3,41           |
| <b>Gebruiksvriendelijkheid</b>                | <b>3,36</b>    | <b>3,07</b>    | <b>3,18</b>    | <b>3,29</b>    |
| <b>N = 148</b>                                | <b>(0,706)</b> | <b>(0,772)</b> | <b>(0,692)</b> | <b>(0,718)</b> |
| De website ziet er aantrekkelijk uit          | 3,42           | 2,95           | 3,20           | 3,32           |
| Het taalgebruik op de website spreekt mij aan | 3,34           | 3,28           | 3,35           | 3,33           |
| De website is overzichtelijk                  | 3,31           | 3,01           | 2,97           | 3,22           |

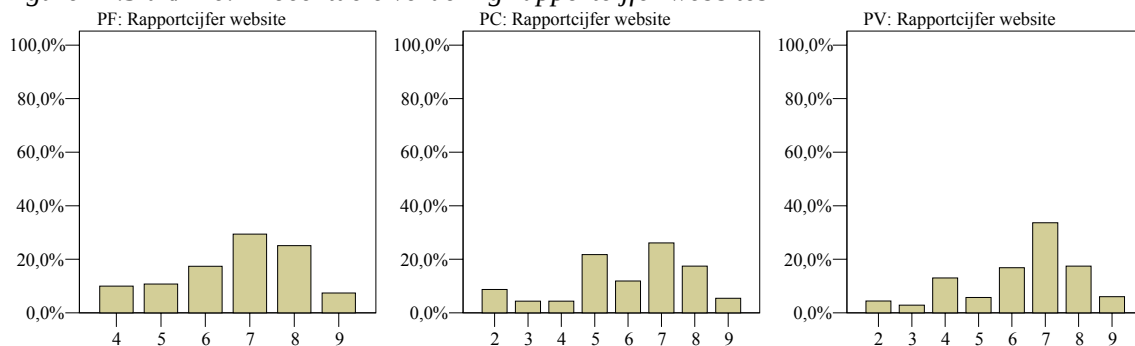
1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens

Uit de ANOVA-toets blijkt dat er geen verschillen bestaan tussen de fondsen. Wel blijkt uit de tabel dat de schaal 'persoonlijke informatie' laag beoordeeld wordt door de fondsen. De scores voor de correctheid en gebruiksvriendelijkheid van de website zijn positief en verschillen niet tussen de pensioenfondsen.

#### 4.3.4 Rapportcijfer voor de kwaliteit van de websites

In de figuren 4.3 a t/m c staan de verdelingen van het rapportcijfer voor de websites van de pensioenfondsen weergegeven. Gemiddeld geven de pensioenfondsen voor de websites een 6,5. Specifieker, het PF geeft aan de website gemiddeld een 6,7, het PC een 6,0 en het PV een 6,3.

Figuren 4.3 a t/m c: Procentuele verdeling rapportcijfer websites



Vervolgens is er een multiple regressieanalyse uitgevoerd om te kijken of de bij de factoranalyse vastgestelde dimensies een verband hebben met het gegeven rapportcijfer voor de websites. Hierbij zijn ook enkele achtergrondvariabelen ter controle meegenomen. De resultaten van de regressieanalyse staan weergegeven in tabel 4.15.

Tabel 4.15 Verband rapportcijfer en dimensies van de kwaliteit van de websites

|                          | <b>B</b> | <b>t</b> | <b>p</b> |
|--------------------------|----------|----------|----------|
| Persoonlijke informatie  | 0,666    | 8,208    | 0,000*   |
| Correctheid              | 0,213    | 1,888    | 0,061    |
| Gebruiksvriendelijkheid  | -0,050   | -0,456   | 0,649    |
| Leeftijd (categorieën)   | 0,014    | 0,252    | 0,802    |
| Opleidingsniveau         | -0,055   | -0,992   | 0,323    |
| Geslacht                 | -0,029   | -0,551   | 0,583    |
| Pensioenfonds (PF/PC/PV) | -0,005   | -0,085   | 0,932    |

\* significant een  $\alpha < 0,05$ ,  $N = 148$ ,  $R^2 = 0,651$

Uit de tabel blijkt dat alleen ‘persoonlijke informatie’ een significant verband ( $t=8,208$ ,  $p=0,000$ ) vertoont met het gegeven rapportcijfer aan de websites. Deze dimensie blijkt met een bèta van 0,666 een sterke positieve samenhang te vertonen met het rapportcijfer voor de websites. Dit betekent dat wanneer de respondenten positief zijn over de dimensie ‘persoonlijke informatie’, dit gepaard gaat met een hoog rapportcijfer voor de websites.

Hiernaast is er een trend zichtbaar dat ‘correctheid’ ook positief samenhangt met het rapportcijfer voor de website. Echter, dit blijkt in de huidige dataset niet significant te zijn bij een alfa van 0,05.

#### 4.3.5 Informatiebehoefte websites

Ten eerste is er over de huidige onderwerpen op de websites gevraagd of aan deze onderwerpen meer of minder aandacht besteed moet worden. De resultaten hiervoor staan in tabel 4.16. Uit deze tabel blijkt dat voornamelijk aan de ‘indexering’, ‘pensioenbeleid van de overheid’ en de ‘pensioenregelingen’ meer aandacht besteed moet worden op de website.

Tabel 4.16: Gemiddelde scores op de items bij informatiebehoefte websites

|                                         | PF   | PC   | PV   | Totaal |
|-----------------------------------------|------|------|------|--------|
| Indexering van uw pensioen              | 4,14 | 4,43 | 4,18 | 4,19   |
| Pensioenbeleid van de overheid          | 3,99 | 4,11 | 4,14 | 4,03   |
| Pensioenregelingen                      | 3,93 | 4,23 | 4,02 | 3,99   |
| Beleggingsresultaten van Blue Sky Group | 3,58 | 3,73 | 3,92 | 3,65   |
| Consumentenonderzoek                    | 3,69 | 3,36 | 3,42 | 3,60   |
| Nieuwsberichten                         | 3,43 | 3,82 | 3,57 | 3,51   |
| Voorlichtingsbijeenkomsten              | 3,52 | 3,73 | 3,15 | 3,50   |
| De Deelnemersraad                       | 2,84 | 3,01 | 2,97 | 2,88   |
| Het Bestuur                             | 2,71 | 2,68 | 2,85 | 2,72   |

1=veel minder, 2=minder, 3=neutraal, 4=meer, 5=veel meer

Bij de website is tevens een extra vraag gesteld naar de behoefte aan het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie op de websites. Het gaat hier om een beveiligd gedeelte waar de deelnemers persoonlijke gegevens en cijfers kunnen opvragen met betrekking tot hun eigen pensioen. Uit de antwoorden op deze vraag blijkt duidelijk dat hieraan behoefte is. De gemiddelde antwoorden liggen hierbij tussen de antwoordcategorieën ‘wel’ en ‘helemaal wel’. De exacte gemiddelden staan weergegeven in tabel 4.17.

Tabel 4.17: Gemiddelden voor het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie op de websites

| Nut persoonlijke informatie<br>(N = 154) | Gemiddeld | Std.  |
|------------------------------------------|-----------|-------|
| PF                                       | 4,20      | 1,068 |
| PC                                       | 4,90      | 0,311 |
| PV                                       | 4,42      | 0,896 |
| <b>Totaal</b>                            | 4,43      | 0,998 |

1=helemaal niet, 2=niet, 3=neutraal, 4=wel, 5=helemaal wel

Hiernaast is er een open vraag gesteld naar welke informatie men mist op de websites. De gegeven antwoorden op de vraag zijn ingedeeld in een aantal categorieën. De categorieën die minimaal drie antwoorden bevatten staan weergegeven in tabel 4.18. De volledige antwoorden staan weergegeven in bijlage 6.

*Tabel 4.18: Informatiebehoefte websites ingedeeld in categorieën*

| Welke onderwerpen mist u op de website van uw pensioenfonds? | Frequentie |
|--------------------------------------------------------------|------------|
| <b>PF</b>                                                    | <b>15</b>  |
| Persoonlijke informatie                                      | 7          |
| Informatie over specifieke onderwerpen                       | 5          |
| <b>PC</b>                                                    | <b>10</b>  |
| Persoonlijke informatie                                      | 8          |
| <b>PV</b>                                                    | <b>9</b>   |
| Persoonlijke informatie                                      | 3          |
| Informatie over specifieke onderwerpen                       | 3          |

Ook uit deze tabel blijkt hetzelfde beeld als uit de beoordeling van de kwaliteit van de websites. Er is een grote behoefte aan persoonlijke informatie op de websites. Hierbij moet men denken aan rekenmogelijkheden en persoonlijke gegevens, maar ook aan persoonlijk advies. Persoonlijke informatie bleek ook al de belangrijkste factor bij de analyse voor de kwaliteit van de website en sterk samen te hangen met het rapportcijfer.

## 4.4 Deelconclusies

Aan de hand van de in dit hoofdstuk besproken resultaten kunnen de deelvragen van dit onderzoek worden beantwoord.

### 4.4.1 Kwaliteitsindicatoren

De eerste deelvraag heeft betrekking op de indicatoren van de kwaliteit van pensioencommunicatie. Met andere woorden, op welke aspecten deelnemers de kwaliteit van pensioencommunicatie beoordelen. Hieronder volgen per onderzocht communicatiemiddel de deelconclusies voor deze deelvraag.

#### 4.4.1.1 Focus

De kwaliteit van Focus wordt door de deelnemers beoordeeld op (tenminste) drie aspecten, namelijk de informatiegraad van het blad, de mate waarin het blad aansluit aan de persoonlijke situatie van de deelnemer en de vormgeving en schrijfstijl van het blad. De interne consistenties van deze schalen zijn met een minimum van 0,821 erg hoog. Deze drie kwaliteitsindicatoren verklaren samen 64,7% van de totale variantie van de kwaliteit van Focus, waarmee het een sterk verklaringsmodel is. De gevonden kwaliteitsindicatoren verschillen van de dimensies van SERVQUAL en de voorwaarden van effectiviteit, waarvan het gebruikte meetinstrument is afgeleid.

In de indicatoren is een rangorde aan te brengen, zo is de informatiegraad met een bèta van 0,479 de belangrijkste indicator van de kwaliteit van Focus, hierna volgt met 0,196 de presentatie. Met een bèta van 0,177 is de mate waarin het blad aansluit aan de persoonlijke situatie van de deelnemer de minst belangrijke indicator. Andere factoren als leeftijd, opleidingsniveau, geslacht en het pensioenfonds waar men in deelneemt spelen bij de beoordeling geen rol. In de praktijk betekent dit dat een verhoging van de informatiegraad van Focus gepaard gaat met een grotere verhoging van het rapportcijfer dan bij een verbetering van de presentatie en de persoonlijke fit. Een lage informatiegraad van het blad zal dan ook eerder leiden tot een negatief rapportcijfer dan een slechte presentatie en persoonlijke fit.

#### **4.4.1.2 Pensioenoverzicht**

Deelnemers beoordelen de kwaliteit van het pensioenoverzicht op (tenminste) vier aspecten, namelijk de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht, de mate waarin het pensioenoverzicht aansluit aan de persoonlijke situatie van de deelnemer, de correctheid van het pensioenoverzicht en de vormgeving en schrijfstijl van het pensioenoverzicht. De interne consistenties van deze schalen zijn met een minimum van 0,817 erg hoog. Deze drie kwaliteitsindicatoren verklaren samen 61,0% van de totale variantie van de kwaliteit van het pensioenoverzicht, waarmee het een sterk verklaringsmodel is. De gevonden kwaliteitsindicatoren verschillen ook hier van de dimensies van SERVQUAL en de voorwaarden van effectiviteit.

Ook hier kan een rangorde worden aangegeven voor de belangrijkheid van de factoren. De begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht en de toelichting is met een bèta van 0,534 de belangrijkste indicator van de kwaliteit van het pensioenoverzicht, hierna volgt met 0,213 de presentatie. Met een bèta van 0,176 is correctheid van het pensioenoverzicht de minst belangrijke indicator. Andere factoren als leeftijd, opleidingsniveau, geslacht en het pensioenfonds waar men in deelneemt spelen bij de beoordeling geen rol. Het begrijpelijker maken van het pensioenoverzicht gaat dus gepaard met een grotere verhoging van het rapportcijfer dan een verbetering van de presentatie en de correctheid van het pensioenoverzicht. Een onbegrijpelijk pensioenoverzicht zal dan ook eerder leiden tot een negatief rapportcijfer dan een slechte presentatie en fouten.

De mate waarin het pensioenoverzicht aansluit aan de persoonlijke situatie van de deelnemer blijkt geen rol te spelen bij de beoordeling van het pensioenoverzicht. Een aannemelijke verklaring hiervoor is dat het pensioenoverzicht de persoonlijke situatie van de deelnemer weergeeft. Een pensioenoverzicht is hiermee dus per definitie persoonlijk relevant. Deze indicator wordt als een constante gezien door de deelnemers en wordt hierdoor bij de beoordeling van de kwaliteit van het pensioenoverzicht buiten beschouwing gelaten.

#### **4.4.1.3 Websites**

Deelnemers beoordelen de kwaliteit van de website van hun pensioenfonds op (tenminste) drie aspecten, namelijk of er persoonlijke informatie te raadplegen is op de website, of de website geen verkeerde informatie bevat en de gebruiksvriendelijkheid van de website. De interne consistenties van deze schalen zijn met een minimum van 0,818 wederom erg hoog. Deze drie

kwaliteitsindicatoren verklaren samen 72,6% van de totale variantie van de kwaliteit van de website, waarmee het een sterk verklaringsmodel is. De gevonden kwaliteitsindicatoren verschillen van de dimensies van SERVQUAL en de voorwaarden van effectiviteit, waarvan het gebruikte meetinstrument is afgeleid.

De belangrijkheid van de indicatoren verschilt. Het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie is met een bèta van 0,666 een zeer belangrijke indicator voor de kwaliteit van de website. De overige twee gevonden indicatoren blijken geen rol te spelen bij de beoordeling van de kwaliteit van de website. Andere factoren als leeftijd, opleidingsniveau, geslacht en het pensioenfonds waar men in deelneemt, spelen ook hier geen rol. In de praktijk betekent dit dat het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie gepaard gaat met een hoog rapportcijfer.

Een verbetering van de gebruiksvriendelijkheid of de correctheid van de website zal dus geen verandering in het rapportcijfer voor de website teweeg brengen. Echter, hierbij moet worden opgemerkt dat de deelnemers ontevreden zijn over de hoeveelheid persoonlijke informatie die op dit moment te raadplegen is op de websites van de pensioenfondsen. Toch kan dit gegeven hier een mogelijke verklaring opleveren. Omdat de indicator ‘persoonlijke informatie’ een groot gedeelte van de variantie van het rapportcijfer verklaart (namelijk 65%) is het aannemelijk dat wanneer er meer persoonlijke informatie beschikbaar komt op de website de correctheid en de gebruiksvriendelijkheid wel een rol gaan spelen bij de beoordeling van de kwaliteit van de website. Nader onderzoek voor het testen van deze verklaring is echter noodzakelijk.

*Tabel 4.19: Indicatoren kwaliteit van pensioencommunicatie*

| Kwaliteit Focus             | Kwaliteit pensioenoverzicht | Kwaliteit website                  |
|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. Informatief (0,479)      | 1. Begrijpelijkheid (0,534) | 1. Persoonlijke informatie (0,666) |
| 2. Presentatie (0,196)      | 2. Presentatie (0,213)      | (Correctheid)                      |
| 3. Persoonlijke fit (0,177) | 3. Correctheid (0,176)      | (Gebruiksvriendelijkheid)          |
|                             | (persoonlijke fit)          |                                    |

#### 4.4.2 Beoordeling kwaliteit van pensioencommunicatie BSG

De tweede deelvraag heeft betrekking op de beoordeling van de kwaliteit van de pensioencommunicatie van BSG door de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. Ook de deelconclusies voor deze deelvraag worden per onderzocht communicatiemiddel besproken

##### 4.4.2.1 Focus

Gemiddeld wordt Focus door de pensioenfondsen beoordeeld met een 6,7. Het PF geeft aan Focus een 6,9, het PC een 6,1 en het PV een 7,0. Dat het oordeel van het PC zo laag uitvalt, is voornamelijk te wijten aan de mate waarin Focus aansluit aan de persoonlijke situatie van het cabinepersoneel en de presentatie van Focus. Deze beide kwaliteitsindicatoren worden met een onvoldoende beoordeeld door het PC. Ook het PF geeft een onvoldoende aan de mate waarin het

blad aansluit aan de persoonlijke situatie van de deelnemers. Het PV is over alle indicatoren positief.

De scores op de kwaliteitsindicatoren vertalen zich zoals verwacht naar de hoogte van de rapportcijfers. Immers, alle indicatoren hangen significant samen met het rapportcijfer. Dat het PC toch een voldoende aan Focus geeft is te wijten aan de hoge samenhang (0,479) van de indicator ‘informatief’ met het rapportcijfer voor Focus. Het PC is enkel positief over de informatiegraad van het blad, dit blijkt genoeg voor het toekennen van een voldoende aan het blad.

#### **4.4.2.2 Pensioenoverzicht**

Gemiddeld wordt het pensioenoverzicht door de pensioenfondsen beoordeeld met een 6,5. Het PF geeft aan het pensioenoverzicht een 6,6, het PC een 6,0 en het PV een 7,3. Dat het oordeel van het PC zo laag uitvalt, is voornamelijk te wijten aan de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht. Deze kwaliteitsindicator wordt door het PC met een onvoldoende beoordeeld. Het PF geeft maar net een voldoende voor de begrijpelijkheid, het PV geeft een ruime voldoende. Het PF en het PV zijn over alle indicatoren positief.

De scores op de indicator ‘begripelijkheid’ wijken tussen de pensioenfondsen onderling af, wat zich vertaalt naar de hoogte van de rapportcijfers. De begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht bleek al de sterkste samenhang (0,534) te vertonen met het rapportcijfer. Dat het PC toch een voldoende aan het pensioenoverzicht geeft is te wijten aan de hoge beoordelingen van de overige indicatoren. De overige factoren worden door het PF en het PV eveneens zeer hoog beoordeeld.

#### **4.4.2.3 Website**

Gemiddeld worden de afzonderlijke websites van de pensioenfondsen beoordeeld met een 6,5. Het PF geeft aan haar website een 6,7, het PC een 6,0 en het PV een 6,3. Het PC geeft hierbij een significant lager cijfer aan de websiteZ dan het PF. Dat het oordeel van het PC zo laag uitvalt, is voornamelijk toe te schrijven aan de mate waarin op de website persoonlijke informatie geraadpleegd kan worden door de deelnemers. Deze kwaliteitsindicator wordt dan ook door het PC zeer negatief beoordeeld. Ook het PV geeft aan deze indicator een onvoldoende. Echter, het PV is een stuk gematigder dan het PC. Het PF geeft een krappe voldoende.

De scores op de kwaliteitsindicatoren vertalen zich naar de hoogte van de rapportcijfers. Immers, de enige indicator die blijkt samen te hangen met het rapportcijfer is ‘persoonlijke informatie’. Ondanks dat het PC en het PV een onvoldoende geven aan deze indicator geven ze de website wel een voldoende. De andere indicatoren worden door de fondsen positief beoordeeld. Uit de analyse bleek echter dat deze indicatoren geen samenhang met het rapportcijfer vertonen. Blijkbaar spelen hier andere indicatoren een rol die niet in zijn gemeten met de vragenlijst. Hierop zal worden teruggekomen tijdens de discussie in hoofdstuk zes.

#### **4.4.3 Informatiebehoefte**

De derde deelvraag heeft betrekking op de informatiebehoefte van de deelnemers. Ook de conclusies hiervoor worden per communicatiemiddel apart besproken. Alle fondsen zijn het erover eens dat er in Focus meer aandacht besteed moet worden aan de uitleg van pensioenregelingen, indexering en het pensioenbeleid van de overheid. Hiernaast blijkt dat de deelnemers meer willen weten over de mogelijkheden voor het eerder kunnen stoppen met werken en heeft men behoefte aan meer voorbeelden en casussen, makkelijker taalgebruik en duidelijkere uitleg.

Bij het pensioenoverzicht hebben de deelnemers van alle drie de fondsen behoefte aan een begrijpelijker toelichting. Hiernaast is er behoefte aan meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen.

Bij de website hebben de deelnemers zoals ook al bleek uit de survey behoefte aan persoonlijke informatie. Dit in de vorm van een beveiligde pagina waarop men de persoonlijke situatie kan raadplegen en gebruik kan maken van een online rekenmodule voor het berekenen van verschillende situaties. Hiernaast hebben de deelnemers behoefte aan informatie over regelingen voor specifieke groepen deelnemers.

#### **4.4.4 Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel**

Uit het voorgaande blijkt dat het PC structureel een negatiever oordeel velt over de pensioencommunicatie van BSG. Om erachter te komen wat hiervan de oorzaken zijn, is er een aanvullend exploratief onderzoek uitgevoerd bij de deelnemers in dit pensioenfonds door middel van een focusgroep-sessie. De opzet en resultaten van dit onderzoek staan weergegeven in het volgende hoofdstuk. In hoofdstuk zes volgen de uiteindelijke conclusies gebaseerd op het survey en het aanvullend exploratief onderzoek. Ook worden in hoofdstuk zes de hier genoemde conclusies in een breder kader geplaatst.





## 5 Aanvullend exploratief onderzoek

Uit de survey kan de conclusie getrokken worden dat er voor het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel nader onderzoek nodig is. Naast dat dit deel van het onderzoek een verdieping van de kwantitatieve survey voor het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel vormt, voornamelijk deelvragen één tot en met drie, wordt er een antwoord gezocht op een extra geformuleerde vierde deelvraag. Deze onderzoeksvraag luidt:

|                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4. Welke gebruikersproblemen ervaren de deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel bij de communicatiemiddelen zoals ingezet door Blue Sky Group?</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

In dit hoofdstuk wordt allereerst de methode van onderzoek van het aanvullend exploratief onderzoek besproken. Deze verdieping zal plaatsvinden in de vorm van een focusgroep-sessie met een aantal cabinepersoneelsleden. Deze bijeenkomst bevat in het eerste gedeelte een discussie. In het tweede gedeelte staat de methode voor het achterhalen van gebruikersproblemen centraal. In dit hoofdstuk wordt hiernaast aandacht besteed aan de respondenten, procedure en analysemethode. Vervolgens worden de resultaten uitgebreid besproken. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk worden de resultaten van het aanvullende onderzoek gekoppeld aan die van de survey.

### 5.1 Methode

#### 5.1.1 Focusgroep

Tijdens de sessie is een discussie aangezwengeld tussen de deelnemers over enkele punten die naar voren zijn gekomen uit de kwantitatieve survey. De discussiepunten zijn hieronder kort samengevat. Voor het bevorderen van de discussie zijn steeds stellingen geformuleerd, die na een korte introductie zijn voorgelegd aan de deelnemers.

Discussiepunt 1: Wat vindt het PC van de kwaliteit van pensioencommunicatie als geheel? Uit de survey blijkt dat het cabinepersoneel op een aantal punten ontevreden is over de kwaliteit van Focus, het pensioenoverzicht en de website. Onduidelijk blijft wat het cabinepersoneel vindt van de pensioencommunicatie van BSG in het algemeen.

Doel: Erachter komen wat de algemene indruk van het communicatieproces is en welke oorzaken (interne externe factoren) hieraan ten grondslag liggen.

*Stelling 1: Ik ben ontevreden over de pensioencommunicatie van Blue Sky Group.*

Discussiepunt 2: Hoe kunnen meer deelnemers worden bereikt? Uit de survey blijkt dat 48,2% van de respondenten uit het PC Focus weinig tot niet leest. Komt dit door Focus (aanpassingen nodig) en/of is er een ander communicatiemiddel meer geschikt voor de communicatie naar de deelnemers?

*Stelling 2: Focus heeft een metamorfose (inhoud en vormgeving) nodig voor het bereiken van meer lezers.*

*Stelling 3: Het cabinepersoneel kan beter worden bereikt met een ander communicatiemiddel dan Focus.*

Discussiepunt 3: Op welke manier kan Focus beter aansluiten aan de persoonlijke situatie van de deelnemer? Uit de survey blijkt dat Focus op de dimensie ‘persoonlijke fit’ een onvoldoende scoort.

*Stelling 4: Focus sluit niet aan bij mijn persoonlijke situatie.*

### 5.1.2 Plus-en-minmethode

Het tweede gedeelte van de sessie staat in het teken van het zoeken naar een antwoord op deelvraag 4, het opsporen van gebruikersproblemen. Dit gebeurt aan de hand van een ‘reader-focused’ formatief evaluatieonderzoek. De functie van het formatieve evaluatieonderzoek is in dit onderzoek probleemopsporend. Het is hierbij de bedoeling eventuele gebreken in een uiting op het spoor te komen, die vervolgens door revisie kunnen worden verholpen. Een probleemoplossende evaluatie is dan ook van kwalitatieve aard en is gericht op het opstellen van een divergente lijst van mogelijke problemen in de uiting. Het doel van de formatieve evaluatie van de communicatiemiddelen is het ondersteunen van de effectiviteit en de gebruiksvriendelijkheid van de uiting (Schellens, Klaassen & de Vries, 2000: 104-5).

Bij een evaluatieonderzoek kan het communicatiemiddel worden beoordeeld door experts (‘expert-focused’) of door de doelgroep (‘reader-focused’). Uit onderzoek blijkt echter dat experts niet goed in staat zijn om de problemen van gebruikers te voorspellen. Slechts 15% van de problemen die de lezers identificeren worden door de experts ook genoemd. De experts blijken een andere focus te leggen dan de gebruikers (Lentz & De Jong, 1997). De Jong, Lentz, Elling en Schellens (2004: 14) noemen enkele mogelijke verklaringen voor de problemen van experts om lezers- of gebruikersproblemen te voorspellen: een verschil in voorkennis, gebrek aan empathie met de doelgroep en de gebruikssituatie, een kloof tussen reviewen en informatiegebruik en verschillende kwaliteitspercepties. Dit onderzoek zal dan ook worden uitgevoerd onder de doelgroep en is daarmee ‘reader-focused’.

Een veel gebruikt instrument voor de evaluatie van zowel print media als interactieve media is de ‘plus-en-minmethode’ (De Jong, 1998; De Jong & Heuvelman, 1999; De Jong & Schellens, 1994; 1995; 1996a; 1996b; 1997; Lentz & De Jong, 1997; Sienot, 1997). Ook in een vergelijkend onderzoek van Sienot (1997) bleek de plus-en-minmethode een goed instrument voor het opsporen van gebruikersproblemen bij het World Wide Web. Proefpersonen krijgen bij de plus-en-minmethode de opdracht om bijvoorbeeld een brochure te lezen en daarbij positieve en negatieve leeservaringen te markeren met plussen en minnen in de kantlijn. De opbrengst is een lijst met mogelijke lezersproblemen, die aanleiding kunnen zijn voor een revisie-ingreep (Schellens et al., 2000: p. 109). De kracht van dit instrument ligt in de tweedeling tussen de spontane leesfase met het maken van aantekeningen in de kantlijn en het verklaren en beschrijven van de motivatie voor de gegeven beoordeling (Lentz & De Jong, 1997).

In een langlopend evaluatieonderzoek van voorlichtingsbrochures door De Jong en Schellens, onderzoeksproject Pretesten, waarbij gebruik is gemaakt van de plus-en-minmethode, zijn de in het onderzoek gevonden gebruikersproblemen ingedeeld in acht hoofdcategorieën (De Jong & Schellens, 1994). Deze hoofdcategorieën sluiten nauw aan bij de in dit onderzoek eerder gebruikte voorwaarden voor effectiviteit.

Hoofdcategorieën gebruikersproblemen:

- *Begripsproblemen:* Onder begripsproblemen vallen alle problemen die te maken hebben met de begrijpelijkheid of de moeilijkheid van de tekst. De proefpersoon geeft er blijk van een tekstfragment niet of verkeerd te begrijpen, acht het fragment voor verschillende interpretaties vatbaar, vindt een fragment moeilijk leesbaar of verwacht dat het fragment slecht begrepen wordt door anderen. [...]
- *Aanvaardingsproblemen:* Bij aanvaardingsproblemen gaat het in feite om drie problemen. Proefpersonen kunnen twijfelen aan de waarheid van de geboden informatie, aan de zin van een gegeven advies of gedragsregel en kunnen het niet eens zijn met een in de tekst uitgesproken waarde-oordeel. [...]
- *Waarderingsproblemen:* Hiervan is sprake als proefpersonen bezwaren hebben tegen de formulering van de tekst, zonder dat er begrips- of aanvaardingsproblemen zijn. Het kan gaan om de bijklank van een formulering of de associaties die een woord of een zin oproept. Het kan ook gaan om mooie of lelijke, gebruikelijke of minder gebruikelijke formuleringen. [...]
- *Relevantieproblemen:* De proefpersoon geeft te kennen informatie overbodig te vinden. De proefpersoon (1) wist het al of ziet het als vanzelfsprekend, (2) vindt de informatie van geen belang, (3) vindt de informatie niet in de tekst thuishoren. [...]
- *Volledigheidsproblemen:* De proefpersoon geeft blijk van een behoefte aan meer informatie. Na het lezen van de tekst heeft de proefpersoon nog vragen. [...]
- *Structuurproblemen:* De proefpersoon geeft te kennen de structuur van een fragment verwarrend of inconsequent te vinden, heeft problemen met structuuraanduiders (bijvoorbeeld kopjes), of spreekt de voorkeur uit voor een andere structurering. Hierbij zijn verschillende problemen te onderscheiden: volgordeproblemen, onnodige herhaling of overlap, problemen met nadruk en prominentie, problemen met kopjes, problemen met structuurondersteunende lay-out en indelingsproblemen. [...]
- *Problemen met illustraties en lay-out:* De proefpersoon geeft aan problemen te hebben met de interpretatie van de illustraties, of heeft een voorkeur voor andere of meer/minder illustraties of een andere lay-out. [...]
- *Problemen met de voorkant en de titel:* De proefpersoon geeft te kennen (aspecten van) de voorkant en/of titel liever gewijzigd zou zien (De Jong & Schellens, 1994).

## 5.2 Respondenten

Uit het kwantitatieve gedeelte van dit onderzoek is zoals reeds opgemerkt gebleken dat vooral het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel op veel punten negatiever is over de kwaliteit van de communicatiemiddelen dan de andere fondsen. De survey biedt voor de andere fondsen

voldoende duidelijkheid over welke verbeteringen er nodig zijn. De sessie is dan ook alleen uitgevoerd met deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel.

De steekproef is getrokken aan de hand van een selectie steekproef, om zo voor een zo groot mogelijke spreiding binnen de groep te zorgen. De steekproef is tot stand gekomen enerzijds vanuit contacten met het bestuur van het fonds en anderzijds via een HR-manager van de KLM. Uiteindelijk bestaat de groep uit 3 mannelijke en 4 vrouwelijke deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel. Hiernaast is er een informant aanwezig, een HR-Manager van het cabinepersoneel die vaak wordt benaderd voor pensioenzaken. De deelnemers zijn van uiteenlopende leeftijden; de jongste deelnemer is 26 jaar, de oudste 50 jaar. Ook zijn verschillende functieniveaus vertegenwoordigd; vier deelnemers zijn 1-bander, drie deelnemers senior purser en een deelnemer is zoals gezegd HR-manager. Hiernaast zijn tijdens de bijeenkomst de communicatieadviseur van BSG en de onderzoekster aanwezig. In totaal waren er dus 10 personen aanwezig bij de bijeenkomst.

### 5.3 Procedure

Tijdens de sessie wordt aan de proefpersonen gevraagd zelfstandig het materiaal te lezen en hierbij in de kantlijn plussen en minnen te plaatsen om positieve en negatieve waarderingen voor een tekstelement te markeren. Bij het plaatsen van de plussen en minnen gelden de volgende regels (De Jong & Schellens, 1996b):

- De redenen waarom plussen en minnen worden gezet, worden door de respondent bepaald. Het kan bijvoorbeeld gaan om de begrijpelijkheid van de formulering, de toon, de aanvaardbaarheid van een stelling of gedragsaanbeveling, de waardering voor een bepaalde zin of een illustratie, of het belang van een passage.
- Ook de eenheden waarbij plussen en minnen worden gezet worden volledig door de respondent bepaald. Een plus of min kan bijvoorbeeld betrekking hebben op een woord, een woordgroep, een zin, enkele zinnen, een alinea, etc. Ook bij illustraties en kopjes kan een plus of min worden gezet.
- De respondent wordt in de eerste fase nog niet gevraagd om een motivering voor iedere plus of min. Integendeel: er wordt aangemoedigd om de plussen en minnen intuïtief te zetten en om niet lang na te blijven denken over reeds gezette plussen en minnen.

Vervolgens worden de plussen en minnen groepsgewijs besproken. Uit eerder onderzoek naar de verschillen tussen individueel en groepsgewijs testen is gebleken dat groepsgewijs testen het beste kan worden gedaan bij persuasieve teksten (De Jong & Schellens, 1996a). Verschillende maatregelen kunnen ervoor zorgen dat de invloed van de sociale druk – een van de belangrijkste bezwaren tegen deze methode – wordt beperkt (Schellens et al., 2000: 110):

- Wanneer de kans reëel is dat het ene doelgroepsegment het andere gaat overheersen in de gesprekken (bijvoorbeeld bij grote verschillen in opleidingsniveau), kan besloten worden om voor deze segmenten aparte sessies te organiseren.
- Voorafgaand aan het groepsgesprek kan een inventarisatie worden gemaakt van alle gezette plussen en minnen. Ook de plussen en minnen waar proefpersonen niet direct uit zichzelf mee komen, kunnen dan aan de orde komen.

- Aan het begin van het groepsgesprek kunnen proefpersonen de opdracht krijgen om in drie trefwoorden hun mening te geven. Daardoor zijn alle proefpersonen in het begin al eens aan het woord geweest en is de essentie van de meningen vastgelegd.
- Tijdens de groepsgesprekken is het zinvol om proefpersonen bij toerbeurt als eerste commentaar te laten geven op een onderdeel van het middel.

De eerste van deze maatregel gaat niet op, aangezien het hier gaat op een relatief homogene groep. De ander maatregelen worden in de procedure meegenomen. Doordat de groepsgewijze methode de mogelijkheid biedt tot het verder uitdiepen van andere bevindingen uit de survey door een discussie is deze methode voor dit onderzoek het meest interessant. De volledige beschrijving van de procedure van de bijeenkomst staat weergegeven in bijlage 7 en 8.

## 5.4 Analyse

Voor het verkrijgen van de resultaten is er allereerst een verslag gemaakt van de discussie aan de hand van de gemaakte aantekeningen en het terugluisteren van de gemaakte opnamen. In dit verslag is vervolgens gezocht naar een bepaalde structuur. De door de deelnemers genoemde argumenten zijn hierbij in categorieën ingedeeld. De resultaten in dit hoofdstuk staan hierdoor niet in chronologische volgorde, de bij elkaar gegroepeerde argumenten zijn dus niet in dezelfde volgorde door de deelnemers geopperd. De argumenten zijn ter verduidelijking geïllustreerd met citaten van de deelnemers. De resultaten van de discussie zijn vervolgens naast die van de survey gelegd. Daarbij is er gekeken welke overeenkomsten en verschillen er tussen de bevindingen zijn.

## 5.5 Resultaten

In deze paragraaf staan de resultaten van de sessie gehouden met deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel. In de eerste vier subparagrafen staan de resultaten per stelling waarover is gediscussieerd weergegeven. De vijfde subparagraaf bevat vervolgens de uitkomsten van de plus-en-minmethode voor het artikel uit Focus. In de zesde subparagraaf worden de resultaten van deze methode voor het pensioenoverzicht besproken.

### 5.5.1 Stelling 1

*Stelling 1: Ik ben ontevreden over de pensioencommunicatie van Blue Sky Group.*

De deelnemers aan de sessie zijn het eens met deze stelling. In de discussie zijn een groot aantal oorzaken van deze ontevredenheid aan het licht gekomen. De oorzaken kunnen worden ingedeeld in twee hoofdgroepen. De eerste groep bestaat uit externe factoren die zorgen voor onzekerheid, argwaan en onrust bij het cabinepersoneel, oftewel de algemene sfeer. De tweede groep bestaat uit oorzaken die te maken hebben met de inhoud van de huidige pensioencommunicatie van BSG. Hiernaast is er door de deelnemers actief meegedacht over hoe de communicatie moet worden aangepast, wil men hierover wel tevreden zijn.

#### 5.5.1.1 Algemene sfeer

Onder het cabinepersoneel leeft veel onrust. De belangrijkste externe oorzaken hiervan zijn:

- de verhoging van de pensioenleeftijd van 56 naar 60 jaar;

- de weinige overgangsregelingen voor cabinepersoneel;
- het uitblijven van een nieuwe pensioenregeling voor het cabinepersoneel;
- de samenwerking met Air France;
- de rommelige communicatie van de KLM.

Het cabinepersoneel moet door een verandering in het overheidsbeleid vier jaar langer doorwerken. Hierbij blijken er maar weinig overgangsregelingen voor deelnemers in het leven geroepen te zijn. “Mensen voelen zich tekortgedaan”. De communicatie van de KLM heeft de onrust alleen maar vergroot. Zo vertelt een deelnemer: “In de CAO-krant stond dat de pensioenleeftijd voor cabinepersoneel wordt verhoogd naar 60 jaar. In het artikel pal daarnaast staat dat vliegers wel eerder kunnen stoppen, ter bevordering van de doorstroming!”

Ook het uitblijven van overeenstemming tussen de KLM en VNC over de nieuwe pensioenregeling heeft veel irritatie opgewekt. “De vliegers hadden binnen de kortste keren een nieuwe regeling, bij cabine bleef het onduidelijk.” Hierdoor bleef onduidelijk waar het cabinepersoneel aan toe was. “Je hebt 20 jaar gedacht dat je met 56 met pensioen kon, dan blijkt dit opeens niet meer zo te zijn. Vervolgens hoor je vijf jaar niks concreets.” Het cabinepersoneel voelt zich “gepakt.”

Deze argwaan richt zich niet alleen tegen de KLM, maar ook tegen BSG. Het cabinepersoneel ziet de KLM en BSG nog steeds als één organisatie. “Het was toch altijd KLM-Pensioenfonds?” Op dit moment moet het cabinepersoneel een keuze maken tussen een eindloon- of middelloonregeling. Hiervoor hebben zij een brief met daarin een persoonlijk advies ontvangen. Dit advies wordt gewantrouwd. Zo wordt door de deelnemers opgemerkt: “De keuze middelloon of eindloon zorgt voor veel onrust, iedereen heeft het erover”. Men denkt dat het advies “in het straatje van de KLM” past en niet voor hen persoonlijk voordelig hoeft te zijn. Er wordt gedacht: “de KLM en BSG spelen onder één hoedje”. Volgens de deelnemers is er de laatste tijd door de KLM een aantal besluiten genomen in het nadeel van het cabinepersoneel. Ook met de keuze voor eind- of middelloon is men bang uiteindelijk de “gebeten hond” te zijn.

Naast dat onduidelijk is dat BSG onafhankelijk opereert van de KLM, heerst er grote onduidelijkheid over wat er nu precies door de overheid beslist wordt, wat door de KLM en wat er nog zelf beslist kan worden. Een deelnemer zegt hier dan ook over: “Ik denk vaak hoezo overheidsbeleid, dat is bekokstoofd!”.

Ondanks deze onrust moesten er de afgelopen tijd door het cabinepersoneel, naast de keuze tussen een eindloon- of middelloonregeling, veel andere belangrijke keuzes gemaakt worden. Zo moest men beslissen over een zorgverzekering, levensloop- of spaarloonregeling en een vaste of variabele eindejaarsuitkering van de KLM. Men heeft het gevoel in een stroomversnelling te zitten: “Jaren is alles stabiel geweest, nu komen er als in een waterval veel veranderingen op ons af”. Alle onrust en onzekerheid zorgen ervoor dat alle keuzes “door het cabinepersoneel op een gouden weegschaaltje gewogen” worden. Het cabinepersoneel is terughoudend geworden in het maken van keuzes. Adviezen worden niet klakkeloos opgevolgd en gewantrouwd. Men wil eerst zelf precies weten wat de beste keuze is.

### 5.5.1.2 Ontevredenheid pensioencommunicatie

De deelnemers onderkennen dat de lage beoordeling van de pensioencommunicatie deels beïnvloed wordt door de negatieve spiraal waarin het cabinepersoneel zich bevindt. “Het effect van externe factoren is niet helemaal weg te poetsen. Je krijgt een beetje een donker brilletje”. Maar dit neemt niet weg dat er kritiek is op de communicatie. Men is vooral ontevreden doordat de deelnemers in de communicatie geen antwoord op hun vragen krijgen. “Zowel de website als Focus ziet er prachtig uit, maar het geeft geen antwoord op de vragen die ik heb.” Hiernaast is het taalgebruik te moeilijk, het is te onpersoonlijk en “te theoretisch” geschreven. Men wil graag weten wat het voor hen persoonlijk betekent.

Ten tweede zijn er de laatste jaren veel verwachtingen gekweekt. Verwachtingen die steeds niet zijn waargemaakt. Een voorbeeld hiervan is dat er twee jaar geleden bijeenkomsten zijn georganiseerd waarbij men een persoonlijke berekening kon laten maken. Vervolgens is er een discussie ontstaan over de interpretatie van de uitgangspunten van deze berekeningen. Een ander voorbeeld is de planner die op internet beschikbaar is beperkter is dan de deelnemers hadden verwacht.

Als specifiek naar de verschillende communicatiemiddelen wordt gevraagd dan blijkt dat men Focus te droog en te zakelijk vindt. “Zo een blaadje daar heb ik niks mee.” Ook is de planner op de website te weinig flexibel. cabinepersoneel wisselt veel van parttimerpercentage, dit is dan ook iets waarmee ze voor de pensioenopbouw of bij het maken van keuzes rekening mee willen houden. Op dit moment kan er niet gefluctueerd worden met het parttimerpercentage, waardoor voor veel deelnemers de planner onbruikbaar is. “Ik wil juist weten wat dat voor gevolgen heeft voor de keuze die ik maak. Anders krijg je na tien jaar te horen dat ik beter voor de andere optie had kunnen kiezen. Daar heb ik dan niks meer aan.” Ook is men ontevreden over de manier waarop vragen worden afgehandeld bij de telefonische pensioenservice van BSG. Brieven die men krijgt thuisgestuurd worden wel enthousiast ontvangen. “Dat is persoonlijk.” Wel blijft hierbij de opmerking dat er te afstandelijk en te moeilijk taalgebruik in staat. Ook verlangt men meer voorbeelden in de brief, aangepast aan de persoonlijke situatie. “Bijvoorbeeld, als ik over een paar jaar parttime wil gaan werken, wat daar de gevolgen van zijn.”

### 5.5.1.3 Verbeterpunten

De deelnemers konden duidelijk aangeven hoe de communicatie er volgens hen dan wel uit moet zien. Het sleutelwoord hierbij blijkt steeds weer ‘persoonlijke informatie’. Communicatiemiddelen als een persoonlijke uitleg in de vorm van een bijeenkomst of brief met meerdere opties en een rekenmodule op de website waarmee verschillende situaties naast elkaar gezet kunnen worden, worden het meest gewaardeerd. Vooral het kunnen variëren van het parttimerpercentage bij een rekenmodule is voor het cabinepersoneel van groot belang.

Ten tweede moet volgens de deelnemers het taalgebruik veel makkelijker en zonder vakjargon. Ook wil men graag veel voorbeelden, bijvoorbeeld in de vorm van casus of interviews. Hiermee kan het cabinepersoneel de eigen situatie vergelijken en de eigen argumenten meten aan die van anderen. Hiernaast heeft men een sterke voorkeur voor kernachtige samenvattingen in lektaal en schema’s. Dit alles moet wel betrekking hebben op de persoonlijke situatie.



Ten derde is het van belang dat de deelnemers meer procesinformatie ontvangen. Als een beslissing genomen moet worden door de KLM en het VNC dan moet dat worden duidelijk gemaakt. Nu ervaren de deelnemers dit als “radiostilte”. Dit zorgt voor veel onduidelijkheid en onzekerheid. “Je leest van alles in de krant, maar vervolgens blijft het oorverdovende stil. Dan ga je toch denken wat betekent dit dan voor mij?” Ook al kan BSG nog niets zeggen, toch moet worden uitgelegd wat de voortgang is. Een deelnemer zegt hierover: “Soms is het antwoord op zo een moment dan ‘nee’. Dat is dan heel vervelend, maar wel duidelijk.”

Tot slot, moet BSG het cabinepersoneel duidelijk maken dat zij onafhankelijk zijn van de KLM. Aangezien ze ooit onderdeel zijn geweest van KLM zal dit erg moeilijk worden. Toch kunnen de deelnemers wel met argumenten worden overtuigd. “Ik wil weten waar een advies op is gebaseerd, wat zijn de argumenten.” Zodat duidelijk wordt dat het advies in het belang van de deelnemer is berekend, in plaats van in het belang van de KLM.

### 5.5.2 Stelling 2

*Stelling 2: Focus heeft een metamorfose (inhoud en vormgeving) nodig voor het bereiken van meer lezers.*

De deelnemers zijn het erover eens dat de vormgeving van Focus goed is zoals deze nu is. Maar zij vinden de vormgeving ook geen belangrijk aspect. “De vormgeving maakt wat mij betreft niet uit, de inhoud wel.” Deze inhoud moet strikt over het pensioen van het cabinepersoneel gaan. Focus moet geen life-style onderwerpen opnemen, “daar is het blad niet voor.”

Veel nadruk wordt er door de deelnemers gelegd op het taalgebruik. Zoals ook bij de eerste stelling al gezegd is moet dit veel makkelijker. “Ik heb collega’s die zeggen: als het woord ‘franchise’ in een artikel staat, dan gooi ik het meteen weg.” Het taalgebruik is te abstract, te theoretisch en bevat teveel vakjargon. Een idee dat werd voorgesteld en door iedereen met veel enthousiasme werd ontvangen was het toevoegen van een verklarende woordenlijst. “En dan in gewone mensentaal.” Hiernaast moet het taalgebruik minder afstandelijk. “Het moet persoonlijker, meer uit het leven gegrepen.”

Als belangrijkste punt, naast het taalgebruik, komt ook hier weer de persoonlijke situatie naar voren. De onderwerpen moeten persoonlijk relevant zijn. “Wat betekent het voor mij, dat wil ik weten.” Door voorbeelden of interviews te plaatsten waarbij bijvoorbeeld stap voor stap wordt uitgelegd wat de beste keuze is, kunnen deelnemers zelf de eigen situatie vergelijken. Ook hier wordt weer de nadruk gelegd op een koppeling van Focus aan een rekenmodule op de website. “Dat je die stapjes zelf na kunt doen op internet en kan kijken wat dat voor jou betekent.”

Tot slot werd door de deelnemers het belang van kernachtige samenvattingen, met korte punten benadrukt (net als bij de eerste stelling). Dit maakt het overzichtelijk. Een stroomschema, zoals vaak wordt gebruikt bij de Belastingdienst, werd ook door iedereen als zeer waardevol gezien.



### 5.5.3 Stelling 3

*Stelling 3: Het cabinepersoneel kan beter worden bereikt met een ander communicatiemiddel dan Focus.*

Een combinatie tussen voorbeelden in Focus en een uitgebreid rekenprogramma op de website wordt door de deelnemers als zeer waardevol gezien. Hiernaast verdient persoonlijk contact de voorkeur. Bijeenkomsten, een adviseur op afspraak en persoonlijke brieven worden met veel enthousiasme ontvangen.

De informant merkt hierbij op dat er een sterke behoefte aan persoonlijk contact is bij het cabinepersoneel. De deelnemers denken dat dit komt door de wisselende diensten, crews en het grote aantal parttime werkende deelnemers. Hierover werd dan ook door een deelnemer gezegd: “We hebben al zo een vluchtig bestaan en contact met collega’s. We kunnen ons al zo slecht groeperen en overleggen van hoe doe jij dat en waarom.” Persoonlijk contact wordt van een hogere waarde beschouwd dan een rekenprogramma op internet. Iedereen is het erover eens dat zo een rekenprogramma zeer nuttig is, maar tijdens een gesprek “kan je toch gewoon direct je vragen stellen.”

Ook werd duidelijk dat veel deelnemers de voorkeur geven aan actieve nieuwsgaring. Hiermee wordt bedoeld dat als men een informatiebehoefte heeft er op zoek wordt gegaan naar informatie. Persoonlijk contact heeft hierbij de voorkeur, maar ook een rekenmodule op de website kan hierbij helpen. “Ik weet niet of er een grote groep is die zit te wachten bij de deurmat tot dat de informatie in de bus valt, maar daar hoor ik niet bij.”

### 5.5.4 Stelling 4

*Stelling 4: Focus sluit niet aan bij mijn persoonlijke situatie*

Deze stelling is eigenlijk al grotendeels eerder in de discussie besproken. Daarom staan hier alleen de belangrijkste punten samengevat waarop Focus verbeterd moet worden om aan te sluiten aan de situatie van het cabinepersoneel:

- de toon moet persoonlijker en vriendelijker, het zit in het woordgebruik en duidelijkheid. Het is hierbij niet belangrijk of men in de ‘je’ of ‘u’ vorm wordt aangesproken. Een wel aansprekende vorm is de schijfstijl in Cabin Ready, het personeelsblad van het cabinepersoneel van KLM;
- meer voorbeelden, bijvoorbeeld in de vorm van casus of interviews;
- makkelijkere woorden, zinnen en geen vakjargon;
- verklarende woordenlijst;
- kernachtige samenvattingen;
- overzichten en stroomschema’s;
- artikelen moeten strikt over pensioenen van het cabinepersoneel gaan, “wat betekent het voor mij?”;
- de voorbeelden in Focus koppelen aan een uitgebreid rekenprogramma op de website.

### 5.5.5 Evaluatie artikel uit Focus

De deelnemers is gevraagd Focus te typeren met een aantal kernwoorden. Focus wordt door hen getypeerd als:

- zakelijk;
- taai;
- verwarrend;
- van de hak-op-de-tak.

Uit de plus-en-minmethode blijkt dat de deelnemers de vormgeving, titel, inleiding en de tussenkopjes van het artikel positief ervaren. De tussenkopjes helpen ter verduidelijken en geven de structuur van het artikel aan. Hierdoor wordt het artikel overzichtelijk. “Ik kan zo zien: dat wil ik weten en dat niet.”

De door de deelnemers toegekende minnen zijn gekoppeld aan de door De Jong & Schellens (1994) ingedeelde hoofdcategorieën van gebruikersproblemen. De meest voorkomende categorie is die van de *begripsproblemen*. De deelnemers hebben veel moeite met de begrijpelijkheid van de tekst. Veel woorden en zinnen zijn te moeilijk. Vaak worden hele alinea's als te moeilijk bestempeld. Het taalgebruik is te formeel en te theoretisch. Door de moeilijke woorden, lange zinnen, wisselende bedragen en percentages is het voor de deelnemer vaak niet meer te begrijpen. Een verklarende woordenlijst en lektaal wordt door de deelnemers als oplossing gezien voor dit probleem.

Door de begripsproblemen raakt men vaak “de draad kwijt tijdens het lezen van het verhaal”. Dit is deels ook een *structuur-* en *relevantieprobleem*. Een aantal deelnemers vindt een andere volgorde van alinea's duidelijker (= structuurprobleem). Relevantieproblemen doen zich ten eerste voor doordat er teveel verschillende onderwerpen in het artikel worden aangehaald. Zo staat er bijvoorbeeld een alinea in het artikel over de WIA en gaat er een gedeelte over levensloop. Wat niet direct relevant is voor het artikel zaait verwarring. “Beperk je tot het pensioen”, werd er dan ook geroepen. Ten tweede vinden de deelnemers dat er teveel details worden gegeven. “Lees ik hier nou een artikel over de nieuwe pensioenregeling, of lees ik hier de nieuwe pensioenregeling?” Door alle details verliezen de deelnemers het overzicht. “Het artikel roept daardoor meer vragen op dan dat het beantwoordt.” Hieruit blijkt dat het geven van teveel details ook leidt tot *volledigheidsproblemen*, doordat deelnemers geen antwoord krijgen op hun vragen en er zelfs meer vragen bij krijgen.

Hiernaast ervaren de deelnemers *waarderingsproblemen*. De stijl waarin Focus geschreven is spreekt hen niet aan. Het taalgebruik is te onpersoonlijk en te afstandelijk. De informatie is te abstract. Men wil liever voorbeelden, stroomschema's, kernachtige samenvattingen en tabellen waarmee de persoonlijke situatie kan worden vergeleken. Ook hier komen de *volledigheidsproblemen* weer om de hoek kijken. “Wat betekent dit nu voor mij?” Na het lezen van het artikel blijven deelnemers met vragen zitten.

Tot slot, blijkt ook hier weer de argwaan die leeft onder het cabinepersoneel. Er is hier dan ook sprake van *aanvaardingsproblemen*. “In het artikel staat dat vanwege de hogere pensioenleeftijd in de nieuwe regeling de pensioenkosten voor KLM omlaag gaan. Dan denk ik: dat is hartstikke mooi, kan ik dat ook terugzien in de variabele eindejaarsuitkering? Vervolgens

staat er dan (...) hebben KLM en VNC besloten de pensioenpremie per 1 januari 2006 te verhogen van 1 naar 2%. Het zou toch goedkoper worden, hoe zit dat nou? Word ik hier nou genaaid, om het maar plat te zeggen?” Het wantrouwen tegenover de KLM vertaalt zich naar wantrouwen ten opzichte van BSG. Mensen staan erg sceptisch tegenover artikelen in Focus en zijn steeds op hun hoede voor eventuele addertjes onder het gras.

### 5.5.6 Evaluatie pensioenoverzicht

De deelnemers zijn over het algemeen positief gestemd over het pensioenoverzicht. Het pensioenoverzicht wordt dan ook getypeerd als:

- overzichtelijk;
- compact (op 1 pagina waar je aan toe bent);
- op het individu afgestemd;
- logische opbouw.

Ook uit de plus-en-minmethode blijkt dat de deelnemers het pensioenoverzicht positief ervaren. “Op een A4-tje staat precies wat je situatie is.” Verder zijn ze zeer te spreken over de opbouw en de overzichtelijkheid van het pensioenoverzicht.

Wel spelen ook hier een aantal gebruikersproblemen een rol. Zo ervaren de deelnemers *begripsproblemen* in de toelichting en het overzicht zelf. Enkele begrippen als ANW-hiaatverzekering en WAO-hiaatverzekering komen “zomaar uit de lucht vallen”. Ook in het pensioenoverzicht moet het taalgebruik dus makkelijker en zonder teveel vakjargon. Een verklarende woordenlijst bij het overzicht of in Focus wordt als een goede oplossing gezien voor het verduidelijken van het pensioenoverzicht.

Hiernaast spelen *volledigheidsproblemen* een rol. Zo wil men graag weten hoeveel procent van het laatstverdiende salaris de pensioenuitkering is. Ook zeggen jaarbedragen de deelnemers weinig. Liever zien de deelnemers dan ook maandbedragen op het pensioenoverzicht. Een indicatie van wat er netto onder het huidige belastingstelsel zal worden uitgekeerd wordt ook gemist. (Netto) maandbedragen zullen op hun beurt ook zorgen voor minder begripsproblemen, de deelnemers weten dan beter waar zij aan toe zijn.

Tot slot, in het pensioenoverzicht zijn twee leeftijden opgenomen waarmee men met pensioen kan gaan. Dit wordt hoog gewaardeerd: “Nu zie je juist het verloop van de twee extremen.” Wel willen de deelnemers de bedragen voor het eerder stoppen met werken op verschillende leeftijden kunnen uitrekenen op de website. Het liefst ook hier weer met de mogelijkheid het parttimerpercentage te kunnen invoeren. Meerdere data in het pensioenoverzicht gaat volgens de deelnemers ten koste van de overzichtelijkheid en compactheid van het pensioenoverzicht.

## 5.6 Terugkoppeling naar de resultaten van de survey

Als nu de resultaten van de focusgroep-sessie naast die van de survey worden gezet, dan blijkt het beeld uit de bijeenkomst hiermee overeen te komen en voor meer duidelijkheid en achtergrondinformatie te zorgen. Uit de survey bleek al dat het PC op veel punten negatief is over de pensioencommunicatie. Dit wordt bevestigd door de bijeenkomst met de deelnemers. De

bijeenkomst heeft hiernaast de oorzaken van de ontevredenheid aan de oppervlakte gebracht en concrete aanknopingspunten opgeleverd voor de verbetering van de communicatie.

### 5.6.1 Focus

Uit de survey bleken drie kwaliteitsindicatoren van Focus, ‘informatief’, ‘persoonlijke fit’, ‘presentatie’. Hierbij werden ‘persoonlijke fit’ en ‘presentatie’, de vormgeving en schrijfstijl van Focus, negatief beoordeeld. Tijdens de bijeenkomst is naar voren gekomen dat Focus niet aansluit aan de persoonlijke situatie (‘persoonlijke fit’) van de deelnemers en dat vooral de schrijfstijl van Focus (‘presentatie’) anders moet. De vormgeving van Focus blijkt in de ogen van de deelnemers niet van belang voor de kwaliteit van Focus. Uit de open vraag gesteld voor het meten van de informatiebehoefte in de survey werd vaak geantwoord dat men behoefte heeft aan meer voorbeelden/casus, makkelijker taalgebruik zonder vakjargon, en overzichten. Dit beeld komt ook naar voren uit de bijeenkomst.

Tot slot, de derde indicator ‘informatief’ werd, hoewel net voldoende, door het PC significant lager beoordeeld dan door de andere fondsen. De stellingen: ‘Focus geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling’, ‘Focus geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken’ en ‘Focus helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken’ werden hierbij negatief beoordeeld. Uit de bijeenkomst blijkt in principe hetzelfde, men staat wantrouwend tegenover BSG, de uitleg in Focus is te moeilijk en geeft geen antwoord op de vragen die leven bij de deelnemers.

Bovenstaande is nogmaals bevestigd door de toepassing van de plus-en-minmethode op een artikel over de nieuwe pensioenregeling. Hieruit blijkt dat de deelnemers veel gebruikersproblemen ervaren bij Focus. Zo zijn er begrips-, structuur-, relevantie-, volledigheid-, waarderings en aanvaardingsproblemen geconstateerd. Gezien de hierboven genoemde bevindingen was dit niet onverwacht.

### 5.6.2 Pensioenoverzicht

De kwaliteitsindicatoren van het pensioenoverzicht zijn ‘begrijpelijkheid’, ‘persoonlijke fit’, ‘correctheid’ en ‘presentatie’. Uit de survey bleek dat het PC alleen de begrijpelijkheid negatief beoordeelt. Uit de bijeenkomst blijkt hetzelfde. De deelnemers lopen voornamelijk tegen begripsproblemen aan door het moeilijke taalgebruik, de lange zinnen en het vakjargon.

Uit de open vraag in de survey voor het meten van de informatiebehoefte van de deelnemers bleek net als uit de bijeenkomst al dat er behoefte is aan meerdere data, een begrijpelijker toelichting en netto bedragen. Er blijkt echter uit de bijeenkomst dat mensen de beschikking willen hebben over een rekenmodule op internet voor het berekenen van meerdere situaties. Het opnemen van meer bedragen in het overzicht zal volgens de deelnemers ten koste gaan van de overzichtelijkheid en compactheid van het overzicht, de kracht van het pensioenoverzicht.

### 5.6.3 Website

De kwaliteitsindicatoren van de website zoals gebleken uit de survey zijn ‘persoonlijke informatie’, ‘correctheid’ en ‘gebruiksvriendelijkheid’. Uit de multiple regressieanalyse bleek dat de indicator ‘persoonlijke informatie’ de enige was met een significante samenhang met het rapportcijfer. Deze samenhang bleek met een bèta van 0,666 sterk. Naast dat ‘persoonlijke informatie’ de belangrijkste indicator bleek, werd deze indicator ook met een onvoldoende beoordeeld. Het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie was dan ook het meest genoemde antwoord op de open vraag voor het meten van de informatiebehoefte van de deelnemers. Daarnaast blijkt uit de specifieke vraag over het nut van het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie dat dit als zeer waardevol wordt beschouwd. Hetzelfde beeld blijkt ook hiervoor weer uit de bijeenkomst. De belangrijkste functie van de website zou volgens de deelnemers het leveren van persoonlijke informatie moeten zijn. Een uitgebreide rekenmodule, met vooral de mogelijkheid tot het variëren van het parttimerpercentage is hierbij onmisbaar.



## 6 Conclusie, Discussie & Aanbevelingen

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste bevindingen van dit onderzoek. Zo wordt er antwoord gegeven op de twee hoofdvragen van dit onderzoek. Hiernaast zal er aandacht worden besteed aan de beperkingen van dit onderzoek en suggesties voor vervolgonderzoek in de discussie. Tot slot zijn aanbevelingen voor de verbetering van de pensioencommunicatie van Blue Sky Group geformuleerd in het laatste gedeelte van dit hoofdstuk.

### 6.1 Conclusie

In deze paragraaf wordt een antwoord gegeven op de onderzoeksvragen van dit onderzoek. De eerste subparagraaf geeft antwoord op de theoretische onderzoeksvraag naar het meten van de kwaliteit van pensioencommunicatie. De daaropvolgende drie subparagrafen geven antwoord op de praktijkgerichte onderzoeksvraag en bieden hiermee handvatten voor BSG voor het verbeteren van de pensioencommunicatie naar de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. In de laatste paragraaf worden de concrete aanbevelingen voor de pensioencommunicatie van BSG besproken.

#### 6.1.1 Kwaliteit van pensioencommunicatie is geen eenheidsworst

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de beoordeling van de kwaliteit van een communicatiemiddel afhangt van de functie van het middel. Bij een functie van een communicatiemiddel hoort een bepaalde set kwaliteitsindicatoren. Wordt een blad voornamelijk beoordeeld op de informatiegraad, bij een persoonlijk overzicht is de begrijpelijkheid het belangrijkste. Bij een website is het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie een ‘must’. Hieruit blijken duidelijk de verschillende functies van de communicatiemiddelen. Dient een magazine voornamelijk voor het op de hoogte houden van de deelnemer, het persoonlijke overzicht van de situatie van de deelnemer moet op een begrijpelijke manier inzicht verlenen in de stand van zaken. De website dient voornamelijk voor het leveren van persoonlijke informatie op het moment dat de deelnemer daar behoefte aan heeft.

*Informatiegraad belangrijkste indicator voor tijdschriften*

*Kwaliteit persoonlijk overzicht afhankelijk van begrijpelijkheid*

Dit betekent dat de functie van het communicatiemiddel voor de deelnemer of de klant bepaalt welke kwaliteitsindicatoren worden gehanteerd bij het bepalen van de kwaliteit van het middel. Een vragenlijst voor het meten van de kwaliteit van pensioencommunicatie moet dan ook bestaan uit op de communicatiemiddelen toegespitste secties.

Over de eerste onderzoeksvraag van dit onderzoek, *hoe kan de kwaliteit van (pensioen)communicatie worden gemeten*, kan nu het volgende worden gezegd. Het in dit onderzoek gebruikte meetinstrument is goed bruikbaar voor het in kaart brengen van de kwaliteit van (pensioen)communicatie van een dienstverlenende organisatie naar haar klanten. De gevonden kwaliteitsindicatoren verklaren een aanzienlijk deel van de

*Persoonlijke informatie sleutel tot een kwalitatief goede website*

gegeven rapportcijfers voor de communicatiemiddelen; 67,5% van het rapportcijfer voor Focus, 64,2% van het rapportcijfer voor het pensioenoverzicht en 65,1% van het rapportcijfer voor de websites. Op verbeterpunten aan het meetinstrument zal worden ingegaan tijdens de discussie in paragraaf twee.

### 6.1.2 Deelnemers gematigd positief over pensioencommunicatie van BSG

De tweede onderzoeksvraag heeft betrekking op de verbetering van de pensioencommunicatie van BSG. Hiervoor is allereerst de kwaliteit van de pensioencommunicatie zoals deze door de deelnemers wordt ervaren vastgesteld. De kwaliteit van de communicatiemiddelen wordt door de deelnemers gematigd positief beoordeeld. Er is dan ook ruimte voor verbeteringen.

Gemiddeld wordt het deelnemersblad Focus beoordeeld met een 6,7 (PF 6,9; PC 6,1; PV 7,0), het pensioenoverzicht met een 6,5 (PF 6,6; PC 6,0; PV 7,3) en de websites van de pensioenfondsen met een 6,5 (PF 6,7; PC 6,0; PV 6,3). De rapportcijfers voor de communicatiemiddelen lopen tussen de pensioenfondsen fors uiteen. Zo geeft het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel bijna een punt lager aan de communicatiemiddelen dan de twee andere pensioenfondsen.

Het tijdschrift Focus krijgt van de deelnemers voornamelijk een voldoende door de informatiegraad van het magazine. Het rapportcijfer kan worden verhoogd door het magazine beter te laten aansluiten aan de persoonlijke situatie van de deelnemers en de presentatie van Focus te veranderen. Hoe BSG de persoonlijke fit van het tijdschrift met de deelnemers kan vergroten en de presentatie moet veranderen wordt besproken in de aanbevelingen aan het eind van dit hoofdstuk.

*Rapportcijfer  
Focus: 6,7*

Het pensioenoverzicht wordt door de deelnemers op alle kwaliteitsindicatoren goed beoordeeld. Het rapportcijfer kan worden verhoogd door de begrijpelijkheid van het pensioenoverzicht en de toelichting te verbeteren. In het bijzonder bij het Algemeen Pensioenfonds KLM en het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel is hier nog winst te behalen. Zoals al eerder gezegd is begrijpelijkheid de belangrijkste indicator van het pensioenoverzicht. Het lage rapportcijfer van het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel is dan ook toe te schrijven aan de magere beoordeling van deze indicator.

*Rapportcijfer  
pensioenoverzicht: 6,5*

De kwaliteit van de websites kan aanzienlijk verbeterd worden door het op de website toegankelijk maken van persoonlijke informatie. Het kunnen raadplegen van persoonlijke informatie blijkt in dit onderzoek de enige en een zeer belangrijke indicator te zijn voor de kwaliteit van een website. Op dit moment kunnen deelnemers nog maar weinig persoonlijke informatie raadplegen, deze indicator wordt dan ook door de pensioenfondsen met een onvoldoende beoordeeld. Toch wordt er door de deelnemers aan de websites wel een voldoende toegekend. Blijkbaar spelen hier andere indicatoren een rol die niet zijn gemeten met de vragenlijst. Hierop zal worden teruggekomen tijdens de discussie.

*Rapportcijfer  
websites: 6,5*



### 6.1.3 Kwaliteit van pensioencommunicatie bevindt zich niet op een eilandje

Uit het voorgaande blijkt dat het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel structureel een negatiever oordeel velt over de pensioencommunicatie van BSG. Om erachter te komen wat hiervan de oorzaken zijn, is er een aanvullend exploratief onderzoek verricht bij dit pensioenfonds. Uit dit verdiepende onderzoek zijn een aantal oorzaken naar voren gekomen van de negatieve houding van het cabinepersoneel.

Enerzijds leeft er veel onrust onder het cabinepersoneel. De belangrijkste oorzaken hiervan zijn de verhoging van de pensioenleeftijd van 56 naar 60 jaar, de weinige overgangsregelingen voor cabinepersoneel naar aanleiding van deze verhoging, het uitblijven van een nieuwe pensioenregeling voor het cabinepersoneel, de samenwerking van KLM met Air France en de rommelige communicatie van de KLM. Deze onrust zorgt niet alleen

*Het pensioenbeleid van de overheid zorgt voor onrust*

voor veel argwaan onder het cabinepersoneel ten opzicht van de KLM, maar ook ten opzichte van BSG. Naast dat onduidelijk is dat BSG onafhankelijk opereert van de KLM is het bij de deelnemers onduidelijk wat er door de overheid wordt beslist, wat door de KLM en wat zelf kan worden beslist. Ondanks deze onrust moet het cabinepersoneel de laatste tijd veel belangrijke keuzes maken. Zo moet men beslissen over een zorgverzekering, levensloop- of spaarloonregeling en een vaste of variabele eindejaarsuitkering van de KLM. Kortom, door alle onzekerheden kijkt het cabinepersoneel door een donkere bril naar de pensioencommunicatie van BSG.

Naast de invloed van externe factoren heeft het cabinepersoneel kritiek op de pensioencommunicatie van BSG. Deze kritieken komen in grote mate overeen met de bevindingen uit de survey, zo sluit de communicatie slecht aan bij de persoonlijke situatie van de deelnemers, de communicatie geeft geen antwoord op de vragen die leven en het taalgebruik is te moeilijk. Hiernaast is er ook een aantal nieuwe punten naar voren gekomen, dat betrekking heeft op de kwaliteit van de pensioencommunicatie. Zo blijkt dat vormgeving in de ogen van de deelnemers geen belangrijke rol speelt. Wel belangrijk is de inhoud. Ook zijn de deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel teleurgesteld in BSG. In het verleden zijn er vaak verwachtingen gewekt, die vervolgens niet uitkwamen.

*Teleurstelling door het niet nakomen van beloften*

Uit het aanvullend exploratief onderzoek is dus voornamelijk duidelijk geworden dat de onzekerheid door omstandigheden in het land en bij de werkgever en de hierdoor ontstane sfeer onder de deelnemers in het fonds invloed heeft op de beoordeling van de kwaliteit van de pensioencommunicatie. De beoordeling van de kwaliteit van pensioencommunicatie kan dus niet geïsoleerd worden van de maatschappelijke ontwikkelingen in een land en/of bedrijf.

Veel omstandigheden die zich voordoen bij het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel hebben zich niet voorgedaan bij de andere twee pensioenfonds. De hierboven beschreven situatie waarin het cabinepersoneel zich bevindt vormt een aannemelijke verklaring voor het lage oordeel van de deelnemers over de pensioencommunicatie van BSG.

#### 6.1.4 Vertaal ingewikkelde pensioenmaterie naar persoonlijk relevante informatie

De deelnemers hebben voornamelijk behoefte aan persoonlijke relevante informatie. Hierbij blijkt ook hier de functie van een communicatiemiddel een rol te spelen. De functie van een communicatiemiddel bepaalt welke informatiebehoefte de deelnemers hebben. Op dit punt schiet de communicatie van BSG dan ook tekort.

*Behoeftte aan persoonlijk  
relevante informatie*

De functie van Focus is het op de hoogte houden van de deelnemers en het vertalen van pensioenzaken naar voor de deelnemers begrijpelijke taal. Deze vertaalslag kan worden gemaakt door het geven van meer voorbeelden en casussen en makkelijker taalgebruik. Het pensioenoverzicht heeft als functie de deelnemers inzicht te geven in de persoonlijke situatie. Ook hier blijkt men voornamelijk behoefte te hebben aan een begrijpelijker pensioenoverzicht en toelichting. Vooral het gebruik van vakjargon in de toelichting moet hierbij worden voorkomen. Bij de website hebben de deelnemers behoefte aan persoonlijke informatie. Dit in de vorm van een beveiligde pagina waarop men de persoonlijke situatie kan raadplegen en gebruik kan maken van een online rekenmodule voor het berekenen van verschillende situaties. Hiernaast hebben de deelnemers behoefte aan informatie over regelingen voor specifieke groepen deelnemers.

Opvallend is hierbij dat weer blijkt dat persoonlijk relevante informatie de sleutel is voor een kwalitatief goede pensioencommunicatie. Toch hebben de deelnemers ook behoefte aan algemene informatie over bijvoorbeeld het pensioenbeleid van de overheid. Op zich is dit geen vreemde bevinding. Zaken als het pensioenbeleid van de overheid kunnen op den duur grote gevolgen hebben voor de persoonlijke situatie van de deelnemers. Zo moeten nu veel deelnemers langer doorwerken voor dezelfde pensioenuitkering. Vanuit dit perspectief bekeken kan het op de hoogte houden van de deelnemers over het pensioenbeleid van de overheid toch voor de deelnemers persoonlijk relevant zijn.

Hiernaast kan geconcludeerd worden dat de deelnemers actief op zoek gaan naar informatie wanneer zij behoefte hieraan hebben. In dit onderzoek is dan ook terecht uitgegaan van een actieve ontvanger. Ook is er in dit onderzoek vastgesteld dat deelnemers op zoek gaan naar informatie wanneer zij een onzekerheid ervaren. Hiermee bevestigt dit onderzoek de economisch-rationalistisch gefundeerde variant van de Information Seeking Approach. Het motief voor informatiezoekend gedrag bij deze variant is het ervaren van onzekerheid. Door informatie te zoeken kan deze onzekerheid worden opgelost.

*Onzekerheid veroorzaakt  
informatiebehoefte en  
informatiezoekend gedrag*

Het Pensioenfonds KLM-Cabinefonds ervaart op dit moment zoals al eerder is beschreven grote onzekerheid. Deze onzekerheden worden niet weggenomen door de huidige pensioencommunicatie van BSG. De communicatie geeft geen antwoord op belangrijke vragen. Dit resulteert in een lagere beoordeling van de kwaliteit van de pensioencommunicatie van BSG.

De gevolgen van onzekerheid voor de kwaliteit van pensioencommunicatie moeten dan ook niet worden onderschat. Bij grote veranderingen zoals nu rond het prépensioen en VUT is de informatiebehoefte van de deelnemers extra van belang. De informatiebehoefte van de deelnemers moet dan ook constant in de gaten gehouden worden, om zo steeds de deelnemers in hun behoeften te kunnen blijven voorzien. Hierbij moet ook gedacht worden aan het geven van

zogenaamde procesinformatie. Hiermee kunnen de deelnemers begeleid worden tijdens het zoekproces naar relevante informatie.

*Met procesinformatie kan het zoekproces van deelnemers naar informatie worden ondersteund*

Of er een bepaalde drempel is waar men overheen moet voor men daadwerkelijk informatie gaat zoeken, zoals wordt gesuggereerd met de Information Seeking Approach, is met dit onderzoek niet onderzocht. Nader onderzoek is op dit punt nodig.

### 6.1.5 Kritische deelnemers eisen ‘waar voor hun geld’

De hierboven besproken bevindingen passen binnen de maatschappelijke en economische ontwikkelingen van de laatste decennia. Door de steeds hogere welvaart neemt de dienstensector een steeds belangrijkere plaats in binnen de Nederlandse en de wereldeconomie. In Nederland bestaat tussen de 70 en 80% van het bruto nationaal product uit aan diensten gerelateerde prestaties. Doordat huishoudens steeds meer te besteden hebben verandert het consumptiepatroon. Naast dat dit leidt tot een grotere vraag naar diensten zorgt deze welvaart er ook voor dat de consument steeds hogere eisen gaat stellen aan de kwaliteit van deze diensten. Consumenten hechten steeds meer belang aan extrinsieke kenmerken van kwaliteit, zoals de betrouwbaarheid en de snelheid van de dienstverlening, de consumptieomgeving, en de emoties die ze oproepen. Dienstverleners worden dan ook geconfronteerd met een toenemend aantal kritische consumenten die ‘waar voor hun geld’ eisen (Pruyn, 2002).

Er is echter nog maar weinig bekend over de manier waarop door dienstverleners met klanten gecommuniceerd moet worden. Hoe door communicatie de verwachtingen en kwaliteitspercepties van de consument kunnen worden beïnvloed, of althans de indruk gegeven kan worden dat de organisatie er veel aan gelegen is om de klant kwaliteit te bieden is nog onduidelijk (Pruyn, 2002). Onderzoek op dit gebied is dan ook hard nodig. Dit onderzoek heeft een bijdrage geleverd aan dit onderzoeksthema door de kwaliteitsindicatoren van pensioencommunicatie in kaart te brengen. Aan de hand van deze indicatoren kunnen pensioenorganisaties de kwaliteit van de pensioencommunicatie doelgericht aanpakken en communicatiebeleid ontwikkelen.

## 6.2 Discussie

Zoals elk onderzoek bevat ook dit onderzoek enkele zwakke punten. Deze worden hier verder besproken en voorzien van suggesties voor vervolgonderzoek. Ten eerste is er in dit onderzoek een geheel nieuw meetinstrument tot stand gekomen. Hoewel de verklaarde varianties van de modellen erg hoog zijn is het toch belangrijk dit onderzoek in de toekomst te repliceren. Ook kan hierbij worden gedacht aan het toepassen van deze vragenlijst bij andere pensioenfondsen en/of bij andere dienstverlenende bedrijven (in de financiële sector) als banken en verzekeraars.

Ten tweede is uit het kwalitatieve deel van dit onderzoek gebleken dat de omstandigheden en sfeer onder de deelnemers het oordeel over de (pensioen)communicatie beïnvloedt. In de vragenlijst zullen dus vragen moeten worden opgenomen voor het meten van zaken als de sfeer onder de deelnemers en zaken als het vertrouwen in de werkgever en in het overheidsbeleid en het meten van de mate van onzekerheid dat leeft onder de deelnemers. In dit

onderzoek is gebleken dat zulke zaken een negatieve invloed hebben op de beoordeling van de kwaliteit van (pensioen)communicatie.

Ten derde bestaat de kwaliteitsindicator van Focus ‘persoonlijke fit’ slechts uit twee items. De Heus, Van der Leeden en Gazendam (1995) stellen dat een hoge Cronbach’s alpha niet altijd wil zeggen dat dit ook het gehele concept wat men tracht te meten beslaat. Het toevoegen van nieuwe items kan de volledige dekking van deze factor veilig stellen. Ditzelfde geldt voor de indicator ‘presentatie’ bij het pensioenoverzicht en de indicator ‘gebruiksvriendelijkheid’ bij de website.

Ten vierde bevat de indicator ‘correctheid’ van de website een aantal items die moeilijk te interpreteren zijn. Deze items hebben eigenlijk meer betrekking op de uitstraling van de website. Door meer items toe te voegen aan deze factor kan worden nagegaan of er niet eigenlijk nog een extra kwaliteitsindicator kan worden onderscheiden bij de website. Nader onderzoek naar andere kwaliteitsindicatoren van de website verdienen ook de aanbeveling, omdat op dit moment de enige significante indicator negatief wordt beoordeeld. Desondanks wordt de website wel met een voldoende beoordeeld. Blijkbaar spelen er dus nog andere belangrijke indicatoren een rol.

Natuurlijk is dit meetinstrument nog niet ideaal. Toch mag niet worden vergeten dat dit onderzoek een goed bruikbare vragenlijst opgeleverd heeft. De eerder genoemde kwaliteitsindicatoren vormen goede verklaringsmodellen voor de kwaliteit van (pensioen)communicatiemiddelen. Ook zijn er veel lessen te leren uit dit onderzoek. Zo zijn niet alleen de belangrijkste indicatoren geïdentificeerd, ook is duidelijk geworden dat niet alle communicatiemiddelen zomaar over een kam geschoren kunnen worden. De functie van het communicatiemiddel bepaalt welke kwaliteitsindicatoren er door de deelnemer of klant gehanteerd worden bij de beoordeling. Al met al heeft deze vragenlijst een uitgebreid beeld gegeven van de kwaliteit van de pensioencommunicatie van Blue Sky Group. Hieruit zijn duidelijke en bruikbare aanbevelingen te formuleren voor de inrichting van de communicatie. Deze zijn te vinden in de volgende paragraaf.

Tot slot, er moet rekening worden gehouden met een beperking van dit onderzoek voor de generalisatie van de resultaten naar de gehele dienstensector. Uitvoeringsorganisaties van pensioenfondsen nemen een bijzondere plaats in binnen de dienstverlenende sector. Deelnemers hebben een verbintenis met een pensioenfonds door de werkgever, of indien de werkgever meer pensioenfondsen heeft door de functieomschrijving van de werknemer. Een pensioenfonds kan vervolgens het fonds onderbrengen bij een uitvoeringsorganisatie. Dit betekent dat medewerkers van een werkgever geen keuze hebben bij welke dienstverlener pensioen wordt opgebouwd. Dit heeft tot gevolg dat de deelnemers niet (individueel) kunnen vertrekken bij de pensioenuitvoerende organisatie. Enkel de pensioenfondsen kunnen het contract met de dienstverlener opzeggen.

### 6.3 Aanbevelingen voor BSG

Hoe kunnen deze conclusies nu worden vertaald naar de communicatie van BSG? Hiervoor wordt in deze paragraaf de tweede onderzoeksvraag, *hoe kan de pensioencommunicatie van Blue Sky Group beter worden afgestemd op de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen*, beantwoord.

Het belangrijkste punt wat naar voren komt uit zowel de survey als uit het aanvullend exploratief onderzoek is dat de communicatie vooral toegespitst moet zijn op de persoonlijke situatie van de deelnemers. De kunst is om de vaak ingewikkelde en juridisch aangeklede pensioenregelingen toegankelijk te maken voor de deelnemers. Hierbij zal de communicatie meer in dienst moeten komen staan van de deelnemers. Zo moet er meer rekening worden gehouden met het kennisniveau van de deelnemers. Het moeilijke taalgebruik, het vakjargon en de lange zinnen, leveren nu vooral veel begripsproblemen op bij de deelnemers. De deelnemers zijn nu niet in staat de vertaalslag van de vaak ingewikkelde informatie naar hun persoonlijke situatie te maken. Uit het aanvullend onderzoek kwam steeds weer naar voren dat persoonlijke informatie, “wat betekent dit voor mij”, het belangrijkste is.

De huidige functies van een aantal communicatiemiddelen moeten worden aangepast aan de wensen van de deelnemers. Hierbij moet tevens worden gelet op hoe deze middelen elkaar aanvullen. Op dit moment vervullen bijvoorbeeld de website en Focus grotendeels dezelfde functie. Beide middelen geven voorlichting over zaken als de pensioenregeling. Deelnemers wensen echter een andere functie van deze middelen.

### 6.3.1 Focus

Focus is nu een voorlichtend blad. Het huidige taalgebruik in Focus is voor de deelnemers te moeilijk en de informatie is te abstract. Uit de survey blijkt dat dit taalgebruik en deze abstracte informatie slecht gewaardeerd wordt door de deelnemers (vgl. oordeel over ‘presentatie’ en ‘persoonlijke fit’). De rol van Focus moet in de toekomst meer gezocht worden in het verduidelijken van veranderingen in de pensioenregeling, -wetgeving en het geven van uitleg over bijvoorbeeld het pensioenoverzicht. De onderwerpen van Focus zullen dan ook strikt over pensioenen moeten gaan. Voor het vakjargon moeten begrijpelijke alternatieven worden bedacht in zogenaamde ‘Jip en Janneke’-taal. Kernachtige samenvattingen, stroomschema’s en verklarende woordenlijsten kunnen hier een belangrijke bijdrage leveren aan de verduidelijking van de informatie.

*Eenvoudige uitleg over pensioenregelingen, etc.*

De belangrijkste rol van Focus moet echter het leveren van vergelijkingsmateriaal worden. Hiermee kan de persoonlijke fit van het magazine met de deelnemers worden vergroot. Door bijvoorbeeld interviews te plaatsen met deelnemers over de keuze voor een middelloon- of eindloonregeling, waarbij de nadruk wordt gelegd op de argumenten voor deze keuze, kan worden laten zien wat in de praktijk de gevolgen zijn. Met zulke voorbeelden en/of casus kunnen deelnemers hun persoonlijke situatie vergelijken en hun argumenten toetsen aan die van anderen. Met andere woorden, de nu vaak juridisch getinte informatie wordt omgezet naar voor de deelnemer relevante en bruikbare informatie. Op dit vlak is nog veel winst te behalen.

*Voorbeelden/casus ter vergelijkingsmateriaal*

Tot slot, in onzekere tijden moet Focus proberen zoveel mogelijk procesinformatie te geven over de stand van zaken. De nu vaak door de deelnemer ervaren ‘radiostilte’ zorgt voor onrust. BSG bevindt zich in een lastige situatie omdat zij enkel uitvoerder is. Vaak is het dan ook afwachten totdat alles duidelijk is voordat er daadwerkelijk over kan worden gecommuniceerd. Ondertussen lezen en horen de deelnemers onder andere uit de hoek van de KLM en de VNC

geruchten. Ook al is BSG niet in staat inhoudelijk duidelijkheid te verschaffen, toch kan zij wel een proactieve houding aannemen ten opzichte van het begeleiden van de deelnemer in het informatiezoekproces. Zo kan er in Focus worden verwezen naar handige publicaties en websites. In ieder geval kan BSG hiermee haar bereidheid tonen voor het helpen van de deelnemer en hier en daar onzekerheid wegnemen. Bij het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel is gebleken dat onzekerheid een belangrijke negatieve invloed heeft op de beoordeling van de kwaliteit van pensioencommunicatie. Deze factor moet dan ook niet worden onderschat. Natuurlijk kan de website ook een grote rol vervullen bij dit probleem.

*Procesinformatie in  
onzekere tijden*

### 6.3.2 Website

De websites van de pensioenfondsen moeten als belangrijkste functie het leveren van persoonlijke informatie gaan vervullen. Hierbij moet de website een belangrijke aanvulling worden op Focus. Wanneer de deelnemers in Focus bepaalde situaties kunnen lezen en vergelijken, moet de website hen de mogelijkheid bieden deze opties te berekenen voor de eigen situatie. Focus zorgt dus meer voor de uitleg en dient als referentiekader, de website moet het speelterrein worden van de deelnemer. Een uitgebreide online rekenmodule is hierbij onmisbaar. Het zelfstandig kunnen berekenen van verschillende scenario's wordt, zo blijkt uit zowel de survey als de bijeenkomst, als zeer nuttig beschouwd.

*Persoonlijke  
informatie op de  
website*

Hiernaast kan de website uitkomst bieden voor deelnemers die tot een speciale groep of regeling behoren. Zo kunnen de regelingen voor deze groepen op de website worden aangeboden en bijvoorbeeld de door deze groepen specifieke veel gestelde vragen worden opgenomen.

Zoals al eerder opgemerkt kan de website een belangrijke rol vervullen bij het begeleiden van het informatiezoekproces van deelnemers. Hierbij kan gedacht worden aan het up-to-date houden van de website en het wijzen op belangrijke ontwikkelingen door middel van nieuwsberichten. Op dit moment bestaat er al een nieuwsgedeelte op de website. Dit moet zeker worden gehandhaafd, liefst verder uitgebreid.

Tot slot, uit de survey blijkt dat de meerderheid van de deelnemers nog nooit de website van hun pensioenfonds hebben bezocht. Het nut van de website zal meer moeten worden gepromoot in bijvoorbeeld Focus en in andere communicatiemiddelen. De website kan een zeer waardevolle aanvulling vormen op de andere communicatiemiddelen. Het gebruik ervan zal dus meer moeten worden gestimuleerd.

*Gebruik website  
stimuleren*

### 6.3.3 Pensioenoverzicht

De deelnemers zijn erg te spreken over het pensioenoverzicht. Dit is vooral te wijten aan de persoonlijke fit van het pensioenoverzicht met de deelnemers. Op een A4 staat exact wat men kan verwachten. Uit de survey en de bijeenkomst blijkt dat aan de begripelijkheid van het overzicht en de toelichting nog het een en ander kan worden verbeterd. Zo mag het taalgebruik iets makkelijker en kan een verklarende

*Vermijd vakjargon*

woordenlijst in Focus uitkomst bieden. Mede omdat de begrijpelijkheid een belangrijke kwaliteitsindicator blijkt, is hierbij nog winst te behalen.

#### 6.3.4 Overige communicatiemiddelen

Uit het aanvullend onderzoek bij het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel is gebleken dat persoonlijke aandacht in de vorm van bijeenkomsten en persoonlijke brieven nog altijd erg hoog gewaardeerd wordt. Men kan direct vragen stellen en krijgt op de persoon toegespitste informatie. Begrijpelijk is dat het voor BSG niet haalbaar is om voor elke verandering bijeenkomsten te organiseren. Toch wordt sterk aanbevolen belangrijke ingrijpende veranderingen persoonlijk toe te lichten.

Tot slot nog een opmerking over het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel. Door alle onrust waarmee dit fonds de laatste tijd te kampen heeft gehad leeft er onder de deelnemers veel argwaan en wordt er een sceptische houding aangenomen ten opzicht van BSG. Persoonlijke aandacht aan deze groep zal hier zeker niet misstaan. Tijdens de bijeenkomst was duidelijk merkbaar dat een gesprek erg door deze groep wordt gewaardeerd. Voor de deelnemers in het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel is het lastig zich te verenigen en met elkaar van gedachte te wisselen. Dit omdat er geen vaste crews bestaan en veel deelnemers parttime werken. Bij deze groep heerst er dan ook extra behoefte aan persoonlijke aandacht. Hiernaast kan BSG hiermee ook werken aan de vertrouwensrelatie met deze groep. Hopelijk zal het cabinepersoneel dan uiteindelijk de pensioencommunicatie net zo hoog waarderen als de twee andere pensioenfondsen nu al doen.

*Persoonlijke aandacht  
aan het  
cabinepersoneel*





## Literatuurlijst

- Atkin, Ch. (1973). Instrumental utilities and information seeking. In: Clarke, P. (Ed.), *New models for mass communication research* (pp.205-242). Beverly Hills: Sage.
- Berry, L.L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V.A. (1988a). The service –quality puzzle. *Business Horizons* (september-oktober), 35-43.
- Brady, M.K., Cronin, J.J., & Brand, R.R. (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication an extension. *Journal of Business Research* 55, 17-31.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing* 30 (1), 8-32.
- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing* 56, 55-68.
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing* 58, 125-131.
- De Heus, P.G., Leeden, R. van der, & Gazendam, B. (1995). *Toegepaste data-analyse: technieken voor niet-experimenteel onderzoek in de sociale wetenschappen*. Maarssen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Dyke, T.P. van, Kappelman, L.A., & Prybutok, V.R. (1997). Measuring information systems service quality: concerns on the use of the SERVQUAL questionnaire. *MIS quarterly*, 195-208.
- Fisk, R.P., Bitner, M.J., & Brown, S.W. (1993). Tracking the evolution of the services marketing literature. *Journal of Retailing* 69 (1), 61-103.
- Gilmore, A. (2003). *Services, Marketing and Management*. London: Sage.
- Hart, H. 't, Dijk, J. van, Goede, M. de, Jansen, W., Teunissen, J. (1998). *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom.
- Jong, M.D.T. de (1998). *Reader feedback in text design: Validity of the plus-minus method for the pretesting of public information brochures*. Amsterdam: Rodopi.
- Jong, M.D.T. de, & Heuvelman, A. (1999). De formatieve evaluatie van voorlichtingssites op het World Wide Web. Een inventarisatie van benaderingen. In: A.A. van Ruler e.a. (Red.), *Jaarboek Onderzoek Communicatie Management 1999* (pp. 117-135). Alphen aan den Rijn: Samsom.
- Jong, M.D.T. de, Lentz, L., Elling, S., & Schellens, P.J. (2004). *Scenario-evaluatie van gemeentelijke websites. De ontwikkeling en toepassing van een expertgericht evaluatie-instrument*. Aspect 69. Universiteit Twente.
- Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1994). *Revisie op grond van pretestresultaten*. Deelrapport 11 van het onderzoeksproject Pretesten. Enschede: Vakgroep Toegepaste Taalkunde, Universiteit Twente.
- Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1995). *Met het oog op de lezer: Pretestmethoden voor schriftelijk voorlichtingsmateriaal*. Amsterdam: Thesis.
- Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1996a). *Plus-en-minmethode: groepsgewijs of*

- individueel?* Deelrapport 13 van het onderzoeksproject Pretesten. Enschede: Vakgroep Toegepaste Taalkunde, Universiteit Twente.
- Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1996b). *Standaard-pretest voor voorlichtingsbrochures van de rijksoverheid*. Deelrapport 15 van het onderzoeksproject Pretesten. Enschede: Vakgroep Toegepaste Taalkunde, Universiteit Twente.
- Jong, M.D.T. de, & Schellens, P.J. (1997). Reader-focused text evaluation: An overview of goals and Methods. *Journal of Business and Technical Communication* 11, 402-432.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture. *Studies in Public Communication* 2, 1-6.
- Lasswell, H.D. (1948). The structure and function of communication in society. In: Bryson, L. (Ed.), *The communication of ideas. A series of addresses* (pp. 37-51). New York.
- Lentz, L., & Jong, M. de (1997). The evaluation of text quality: expert-focused and reader-focused methods compared. *IEEE Transactions on professional communication* 40 (3), 224-234.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing* 67, (winter), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L (1993a). Research note: more on improving service quality measurement. *Journal of Retailing* 69 (1), 140-147.
- Pruyn, A.Th.H. (2002). All eyes are on Kwatta: On the dangers of a myopic view on marketing communication. Inaugural address, University of Twente.
- Renckstorf, K. (2001). *Mediagebruik als sociaal handelen. Een handelings-theoretische benadering voor communicatiewetenschappelijk onderzoek*. Nijmegen: Nijmegen University Press
- Renckstorf, K. & Nelissen, P. (1988). *Het omgaan met kennis – en de vraag naar voorlichting*. Advies aan de Voorlichtingsraad voor fundamenteel onderzoek. Nijmegen: ITS.
- Schellens, P.J., Klaassen, R., & Vries, S. de (2000). *Communicatiekundig ontwerpen: methoden, perspectieven en toepassingen*. Assen: Van Gorcum
- Sienot, M. (1997). Pretesting web sites. A comparison between the plus-minus method and the think-aloud method for the World Wide Web. *Journal of Business and Technical Communication* 11 (4), 469-482.
- Smidts, A. (1994). De kwaliteit van SERVQUAL: een toepassing bij zeven dienstverlenende organisaties. *Jaarboek 1993-1994 van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers*, 165-185.
- Woerkum, C.M.J. van (1984). *Massamediale voorlichting: een werkplan*. Meppel: Boom.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1988b). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing* 52, 35-48.

**Internet:**

[www.blueskygroup.nl](http://www.blueskygroup.nl), verkregen op: 07-02-2006.

**Blue Sky Group:**

Algemene folder (2004).

Blue Sky Group (2005). *Beleidskader communicatie 2006-2008: Verbinding maken*

Cramwinckel, M.S.M., & Boom, F.H.M. (2004). *Dienstverleningsonderzoek 2004*. R&M  
Matrix  
Jaarverslag 2004 (2005).



## Bijlage 1: Bedrijfsinformatie

### Profiel Blue Sky Group

De oorsprong van Blue Sky Group (BSG) ligt in één van de oudste en grootste pensioenfondsen in Nederland. Oorspronkelijk was het bedrijf onderdeel van de Koninklijke Luchtvaart Maatschappij (KLM). Sinds 1999 is de organisatie zelfstandig en onafhankelijk, en geen onderdeel van een verzekeraar of een financiële dienstverlener. BSG legt zich toe op het adviseren en ondersteunen van pensioenfondsen en hun deelnemers. BSG onderscheidt hierbij drie diensten (Algemene folder Blue Sky Group, 2004: 5-8):

- Pensioenadministratie en -advies;
- Vermogensbeheer;
- Bestuursondersteuning.

Pensioenadministratie en –advies, ook wel pensioenservice, richt zich voornamelijk op administratie, advies en communicatie. In het kader van de communicatie kan BSG zorgen voor de individuele informatievoorziening en pensioenadvies aan deelnemers. Bij alle activiteiten wordt er gestreefd naar heldere communicatie en voorlichting om deelnemers beter inzicht te geven in hun persoonlijke pensioensituatie, bijvoorbeeld met behulp van nieuwsbrieven of internet.

Bij vermogensbeheer wordt advies gegeven over de strategische inrichting van beleggingsportefeuilles en de verdeling over de beleggingscategorieën. Ook adviseert BSG over de verdeling in regio's en segmenten en in combinatie met benchmarkbeleid, over de indeling in passief en actief vermogensbeheer.

De bestuursondersteuning omvat een breed terrein van beleidsondersteunende en –voorbereidende activiteiten. Hierbij levert BSG advies over het te voeren beleid, secretariaatsondersteuning van het bestuur, commissies en eventuele medezeggenschapsorganen en organiseert het besluitvormingsproces. Tot bestuursondersteuning behoren ook algemeen juridisch advies, jaarverslaglegging, ontwikkeling en uitvoering van communicatiebeleid, ondersteuning bij het nakomen van wettelijke verplichtingen en externe vertegenwoordiging. Zo kan BSG ook de contacten met toezichthouders en de informatievoorziening aan externe partijen verzorgen (Algemene folder Blue Sky Group, 2004: 5-8).

De missie van de organisatie luidt:

*"Blue Sky Group wil pensioenfondsen optimaal ondersteunen bij de uitvoering van hun taken. Wij willen bereiken dat besturen van pensioenfondsen met behulp van ons advies beter in staat zijn om hun verantwoordelijkheden te dragen. Omdat onze organisatie uit één van de oudste en grootste ondernemingspensioenfondsen van Nederland voortkomt, kennen wij als geen ander de motieven en behoeften van bestuurders en deelnemers van pensioenfondsen. Wij streven er met onze dienstverlening voortdurend naar adequaat in de behoeften van bestuurders en deelnemers te voorzien. De combinatie van een flinke dosis ervaring en het enthousiasme van een jonge, zelfstandige organisatie, zorgt voor dynamiek en flexibiliteit in ons handelen. Daarbij willen wij*

*in de eerste plaats een betrouwbare en deskundige partij zijn, zowel voor onze opdrachtgevers als voor onze aandeelhouders en medewerkers" (www.blueskygroup.nl, 07-02-2006).*

Uit deze missie volgen de doelstellingen van BSG (Jaarverslag BSG 2004, 2005: 2):

- Borgen van een hoog kwaliteitsniveau van de dienstverlening;
- Groeien in termen van nieuwe opdrachtgevers en marktgerichtheid als waarborg voor continuïteit;
- Groeien in termen van samenwerking met derden.

Na alleen haar diensten te leveren aan de pensioenfondsen van de KLM is BSG actief bezig met het uitbreiden van haar activiteiten naar nieuwe opdrachtgevers. Op dit moment verzorgt BSG de uitvoering van collectieve en individuele pensioenregelingen voor ruim 51.000 verzekerden en beheert de organisatie een vermogen van ongeveer 10 miljard euro. Tot de opdrachtgevers behoren (Jaarverslag BSG 2004, 2005: 2-3):

- Algemeen pensioenfonds KLM
- KLM N.V.
- Lucent Technologies Pensioenfonds
- Pensioenfonds BP Nederland
- Pensioenfonds KLM Arbo Services
- Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel
- Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM
- Unterstützungskasse KLM Deutschland GmbH

### **Profielen KLM Pensioenfondsen**

Het onderzoek zal worden uitgevoerd onder de drie pensioenfondsen van de KLM, te weten Algemeen pensioenfonds KLM, Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel en Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM. Binnen de pensioenfondsen wordt er een onderscheid gemaakt tussen drie verschillende groepen deelnemers. De actieve deelnemers zijn bezig met het sparen voor de oudedagvoorziening en zijn in loondienst bij de KLM. De gepensioneerde deelnemers zijn voormalige werknemers van KLM die pensioen genieten. Tot slot, de gewezen deelnemers zijn voormalige werknemers van KLM die zijn overgestapt naar een andere werkgever.

Onder het Algemeen pensioenfonds KLM valt voornamelijk het grondpersoneel werkzaam bij KLM. Het fonds heeft ruim 17.000 actieve deelnemers, meer dan 6.000 gewezen deelnemers en meer dan 8.500 gepensioneerden met een totaal belegd vermogen van bijna € 3 miljard. Het fonds kent regelingen voor prepensioen, ouderdomspensioen, ploegendienstpensioen, overbruggingspensioen, nabestaandenpensioen, facultatief nabestaandenpensioen, wezenpensioen, invaliditeitspensioen en aanvullend pensioen.

Het Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM heeft circa 2.400 actieve deelnemers, ongeveer 150 gewezen deelnemers en bijna 2000 gepensioneerden met een totaal belegd vermogen van bijna € 3,9 miljard. Het Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM kent regelingen voor ouderdomspensioen, overbruggingspensioen, deeltijdpensioen, nabestaandenpensioen, wezenpensioen, invaliditeitspensioen en aanvullend pensioen.

Tot slot, het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel heeft ruim 7.200 actieve deelnemers, bijna 2000 gewezen deelnemers en circa 380 gepensioneerden met een totaal belegd vermogen van ongeveer € 570 miljoen. Het Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel kent regelingen voor ouderdomspensioen, overbruggingsuitkering, nabestaandenpensioen, wezenpensioen, invaliditeitspensioen en aanvullend pensioen ([www.blueskygroup.nl](http://www.blueskygroup.nl), 07-02-2006).





## Bijlage 2: Schriftelijke vragenlijst

### Vragenlijst kwaliteit van de communicatie van Blue Sky Group

De vragenlijst bestaat uit vier onderdelen. De eerste drie delen bestaan uit vragen over het deelnemersblad Focus, uw pensioenoverzicht en de website van uw pensioenfonds. Het laatste gedeelte bestaat uit enkele achtergrondvragen. Graag wil ik u erop wijzen dat de vragenlijst dubbelzijdig bedrukt is.

Wanneer u de vragenlijst heeft ingevuld, wilt u deze dan in de bijgesloten retourenvelop terugsturen? Een postzegel is niet nodig.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.

### Deel I: Deelnemersblad Focus

Hieronder volgen enkele vragen over het deelnemersblad Focus, dat u regelmatig van Blue Sky Group ontvangt.

1. Hoe intensief leest u Focus?
  - ☐ niet (s.v.p. verder met vraag 9)
  - ☐ blader het door
  - ☐ lees enkele artikelen
  - ☐ lees (bijna) het hele blad
2. Wat vindt u van het aantal keren dat u Focus ontvangt?
  - ☐ te vaak
  - ☐ vaak
  - ☐ goed
  - ☐ weinig
  - ☐ te weinig
3. Vindt u Focus uitnodigend om te lezen?
  - ☐ helemaal niet
  - ☐ niet
  - ☐ neutraal
  - ☐ wel
  - ☐ helemaal wel
4. Bewaart u Focus?
  - ☐ nee
  - ☐ ja, maar minder dan een maand
  - ☐ ja, een maand tot een half jaar
  - ☐ ja, langer dan een half jaar

5. Onderstaande stellingen gaan over Focus. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met deze stellingen?

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens) |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                    | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| a) Focus geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Focus helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) In Focus staat voor mij nieuwe informatie                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens) | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| d) Focus geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Het taalgebruik in Focus spreekt mij aan                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Informatie in Focus sluit aan bij mijn persoonlijke situatie                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Focus is een aantrekkelijk blad                                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) In Focus staat correcte informatie                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Focus houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Focus is een professioneel blad                                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Focus weet wat de lezer bezighoudt                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) De artikelen in Focus zijn begrijpelijk geschreven                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| m) Ik ben het eens met de informatie die in Focus staat                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| n) In Focus staat interessante informatie                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| o) In Focus staat veel overbodige informatie                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| p) Focus is prettig om te lezen                                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| q) In Focus staat bruikbare informatie                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| r) Focus ziet er goed uit                                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| s) In Focus staat betrouwbare informatie                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| t) Focus wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| u) Focus geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| v) De toon van Focus is vriendelijk                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

6. Onderstaande onderwerpen kunnen aan bod komen in Focus. Kunt u aangeven in hoeverre Focus meer of minder aandacht moet besteden aan deze onderwerpen?

| (1=veel minder, 2=minder, 3=neutraal, 4=meer, 5=veel meer)  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Nieuwsberichten                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Pensioenregelingen                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) De Deelnemersraad                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Het Bestuur                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Voorlichtingsbijeenkomsten (bv. Pensioen In Zicht-dagen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Beleggingsresultaten van het pensioenfonds               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Indexering van uw pensioen                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Interviews met KLM-medewerkers                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Pensioenbeleid van de overheid                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Consumentenonderzoek (bv. dienstverleningsonderzoek)     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. Welke onderwerpen mist u in Focus?

.....

.....

.....

.....

8. Kunt u door middel van een rapportcijfer tussen 1 en 10 aangeven hoe u Focus beoordeelt?  
(1= zeer slecht, 10 = zeer goed)

|                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | 8                        | 9                        | 10                       |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## Deel II: Pensioenoverzicht

Dit gedeelte van de vragenlijst gaat over het pensioenoverzicht dat u van Blue Sky Group ontvangt. Als u pensioen opbouwt dan ontvangt u één keer per jaar een pensioenoverzicht.

9. Ontvangt u jaarlijks een pensioenoverzicht? ☐ nee (s.v.p. verder met vraag 15)  
☐ ja

10. In hoeverre verdiept u zich in uw pensioenoverzicht?  
☐ niet  
☐ kijk er vluchtig naar  
☐ bestudeer het overzicht kort  
☐ bestudeer het overzicht intensief

11. Bewaart u uw pensioenoverzicht?  
☐ nee  
☐ ja, maar korter dan een half jaar  
☐ ja, een half jaar tot een jaar  
☐ ja, langer dan een jaar

12. Onderstaande stellingen gaan over het pensioenoverzicht. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met deze stellingen

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens) |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                    | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| a) De toelichting bij het pensioenoverzicht is begrijpelijk                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Ik vertrouw op de informatie in mijn pensioenoverzicht                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Het pensioenoverzicht bevat belangrijke informatie                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Het pensioenoverzicht geeft mij antwoord op mijn vragen over mijn pensioen      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) De toelichting is prettig geschreven                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Het pensioenoverzicht geeft inzicht in mijn pensioenopbouw                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Het pensioenoverzicht ziet er aantrekkelijk uit                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens)           | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| h) De gegevens in het pensioenoverzicht zijn correct                                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Het pensioenoverzicht houdt me op de hoogte                                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Het pensioenoverzicht ziet er professioneel uit                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Het pensioenoverzicht is persoonlijk                                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Het is duidelijk wat de getallen in het pensioenoverzicht betekenen                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| m) Ik denk dat de prognose van mijn pensioen klopt                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| n) De informatie in het pensioenoverzicht vind ik interessant                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| o) Het pensioenoverzicht bevat veel overbodige informatie                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| p) Het pensioenoverzicht is overzichtelijk                                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| q) Het pensioenoverzicht bevat bruikbare informatie                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| r) Het pensioenoverzicht ziet er verzorgd uit                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| s) Het pensioenoverzicht bevat betrouwbare gegevens                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| t) Het pensioenoverzicht helpt mij bij het nemen van besluiten over mijn pensioenvoorziening | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| u) Het overzicht geeft mij zekerheid                                                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| v) De toon van de toelichting is vriendelijk                                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

13. Welke informatie mist u in uw pensioenoverzicht?

.....

.....

.....

.....

.....

14. Kunt u door middel van een rapportcijfer tussen 1 en 10 aangeven hoe u uw pensioenoverzicht beoordeelt? (1= zeer slecht, 10 = zeer goed)

|                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | 8                        | 9                        | 10                       |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### Deel III: Website

Uw pensioenfonds heeft een eigen website: (website van het fonds)  
De volgende vragen gaan over de website van uw pensioenfonds.

15. Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar de website van uw pensioenfonds bezocht?
- ☐ nooit (s.v.p. verder met vraag 22)  
☐ 1 keer  
☐ 2 tot 10 keer  
☐ vaker dan 10 keer

16. Welke informatie raadpleegt u op de website?  
(meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ homepage  
☐ nieuws  
☐ contactgegevens  
☐ pensioenfondsen (beleid, cijfers, etc.)  
☐ pensioenregelingen (overlijden, scheiden, etc.)

17. Onderstaande stellingen gaan over de website van uw pensioenfonds. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met deze stellingen?

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens) |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                    | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| a) De website geeft duidelijke uitleg over pensioenzaken                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) De website helpt mij een mening te vormen over pensioenzaken                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Op de website staat voor mij nieuwe informatie                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) De website geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Het taalgebruik op de website spreekt mij aan                                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) De tekst op de website sluit aan bij mijn persoonlijke situatie                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) De website ziet er aantrekkelijk uit                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Op de website staat correcte informatie                                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) De website houdt mij op de hoogte van pensioenzaken                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) De website ziet er professioneel uit                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) De informatie komt overeen met wat de bezoeker bezighoudt                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) De website is overzichtelijk                                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| m) Ik ben het eens met de informatie die op de website staat                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| n) Op de website staat interessante informatie                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| o) Op de website staat veel overbodige informatie                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| p) Het is prettig om de website te bezoeken                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| q) Op de website staat bruikbare informatie                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| r) De website ziet er goed uit                                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| s) Op de website staat betrouwbare informatie                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| t) De website wijst mij op belangrijke veranderingen in mijn pensioen              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| (1=helemaal mee oneens, 2=mee oneens, 3=neutraal, 4=mee eens, 5=helemaal mee eens) |                          |                          |                          |                          |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                                                                                    | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| u) De website geeft mij vertrouwen in mijn pensioenregeling                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| v) De website komt vriendelijk over                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

18. Kunt u aangeven in hoeverre op de website meer of minder aandacht aan de onderstaande onderwerpen moet worden besteed? (1=veel minder, 2=minder, 3=neutraal, 4=meer, 5=veel meer)

| (1=veel minder, 2=minder, 3=neutraal, 4=meer, 5=veel meer)  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Nieuwsberichten                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Pensioenregelingen                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) De Deelnemersraad                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Het Bestuur                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Voorlichtingsbijeenkomsten (bv. Pensioen In Zicht-dagen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Beleggingsresultaten van Blue Sky Group                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Indexering van uw pensioen                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Pensioenbeleid van de overheid                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Consumentenonderzoek (bv. dienstverleningsonderzoek)     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Op steeds meer websites van financiële instellingen is het mogelijk persoonlijke informatie te raadplegen.

19. Zou u het nuttig vinden om persoonlijke informatie over uw pensioenopbouw te kunnen raadplegen op de website van uw pensioenfonds?
- ☐ helemaal niet  
☐ niet  
☐ neutraal  
☐ wel  
☐ helemaal wel

20. Welke onderwerpen mist u op de website van uw pensioenfonds?

.....

.....

.....

.....

21. Kunt u door middel van een rapportcijfer tussen 1 en 10 aangeven hoe u de website beoordeelt? (1= zeer slecht, 10 = zeer goed)

|                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        | 8                        | 9                        | 10                       |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Deel IV: Achtergrondvragen**

22. Bent u momenteel werkzaam bij de KLM? ☐ nee  
☐ ja
23. Welk pensioen ontvangt u? ☐ geen  
☐ Vut-uitkering  
☐ Ouderdomspensioen  
☐ Nabestaandenpensioen  
☐ Arbeidsongeschiktheidspensioen  
☐ Overbruggingspensioen of prepensioen  
☐ weet niet
24. Bij welk pensioenfonds van KLM bent u aangesloten of ontvangt u pensioengelden? ☐ Algemeen Pensioenfonds KLM (grondpersoneel)  
☐ Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel (cabinepersoneel)  
☐ Pensioenfonds Vliegend Personeel KLM (vliegers, kernkorps e.d.)
25. Wat is uw geslacht? ☐ man  
☐ vrouw
26. Wat is uw geboortejaar? 19 . .
27. Hoe lang bent u bij KLM werkzaam (geweest)? ☐ ... jaar  
☐ zelf niet bij de KLM werkzaam geweest
28. Wat is uw hoogst genoten opleiding? ☐ basisonderwijs  
☐ VMBO (ook: mulo, mavo, VBO, LTS)  
☐ HAVO/VWO (ook: HBS)  
☐ MBO (ook: MEAO, MTS)  
☐ HBO/WO (ook: HEAO, HTS, HBO+)

Hartelijk dank voor uw medewerking.  
Wilt u de ingevulde vragenlijst in bijgevoegde retourenvelop terugsturen?  
Een postzegel is niet nodig.





## Bijlage 3: Begeleidende brief

naam

straat

plaats

KLM Pensioenfondsen

| Datum         | referentie | doorkiesnummer fax              | onderwerp                            |
|---------------|------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| 29 maart 2006 | 0929       | (020) 426 62 27 (020) 426 63 88 | onderzoek kwaliteit van communicatie |

Geachte,

De laatste maanden heeft u van Blue Sky Group veelvuldig post over uw pensioen ontvangen. Door onder andere de invoering van de nieuwe pensioenregeling is een goede communicatie naar u van groot belang. Blue Sky Group heeft om deze reden besloten extra aandacht te besteden aan de communicatie naar de deelnemers en gepensioneerden in de KLM Pensioenfondsen. Hiervoor wordt in samenwerking met de Universiteit Twente de kwaliteit van de communicatie onderzocht. Met deze brief vraag ik u om uw medewerking aan dit onderzoek.

Het onderzoek heeft als doel de communicatie naar u als actieve of gepensioneerde deelnemer te verbeteren. Uw medewerking is hiervoor van essentieel belang. Door het geven van uw mening kan de communicatie beter aan uw wensen worden aangepast. Bij deze verzoek ik u dan ook bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Deze kunt u terugsturen in de antwoordenvolp. Een postzegel is niet nodig. Makkelijker en sneller is om de vragenlijst op internet in te vullen via [www.blueskygroup.nl/vragenlijst](http://www.blueskygroup.nl/vragenlijst). Het invullen van de vragenlijst kost u 10 – 15 minuten. Vanzelfsprekend worden uw antwoorden volledig anoniem verwerkt. De resultaten van het onderzoek worden gepubliceerd in de Focus van oktober 2006.

Heeft u nog vragen, dan kunt u mij tijdens kantooruren bellen op telefoonnummer 020-426 62 27. Alvast bedankt voor uw medewerking

Met vriendelijke groet,



Jolande van Erkel  
Universiteit Twente



Anja Brands  
Blue Sky Group



## Bijlage 4: Antwoorden op de open vraag Focus

| Welke onderwerpen mist u in Focus?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | (PF) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Informatie over regelingen en pensioenopbouw (7)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Waarom wordt er premie ANW ingehouden?</li> <li>• Wat betekent pensioen opbouwen nu daadwerkelijk voor mij als ik met pensioen ga.</li> <li>• Informatie over de Prepensioen 60+ overgangsregeling.</li> <li>• Specifieke onderwerpen over 55+ mensen die binnenkort met prepensioen zouden kunnen gaan.</li> <li>• Algemene informatie en berekening voor mensen die willen emigreren (voorbeeld: waar moet men er aan denken voordat men het land verlaat als iemand X jaren pensioen opgebouwd heeft in Nederland en dan gaat emigreren, of terug naar zijn eigen land).</li> <li>• Informatie betreffende overtollig verklaarde 55 plussers</li> <li>• Informatie over pensioenregelingen/gevolgen voor overtollig verklaarden met een suppletie</li> </ul> |      |
| <b>Mogelijkheden eerder stoppen met werken (6)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat je zelf het beste kunt doen om eerder te kunnen stoppen met werken (voorbeelden).</li> <li>• Mogelijkheden aanvulling pensioen en/of aanvulling ivm vroegere start pensioen, geen levensloopregeling.</li> <li>• Mogelijkheden m.b.t. vervroegde pensionering</li> <li>• Een onderwerp dat zegt dat het pensioen van de KLM niet voldoende is en men moet bijverzekeren.</li> <li>• Informatie over aanvullende pensioen mogelijkheden</li> <li>• Deeltijdpensioen: voor en nadelen.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |
| <b>Presentatie (5)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorbeelden, door meer voorbeelden te laten zien, wordt het eenvoudiger om de persoonlijke status te berekenen</li> <li>• Uitleg in begrijpelijke taal, zeker over pensioenoverzicht</li> <li>• Onderwerpen die aansluiten bij realiteit, vb van pensioenen zijn vaak in de media 1,5 keer het salaris van de gewone man/vrouw. Pas deze eens aan zodat de gewone klasse wat heeft aan het voorbeeld</li> <li>• Onderwerpen vaak te summier uitgelegd.</li> <li>• Misschien niet zozeer onderwerpen als wel diepgang</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |
| <b>Algemene ontwikkelingen (5)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat meer algemeen landelijk pensioeninformatie</li> <li>• Koopkrachteffecten van wel/niet indexeren.</li> <li>• Bijkomende effecten van bv. zorgverzekering.</li> <li>• Standpunt t.o.v. regeringsmaatregelen</li> <li>• Actuele onderwerpen en voorlichting van de overheid.</li> <li>• Actuele dekking/rekenrente problematiek</li> <li>• Informatie m.b.t. fiscale problemen en eigenbijdrage zorgverzekering</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |      |
| <b>Status van het fonds (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Status KLM pensioenen versus overige pensioenfondsen in Nederland</li> <li>• Vergelijkingsinformatie t.o.v. andere pensioenfondsen</li> <li>• Toekomst verwachting.</li> <li>• Welk pensioenfonds scoort het hoogste</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Human interest (4)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviews met mensen die pas met pensioen gegaan zijn, en dan met name hoe zij dit ervaren hebben en hoe het verder geregeld voor hen is.</li> <li>• Het blad is voor mij te zakelijk en daarom niet aantrekkelijk om te lezen</li> <li>• Meer uitleg over grondpersoneel</li> <li>• Informatie over bijvoorbeeld expositie, concerten en boeken</li> </ul> |
| <b>Informatie over de KLM (3)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• KLM nieuws</li> <li>• Wie er is overleden (naam. afd., etc.)</li> <li>• KLM-foto's</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Persoonlijk relevante informatie (3)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik mis de informatie die voor mij persoonlijk relevant is.</li> <li>• Ik zou informatie duidelijker per doelgroep indelen.</li> <li>• Individuele onderwerpen, leeftijdsgebonden</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| <b>Veranderingen bij pensionering (2)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veranderingen bij i.p.b.-reizen</li> <li>• Veranderingen van rechten en gunsten van gepensioneerde KLM-ers zoals i.p.b.-regelingen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Speciaal voor gepensioneerden (2)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Topics specially for pensioners living abroad like</li> <li>• Inhoud is vaak veel te abstract en niet toegesneden op de behoefte van de gepensioneerde.</li> </ul>                                                                                                                                                                                           |
| <b>Overige antwoorden (1)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rubriek vraag &amp; antwoord</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>N = 42</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Welke onderwerpen mist u in Focus?</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>(PC)</b> |
| <b>Informatie over regelingen en pensioenopbouw (10)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• De pensioenregeling '94/'98; de opbouw zoals die nu wordt uitgekeerd.</li> <li>• Nabestaandenpensioen.</li> <li>• Duidelijke informatie over pensioenverhoging/verlaging. Niet zoals in focus nr1 jan 2006: niks over verlaging overbruggingspensioen, schande!</li> <li>• Een eenvoudige uitleg van pensioenzaken</li> <li>• Goede informatie over pensioenverhoging of verlaging, bijvoorbeeld verhoging van ouderdomspensioen en verlaging van overbruggingspensioen</li> <li>• Hoe hoog wordt mijn pensioen, zal het later voldoende blijken. Zijn de pensioenen verslechterd t.o.v. cabinepersoneel dat de afgelopen jaren met pensioen zijn gegaan. Tot hoe lang zal ik moeten doorwerken.</li> <li>• Meer informatie over mijn eigen groep, zijnde de bijna met pensioengaanders, op 56 of 60 jr. We weten niet eens waar we aan toe zijn</li> <li>• Pensioen berekeningen/formules</li> <li>• Pensioengerelateerde onderwerpen bv. code 1085 van de salarisafrekening. Wanneer is die pot leeg?</li> <li>• Simpele uitleg voor de beginnende lezer over zijn pensioen. Alles wordt geschreven vanuit de situatie alsof men al begrijpt hoe het in elkaar steekt, maar met mij snappen er velen echt helemaal niets van en vertrouwen er maar op dat het goed geregeld is.</li> </ul> |             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mogelijkheden eerder stoppen met werken (6)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bijkopen pensioenjaren</li> <li>• Overbruggingspensioen</li> <li>• Deeltijd pensioen en de mogelijkheden.</li> <li>• Informatie over vutregelingen</li> <li>• Toepasbaarheid van de levensloop regeling en het kunnen door betalen van pensioenpremie bij opnemen van levensloopverlof voorafgaande aan pensioen.</li> <li>• Praktische tips, wat kan ik allemaal doen om meer pensioen op te bouwen of eerder te stoppen met werken.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Presentatie (6)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrijpelijke uitleg over de huidige regelingen zonder vakjargon</li> <li>• Casus beschrijvingen</li> <li>• Graag meer uitleg a.d.h.v. voorbeelden, casus. Laat eens een loonstrook van heden zien naast een van een 60 of 65 jarige. Meer voorbeelden dus ter illustratie bij uw artikelen.</li> <li>• Het moet echt duidelijker en minder technisch allemaal.</li> <li>• Ik mis pagina's waar in duidelijke en overzichtelijke blokken de nieuwe regelingen/veranderingen + de gevolgen worden weergegeven. Dit ook nog eens in duidelijk en begrijpelijke taal</li> <li>• Uitleg zou wat eenvoudiger kunnen; vind het vrij moeilijk om ingewikkelde zaken te begrijpen.</li> </ul> |
| <b>Persoonlijk relevante informatie (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berekeningsgrondslagen en formules om je eigen pensioen uit te rekenen</li> <li>• Duidelijke begrijpelijke informatie die mij aangaat. Ik wil ook een duidelijk beeld van wat ik ga ontvangen netto</li> <li>• Heel simpel: een veel meer up to date duidelijk overzicht van MIJN persoonlijke situatie die ik in een oogopslag, op een kantje krijg en die helder en overzichtelijk is.</li> <li>• Ik zou heel Focus niet missen, ben eigenlijk alleen geïnteresseerd in up-to-date persoonlijke informatie</li> </ul>                                                                                                                                          |
| <b>Algemene ontwikkelingen (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevante ontwikkelingen in politiek</li> <li>• Meer uitleg over veranderingen in pensioenland.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Status van het fonds (1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meer aandacht voor beleggingsresultaten en mee laten delen in enorme winsten ook door gepensioneerden en het niet weggeven aan KLM</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Human interest (1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie speciaal voor cabinepersoneel</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Informatie over de KLM (1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevante ontwikkelingen bij KLM die van invloed zijn</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Overige antwoorden (1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijke uitleg over mijn speciale pensioenproblemen. Ik ben nu 57 jaar, maar weet niet precies waar ik in val. zou graag persoonlijke uitleg krijgen. er verander elke keer iets.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| N = 32                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| Welke onderwerpen mist u in Focus?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | (PV) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Informatie over regelingen en pensioenopbouw (5)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deeltijdvarianten en aanvullende verzekeringen omtrent 100% uitkering in geval van invaliditeit</li> <li>• Duidelijke uitleg over bijvoorbeeld invaliditeitsvoorzieningen</li> <li>• Echte actuele informatie en prognoses</li> <li>• Ik begrijp helemaal niets van de opbouw van mijn pensioen. Toen ik eens belde of ik nog extra maatregelen werd mij verteld dat ik me maar geen zorgen moest maken... Ik heb werkelijk geen benul. Focus is ongetwijfeld erg goed, maar ik heb er niets aan als het te moeilijk is.</li> <li>• Meer over de Bouma-group</li> </ul> |      |
| <b>Presentatie (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adviezen, bijvoorbeeld. in de vorm van voorbeelden.</li> <li>• Concrete alternatieven: pro's en con's</li> <li>• Concrete, praktische informatie</li> <li>• Focus zou ook best iets dikker mogen, maar dan wel relevant.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |      |
| <b>Bestuur/Deelnemersraad (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Duidelijke en waarheidsgetrouwe verslagen vanuit de deelnemersraad</li> <li>• Informatie omtrent veranderingsmogelijkheden die zullen kunnen en moeten leiden tot meebeslissingsrecht van gepensioneerdde deelnemers</li> <li>• Kritische beschouwing van het handelen van het bestuur van het pensioenfonds. "Wij (het bestuur) beslissen voor u - over u". "Wij weten wat goed is voor u en voor ons bestuur".</li> <li>• Waarom gepensioneerdde geen zeggenschappen hebben in de deelnemersraden</li> </ul>                                                                                |      |
| <b>Speciaal voor gepensioneerdde (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ervaringen van gepensioneerdde</li> <li>• Gaarne voor 1-1 wat ons als gepensioneerdde te wachten staat</li> <li>• Geschil met gepensioneerdde</li> <li>• Informatie voor in het buitenland wonende gepensioneerdde.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |
| <b>Algemene ontwikkelingen (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heb heldere duidelijke uitleg over zorgverzekering gemist. Of inkomensafhankelijke bijdrage wel of niet of in hoeverre door pensioenfonds zou worden gedragen (parallel aan werkgeversvergoeding voor die bijdrage)</li> <li>• Mogelijke toekomstige ontwikkelingen op AOW-gebied en gevolgen m.b.t. pensioen. Hoe komt inflatiecijfer tot stand en prijsontwikkeling van welke goederen wordt daarbij buiten beschouwing gelaten. Indexaties, door de jaren heen, versus inflatie.</li> <li>• Pensioenpolitiek in het buitenland, vooral fiscaal</li> </ul>                                 |      |
| <b>Status van het fonds (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toekomstvisie ivm met fusie. Samenwerking deelnemersraad e.d.</li> <li>• Waarom en hoe er wordt belegd (zoals in de begintijd van het fonds)</li> <li>• Beleggingsstrategie en verdeling pakketten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |      |
| <b>Mogelijkheden eerder stoppen met werken (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe met pensioen te gaan: welke mogelijkheden bestaan er? Hoog/laag pensioen</li> <li>• Betere uitleg over eerder met pensioen gaan met de financiële consequenties. De levensloopregeling</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |
| <b>Overige antwoorden (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Andere meningen komen niet aan bod. negeren van anders denkenden /rapporteren van tegen pensioenfonds gevoerde processen.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |      |

|                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Wijzen op het bestaan van een eigen website</li></ul> |
| N = 27                                                                                        |





## Bijlage 5: Antwoorden op de open vraag pensioenoverzicht

| Welke informatie mist u in uw pensioenoverzicht?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | (PF) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen (10)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een rekenvoorbeeld waarin staat wat ik maandelijks netto uitbetaald zal krijgen bij pensioenleeftijd van 60, 61, 62, of 63 jaar</li> <li>• Duidelijkheid over de 70% of 75% betaling bij 60 jaar of 12 maanden later met pensioen</li> <li>• Het is een persoonlijk overzicht, het zal handig zijn om via bruto bedragen te laten zien welk bedrag je ontvangt (bv. met pensioen op 60 jaar, 61 jaar, 62 jaar)</li> <li>• Je kan er niet uithalen wat je werkelijke inkomen wordt als je een keuze moet maken op welke leeftijd je met (vervroegd) pensioen wil gaan</li> <li>• Pensioenopbouw per jaar ter bepaling jaarruimte lijfrentepremies en consequenties bij vervroeging</li> <li>• Persoonlijk overzicht van mijn pensioen cq prepensioen mogelijkheden</li> <li>• Uitleg en toelichting op situaties die alternatieve uitdiensttreding weer geven (simulatie van alternatieven en de effecten daarvan op de persoonlijke situatie)</li> <li>• Persoonlijk overzicht, duidelijk wat je pensioen is als je 60 of 65 bent en stopt met werken</li> <li>• Wat ik werkelijk mag verwachten op mijn 65ste als ik zou stoppen met werken. De uitkering per jaar/maand. De opbouw als ik doorwerk is voor mij natte vingerwerk</li> <li>• wanneer ik er uit kan en hoeveel ik dan krijg netto in de maand</li> </ul> |      |
| <b>Begrijpelijke toelichting (7)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een goede uitleg voor leken, heb het altijd als een ver van mijn bed show beschouwd, mede door ontbreken van kennis over dit onderwerp (vaktaal, etc.)</li> <li>• Het is mij niet duidelijk wat je krijgt bij overlijden of bij stoppen. Veel getallen, maar zijn deze per jaar/maand. Is het bedrag als je zou stoppen, etc.</li> <li>• Iets meer toelichting bij de getallen. Iets meer duidelijkheid in de tekst, sommige zaken zijn nu voor meerdere uitleggen mogelijk</li> <li>• Na de wijziging van het overzicht plm 3 jaar geleden, is het hogere wiskunde geworden. Vrijwel niemand begrijpt hoe zijn of haar pensioeninkomen er uit gaat zien. Probeer het overzicht eens in begrijpelijke taal op te stellen zonder technische terminologie</li> <li>• Niet altijd duidelijk wat nu precies de inhoud van de bedragen zijn</li> <li>• Niet helder</li> <li>• Uitleg waarop de hoogte van het pensioen is gebaseerd</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |      |
| <b>Netto bedragen (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik mis het netto overzicht</li> <li>• Indicatie over netto inkomsten</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |      |
| <b>Overige antwoorden (6)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoeveel moet ik nou bijverzekeren? En wat als de tent failliet gaat?</li> <li>• Er is geen enkele mogelijkheid om de betrouwbaarheid te verifiëren. Pas bij navraag bij het fonds ontstaat er enige duidelijkheid.</li> <li>• Info over IPB, mag men onbeperkt IPB vliegen (1 maal per jaar free-one) of is men beperkt ?</li> <li>• Inkomen na 1 jaar pensionering</li> <li>• meer persoonlijke duidelijkheid (vanwege wetgeving nu niet compleet)</li> <li>• zit vakantiegeld en 13de maand ook in het pensioenoverzicht?</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |      |
| N = 25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |      |

| Welke informatie mist u in uw pensioenoverzicht?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | (PC) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Meerdere data voor pensionering met bijbehorende bedragen (7)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat ik opgebouwd zou hebben als de pensioendatum nog steeds 56 zou zijn en wat bij 50. Ook begrijp ik er niets meer van wat er gebeurt met overbruggingspensioen. Houd ik dat of niet blijft de werkgever daar ook aan mee betalen. Kortom wat mijn mogelijkheden zijn.</li> <li>• Wat krijg ik per maand op mijn rekening, wanneer ik op verschillende leeftijden stop met werken? Hoe alles is opgebouwd interesseert ons minder, wat we precies krijgen is belangrijker.</li> <li>• Opbouw naar deeltijdpensioen</li> <li>• vergelijkingen hoe hoog het netto pensioen is bij welke leeftijd.</li> <li>• Een prognose voor pensioen bij leeftijden 50/56/60/65/.</li> <li>• Geschat pensioenbedrag bij doorwerken tot mogelijke pensioendata</li> <li>• "Vergelijkstaatjes", bv wat gebeurt er als ik in andere percentages ga werken, bij welke ontslagdatum gebeurt er wat etc.</li> </ul> |      |
| <b>Begrijpelijke toelichting (7)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor de leek is het toch erg moeilijk allemaal</li> <li>• Een duidelijk persoonlijk overzicht.</li> <li>• Moet veel overzichtelijker, met gebruik van diverse lettertypes om essenties te highlighten etc.</li> <li>• Hoe ik ook mijn best doe, echt begrijpen doe ik het niet...</li> <li>• Heldere uitleg over wat mijn concrete financiële situatie zal zijn als ik met pensioen ga, in begrijpelijke taal</li> <li>• Duidelijke uitleg; veel jargon/te ambtelijk opgesteld. Het overzicht communiceert niet.</li> <li>• Duidelijke informatie over hoe aow individueel uitvalt onder huidige wetgeving</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |      |
| <b>Netto bedragen (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik mis een duidelijke informatie wat het eindbedrag wordt. nu staan er allemaal uitkeringen en getallen, maar het draait om het eindbedrag.</li> <li>• Duidelijke uitkomsten van wat men netto in handen krijgt.</li> <li>• Het is mij onduidelijk wat ik netto ontvang bij pensionering</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |
| <b>Persoonlijk advies (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik probeer mij iedere keer te verdiepen in pensioenzaken, maar ik vind het ingewikkeld, onbegrijpelijk vaak en vreselijk saai. Veelal haak ik dan af en denk ik ik zie t wel. Graag zie ik dan ook een persoonlijk advies tegemoet, aangezien ik geen idee heb.</li> <li>• Wat ga ik na mijn pensioen ontvangen? Moet ik aanvullend verzekerd zijn</li> <li>• Aanbevelingen, persoonlijk advies.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |
| <b>Verzekeringen voor pensioengat (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe groot een evt. pensioentekort zou kunnen worden, bijv. bij deeltijdwerken. En een evt. oplossing daarvoor</li> <li>• Een concrete berekening over mijn pensioenuitkering en invulling van een eventueel pensioengat</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |
| <b>Overige antwoorden (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De laatste jaren waren er zoveel veranderingen en vooral voor mensen die net als ik misschien kort voor het pensioen onduidelijk dat ik momenteel het gevoel heb wat mijn pensioen aangaat me in een moeras te bevinden. BSG heeft beloofd in mei info te sturen.</li> <li>• I.v.m. de vele wijzigingen in de pensioenen van de afgelopen tijd zou het overzicht vaker moeten worden toegezonden en duidelijker de verschillen / effecten moeten aangeven</li> <li>• Vroeger kreeg je een heel boekwerk met al je rechten nu is het heel summier</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |
| N = 25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |      |

| Welke informatie mist u in uw pensioenoverzicht?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | (PV) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Begrijpelijke toelichting (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een duidelijke uitleg wat sommige getallen betekenen; waarom ze veranderen; hoeveel ze gaan veranderen. Het een en ander kan misschien verduidelijkt worden d.m.v. een (fictief) voorbeeld.</li> <li>• Meer duidelijkheid; een verwacht pensioen;</li> <li>• onderbouwing van de gegevens</li> <li>• Zoals eerder ik begrijp er niets van... Ik weet niet waar t geld vandaan komt, of t genoeg is of ik moet bijverzekeren of ik mijn pensioen uit vorige werk nog heb. Ik heb geen benul, maar de overzichten zien er super uit!!</li> </ul> |      |
| <b>Meerdere data/mogelijkheden voor pensionering met bijbehorende bedragen (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Getallen betreffende enige opties. Bijv. eerder stoppen met werken.</li> <li>• What if's...</li> <li>• Zonder carrière stap(pen) wat het te behalen pensioen is. Wat is de consequentie van deeltijd zonder de afbouwregeling.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                        |      |
| <b>Overige antwoorden (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke verzekeringen zijn er om pensioengaten te dichten bij deeltijd en verzekeringen bij arbeidsongeschiktheid. Hoeveel kosten deze?</li> <li>• Pensioenopgave meerdere keren per jaar</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |
| <b>N = 9</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |      |



## Bijlage 6: Antwoorden op de open vraag websites

| Welke onderwerpen mist u op de website van uw pensioenfonds? (PF)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Persoonlijke informatie (7)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inzicht in mijn persoonlijke situatie</li> <li>• Meer persoonlijke informatie</li> <li>• Meer variatie</li> <li>• Persoonlijk profiel</li> <li>• Persoonlijke informatie, 'what if...' situaties en relatie salaris ten opzichte van opbouw</li> <li>• Wil graag persoonlijke informatie kunnen raadplegen</li> <li>• Persoonlijke informatie over opbouw van het pensioen bv. berekeningen</li> </ul>  |
| <b>Informatie over specifieke onderwerpen (5)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verwijzingen naar andere sites, bv. in verband met zorgverzekering/cbs; overzicht index levensonderhoud</li> <li>• Informatie over IPB</li> <li>• Actuele informatie, bv. niet bij "Nieuws" gedurende 6 weken dat je deze week overzicht ontvangt!</li> <li>• Informatie over ANW</li> <li>• Informatie over 55plus overtoellig verklaarden met betrekking tot pensioenvragen</li> </ul> |
| <b>Informatie voor en over gepensioneerden (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Topics for pensioners living abroad</li> <li>• wel en wee van gepensioneerden, bv. overlijden, emigratie, contact e-mail, etc.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Overige antwoorden (1)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ik vind de informatie vaak weinig toevoegen, tamelijk achterhaald.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| N = 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| Welke onderwerpen mist u op de website van uw pensioenfonds? (PC)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Persoonlijke informatie (8)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuele, persoonlijke pensioengegevens</li> <li>• Informatie over persoonlijke pensioenopbouw ipv verwijzing naar landelijke pensioeninfo sites</li> <li>• Informatie over mijn persoonlijke situatie</li> <li>• Mijn eigen pensioengegevens</li> <li>• Persoonlijke informatie over mijn pensioen</li> <li>• Rekenmodule</li> <li>• Weinig persoonlijke informatie; eigen inlognummer met persoonlijke informatie mis ik</li> <li>• Gegevens over bedragen.</li> </ul> |
| <b>Informatie over specifieke onderwerpen (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AOW-informatie en duidelijker omschreven gevolgen van regeringsbeleid, bij verkiezingen informatie over pensioenparagraaf in partijprogramma's, actualiteit over pensioenwetgeving</li> <li>• Weinig nieuws</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                   |
| N = 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| Welke onderwerpen mist u op de website van uw pensioenfonds?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | (PV) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Persoonlijke informatie (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Met password beveiligde link, waarbij naast persoonlijke informatie ook vliegerpensioen gerelateerde zaken aan de orde komen als "levensloopregeling", "consequenties deeltijdpensioen", "jaarruimte invullen ja/nee", "fiscale tips".</li> <li>• Maandelijks salaris strookje</li> <li>• Meer informatie over pensioen opbouw en te behalen pensioen bedragen</li> </ul> |      |
| <b>Informatie over specifieke onderwerpen (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatie voor in het buitenland wonende leden.</li> <li>• organisatie fonds en prognoses</li> <li>• waarom is de KLM subsidie ziektekostenpremie gestaakt en waarom wordt deze achteruitgang niet door fonds gecompenseerd?</li> </ul>                                                                                                                   |      |
| <b>Overige antwoorden (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dat de site voor 'Apple' eigenaren ook toegankelijk wordt voor de berekeningen van het pensioen</li> <li>• wat is nut van niet beantwoorden van vragen via email. Geeft weinig vertrouwen!</li> <li>• zowat alles</li> </ul>                                                                                                                                                   |      |
| N = 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |      |

## Bijlage 7: Procedure Focusgroep

### Bijeenkomst Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel

#### Agenda:

10.00 – 10.15: Ontvangst

10.15 – 10.20: Uitleg inhoud en doel van de bijeenkomst

10.20 – 10.30: Voorstelronde

10.30 – 11.15: Discussie

- Cabinepersoneel over de kwaliteit van pensioencommunicatie;
- Bereik van het cabinepersoneel door de communicatiemiddelen;
- Focus aansluiten aan persoonlijke situatie van het cabinepersoneel.

11.15 – 11.30: Koffiepauze

11.30 – 12.00 Evaluatie van Focus

- Kernbegrippen;
- Positieve en negatieve punten;
- Verbeterpunten.

12.00 – 12.30: Evaluatie van het pensioenoverzicht

- Kernbegrippen;
- Positieve en negatieve punten;
- Verbeterpunten.

12.30: Afsluiting

## **DRAAIBOEK**

### **10.00 – 10.15: Ontvangst**

#### **10.15 – 10.20: Uitleg inhoud en doel van de bijeenkomst**

Allereerst natuurlijk hartelijk dank voor uw komst. Ik zal mij eerst even kort voorstellen. Ik ben Jolande van Erkel en ben een masterstudent Communication Studies aan de Universiteit Twente. Mijn afstudeeronderzoek in opdracht van Blue Sky Group gaat over het vaststellen en verbeteren van de kwaliteit van de pensioencommunicatie naar de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. Met uw bijdrage hoop ik de kwaliteit van de communicatie naar u als deelnemer te kunnen verbeteren en beter te kunnen laten aansluiten aan uw behoeften.

Deze bijeenkomst vormt de tweede fase van dit onderzoek. In april en mei van dit jaar heb ik een grootschalige survey gehouden onder de deelnemers in de KLM Pensioenfondsen. In totaal hebben 520 KLM-ers de vragenlijst ingevuld. In de vragenlijst zijn er vragen gesteld over het deelnemersblad Focus, het pensioenoverzicht en de website. Hierbij zijn steeds per communicatiemiddel onder andere enkele vragen gesteld over het bereik van het middel en is er gevraagd om het middel op 22 stellingen te beoordelen. In deze tweede fase, hoop ik de gevonden resultaten verder uit te diepen. Kortom, ik wil graag meer weten over wat er bij u als deelnemer leeft en wat uw beweegredenen zijn. Met nadruk wil ik nog even zeggen dat ik niet u, maar de communicatie probeer te testen. Elke opmerking die u maakt is dan ook goed. Het onderzoek is volledig anoniem, uw naam zal dus niet worden genoemd.

Voor u ligt de agenda voor deze bijeenkomst. Na een voorstelrondje wil ik graag beginnen met een discussie over een aantal algemene punten zoals wat u vindt van de pensioencommunicatie en over een paar resultaten van de survey. Na een korte koffiestop wil ik samen met u een artikel uit Focus en het pensioenoverzicht met toelichting evalueren. De kritiek en verbeterpunten die vandaag naar voren worden gebracht zullen zo goed mogelijk worden verwerkt.

Eerst wil ik u nog vragen of ik dit gesprek mag opnemen. Heeft iemand daar bezwaar tegen?

#### **10.20 – 10.30: Voorstelronde**

naam, leeftijd, functie, hoeveel jaar in dienst bij KLM, betrokkenheid bij pensioenfonds



### **10.30 – 11.15: Discussie**

#### **→ Cabinepersoneel over de kwaliteit van pensioencommunicatie**

Uit het onderzoek blijkt dat het cabinepersoneel niet erg tevreden is over Focus, het pensioenoverzicht en de website. Helaas geeft de vragenlijst mij geen algemeen beeld van hoe het cabinepersoneel denkt over de gehele pensioencommunicatie van Blue Sky Group. Wat is hiervan uw algemene indruk, wat vindt u van het communicatieproces en spelen er misschien externe zaken een rol (overheid, KLM, bonden)? Hierbij heb ik de volgende stelling geformuleerd:

##### Stelling:

1. Ik ben ontevreden over de pensioencommunicatie van Blue Sky Group.

*(rondgang langs alle deelnemers; algemene indruk en kritiek noteren)*

Het makkelijkste lijkt mij dat eerst kort iedereen aangeeft voor/tegen de stelling te zijn. Vervolgens kan iedereen zijn/haar standpunt verder toelichten.

Naast dit meer algemene beeld zijn er een aantal punten naar voren gekomen uit het onderzoek waarover ik graag met u van gedachte wil wisselen.

#### **→ Bereik Focus**

Ten eerste blijkt uit de survey dat bijna de helft van het cabinepersoneel Focus weinig tot niet leest. Toch is het belangrijk dat iedereen op de hoogte blijft van de ontwikkelingen in zijn/haar pensioen. Mijn vraag is dan ook: Hoe kan Blue Sky Group met haar communicatie het cabinepersoneel beter bereiken? Als leidraad van de discussie heb ik weer stellingen geformuleerd:

##### Stellingen:

2. Een vernieuwde Focus wordt door het cabinepersoneel beter gelezen.
3. Het cabinepersoneel kan beter worden bereikt met een ander communicatiemiddel dan Focus.

*(rondgang langs alle deelnemers; verbeterpunten, middelen, argumenten en +/- kanten noteren)*

#### **→ Persoonlijke situatie en Focus**

Uit het survey blijkt verder dat Focus slecht aansluit bij de persoonlijke situatie van het cabinepersoneel. Stellingen als “Focus geeft antwoord op mijn vragen over mijn pensioen” en “Informatie in Focus sluit aan bij mijn persoonlijke situatie” werden in het onderzoek slecht beoordeeld. Hoe kan hieraan wel worden voldaan? *(rondgang langs alle deelnemers; onderwerpen noteren)*

##### Stelling:

4. Focus sluit niet aan bij mijn persoonlijke situatie

### **11.15 – 11.30: Koffiepauze**

### **11.30 – 12.00: Evaluatie Focus**

Iedereen vindt in de map een Focus. Nu zou ik u willen vragen om het artikel over de nieuwe pensioenregeling op pagina 3 – 6 zelfstandig in zijn geheel door te lezen. Ook gedeelten die u ‘in het echt’ misschien zou overslaan.

Het is de bedoeling dat u tijdens het lezen plussen en minnen in de kantlijn zet. Een plus zet u als u een gedeelte positief waardeert. Bijvoorbeeld als u iets goed, leuk, interessant, duidelijk of belangrijk vindt. Een min zet u als u een gedeelte negatief waardeert. De redenen om plussen en minnen te zetten, bepaalt u zelf.

Ook de eenheid waarbij u een plus of een min zet, kiest u zelf uit. U kunt bijvoorbeeld een plus of een min zetten bij een heel onderdeel, een alinea, een woord of een illustratie. Wilt u wel proberen steeds aan te geven waarop de plus of min precies betrekking heeft? Dat kan bijvoorbeeld door het betreffende gedeelte te onderstrepen of te omcirkelen.

Neemt u bij dit alles gerust de tijd. En denkt u niet lang na over een plus of min die u gezet hebt. Elke plus of min is goed, als die maar weergeeft wat u van dat tekstonderdeel vindt. Het doel van de plussen en minnen is dat ik Focus kan verbeteren.

Zijn er nog vragen? (+/- 5 minuten zelfstandig werken)

Als iedereen klaar is met het beoordelen dan wil ik nu graag verder gaan. Allereerst wil ik u vragen om in ongeveer 3 *kernwoorden* Focus te typeren. En daarbij aan mij uit te leggen waarom u voor deze typering kiest. (*rondgang langs alle deelnemers; kernwoorden noteren, indien nodig uitleg noteren*)

U heeft net allemaal plussen en minnen geplaatst bij een artikel. Deze wil ik nu graag met u doorlopen en de daarbij gezette plussen en minnen bespreken. Hierbij wil ik graag weten waarom u de plus of min heeft gezet en natuurlijk hoe t in uw ogen beter kan.

Aandachtspunten:

- Vormgeving
- Beeld/tekst verhouding
- Kleurgebruik
- Titel
- Opbouw artikel
- Tussenkopjes
- Taalgebruik (u/je, moeilijke woorden)
- Verbeterpunten?

(*rondgang langs alle deelnemers; plussen en minnen en uitleg noteren*)

**12.00 – 12.30: Evaluatie Pensioenoverzicht**

Als het goed is heeft iedereen ook een pensioenoverzicht met toelichting? Nu zou ik u nogmaals willen vragen om het pensioenoverzicht en de toelichting zelfstandig te beoordelen door het plaatsen van plussen en minnen. (+/- 5 minuten zelfstandig werken)

Als iedereen klaar is met het beoordelen dan wil ik nu graag verder gaan. Allereerst wil ik u weer vragen om in ongeveer 3 *kernwoorden* het pensioenoverzicht te typeren. En daarbij aan mij uit te leggen waarom u voor deze typering kiest. (*rondgang langs alle deelnemers; kernwoorden noteren, indien nodig uitleg noteren*)

Eerst wil ik nu graag het overzicht doorlopen en de daarbij gezette plussen en minnen bespreken. Hierbij wil ik graag weten waarom u de plus of min heeft gezet en natuurlijk hoe t in uw ogen beter kan. *(rondgang langs alle deelnemers; plussen en minnen en uitleg noteren)*

### **12.30: Afsluiting**

Dan zijn we nu aan het einde gekomen van deze bijeenkomst. Zijn er van uw kant nog vragen? U kunt in de foyer gebruik maken van een lunch. Ik wil u hartelijk bedanken voor uw komst en uw bijdrage. Als dank wil ik u nog graag twee presentjes aanbieden.



## Bijlage 8: Presentatie Focusgroep



**Blue Sky Group**

**Kwaliteit van de communicatie**

Pensioenfonds KLM-Cabinepersoneel

Jolande van Erkel



**Kwaliteit van pensioencommunicatie**

Eerste fase:

- Enquête
- KLM Pensioenfonds
- 520 ingevulde vragenlijsten

Tweede fase:

- Kwalitatieve bijeenkomst
- Cabinepersoneel
- Verdiepen en verduidelijken resultaten



**Agenda:**

- 10.00 – 10.15: Ontvangst
- 10.15 – 10.20: Inhoud en doel bijeenkomst
- 10.20 – 10.30: Voorstelronde
- 10.30 – 11.15: Discussie
- 11.15 – 11.30: Koffiepauze
- 11.30 – 12.00: Evaluatie Focus
- 12.00 – 12.30: Evaluatie Pensioenoverzicht
- 12.30: Afsluiting



**Discussie (1): Kwaliteit**

Stelling:

1. "Ik ben ontevreden over de pensioencommunicatie van Blue Sky Group"

- Mening over communicatieproces?
- Invloed externe factoren (overheidsbeleid, KLM, bonden, etc.)?



**Discussie (2): Bereik**

Stellingen:

2. "Focus heeft een metamorfose (inhoud en vormgeving) nodig voor het bereiken van meer lezers."
3. "Het Cabinepersoneel kan beter worden bereikt met een ander communicatiemiddel dan Focus."



**Discussie (3): Focus**

Stelling:

4. "Focus sluit niet aan bij mijn persoonlijke situatie."

- Verbeterpunten?



**Koffiepauze**



**Evaluatie Focus (1)**

Spelregels bij het zetten van de plussen en minnen:

1. U bepaalt zelf de redenen  
Vb.: begrijpelijkheid, toon, waardering voor een zin of een illustratie en het belang van een passage.
2. U bepaalt zelf de eenheden  
Vb.: woord, woordgroep, zin, alinea, illustratie en kopje.
3. Zet de plussen en minnen puur op gevoel



Blue Sky Group

### Evaluatie Focus (2)

- Kernbegrippen bij Focus?
- Bespreken plussen en minnen:
  - Verbeterpunten?



Blue Sky Group



Universiteit Twente  
de ondernemende universiteit

### Evaluatie Pensioenoverzicht (1)

Spelregels bij het zetten van de plussen en minnen:

1. U bepaalt zelf de redenen  
Vb.: begrijpelijkheid, toon, waardering voor een zin of een illustratie en het belang van een passage.
2. U bepaalt zelf de eenheden  
Vb.: woord, woordgroep, zin, alinea, illustratie en kopje.
3. Zet de plussen en minnen puur op gevoel



Blue Sky Group



Universiteit Twente  
de ondernemende universiteit

### Evaluatie pensioenoverzicht (2)

- Kernbegrippen bij pensioenoverzicht?
- Bespreken plussen en minnen:
  - Verbeterpunten?



Blue Sky Group



Universiteit Twente  
de ondernemende universiteit

Hartelijk dank voor uw medewerking

Contact:  
Jolande van Erkel  
Telefoon: 020 – 4 266 370  
jolande-van.erkel@blueskygroup.nl