

Pensioenbewustzijn: kan IT hieraan bijdragen?

MASTERSCRIPTIE

R.A.C. van Boerdonk
TOPICUS | 21 JULI 2016

Colofon

Student	R.A.C. van Boerdonk
Master	Business Information Technology
Specialisatie	IT Management & Innovation
Afstudeerjaar	2016

Afstudeercommissie

Klaas Sikkel
Sectie 'Services, Cybersecurity and Safety'

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Ton Spil
Sectie 'Industrial Engineering and Business
Information Systems'

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Leonie Maarschalkerweerd
Informatieanalist



Thomas Binnenmars
Informatieanalist



Voorwoord

Deze masterthesis is geschreven om mijn master 'Business Information Technology' met de specialisatie 'IT Management & Innovation' af te ronden aan de Universiteit van Twente. Mijn masterthesis is tot stand gekomen bij Topicus.Finance op de afdeling Experience binnen het domein leven.

Vanaf het begin van mijn onderzoek heb ik contact gehad met veel mensen met verschillende achtergronden en ideeën. Het begin van mijn stage heb ik als complex ervaren, doordat ik nog niet thuis was in de materie. Gaandeweg raakte ik steeds meer vertrouwd met het onderwerp en werd het voor mij makkelijker om op mensen af te stappen binnen het bedrijf. Mede door alle hulp binnen Topicus ben ik tot dit eindresultaat gekomen en ik hoop dan ook dat mijn onderzoek bij kan dragen aan het domein leven.

Graag wil ik iedereen bedanken die mij heeft geholpen gedurende mijn scriptie. Specifiek wil ik Leonie Maarschalkerweerd en Thomas Binnenmars bedanken voor alle begeleiding die ik heb mogen ontvangen vanuit Topicus. Vanuit de universiteit Twente wil ik mijn begeleiders, Klaas Sikkel en Ton Spil, bedanken voor alle opbouwende feedback die ik heb mogen ontvangen om mijn scriptie te verbeteren. Ook wil ik Marjon Pol bedanken voor de tips met betrekking tot het verbeteren van mijn scriptie. Tot slot gaat mijn dank uit naar mijn vriend Joost Klein Meulekamp die mijn gedurende het gehele proces heeft gesteund en een spoedcursus Photoshop heeft gegeven.

Management samenvatting

Het pensioenstelsel is aan het veranderen, dit komt doordat burgers er veelal nog vanuit gaan dat de overheid ook in de toekomst garant staat voor een onbezorgde oude dag. De veranderingen komen voort uit het ouder worden van de Nederlandse bevolking, de economische schommelingen en de veranderende maatschappelijke trends. De gevolgen hiervan zijn dat de kosten voor de overheid stijgen en deze grijpt in door de regels voor pensioenfondsen en pensioenopbouw aan te passen, en de AOW-leeftijd te verhogen. Burgers zijn zich hier veelal niet van bewust en dit onderzoek wil uitzoeken op welke wijze IT kan bijdragen aan het pensioenbewustzijn.

De doelgroep zijn Nederlanders van 35 tot 55 jaar, aangezien deze groep in het algemeen al enige tijd actief is op de arbeidsmarkt en ze hebben nog tijd om zich voor te bereiden op het pensioen. Vandaar dat de volgende onderzoeksvraag is gecreëerd: *“Op welke wijze kan IT bijdragen aan het pensioenbewustzijn van Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar?”*. Om de doelgroep beter in kaart te brengen zijn de pensioenbewustzijn gradaties in kaart gebracht, persona's opgesteld en is een customer journey gecreëerd. Daarna hebben we ons verdiept in het bewustzijn en gedrag van mensen, de manier hoe ze nu door social mediakanalen worden geprikkeld voor hun pensioen. Om mensen aan te trekken zien we vaak dat gamification wordt gebruikt, ook in dit onderzoek wordt daarnaar gekeken. Gamification zorgt dat er spelelementen worden toegevoegd in een niet-spelomgeving. Hierdoor wordt de gebruiker op een interactieve manier gestimuleerd om gebruik te maken van het artefact.

Aan de hand van de literatuur zijn vier concepten ontwikkeld, allemaal vanuit een ander standpunt. Voor ieder concept zijn één à twee schermen ontwikkeld en deze schermen zijn vervolgens getest op de eerste indruk. Dit is gedaan met zes respondenten uit de doelgroep en daarnaast zes experts, allen werkzaam binnen Topicus. Alle respondenten zijn individueel geïnterviewd, hierbij zijn dezelfde vragen gesteld. De feedback van beide groepen is verwerkt en vanuit hier zijn twee werkende prototypes ontwikkeld.

Bij prototype 1 wordt het pensioen benaderd vanuit de toekomst en wordt uiteindelijk een balans getoond. Bij prototype 2 gaan we vanuit het heden naar de toekomst kijken. De stappen die worden doorlopen zijn rustiger dan bij prototype 1 en uiteindelijk wordt tekst getoond, welke onderbouwd is met een staafdiagram. Deze prototypes zijn getest op pensioenbewustzijn. Ieder prototype is aselectief getest door zes respondenten door vooraf een survey in te vullen, dan het prototype te doorlopen en vervolgens weer een survey in te vullen. Uit de feedback is naar voren gekomen dat beide prototypes sterke en zwakke punten bevatten.

Uit onderzoek blijkt dat de doelgroep is te verdelen in verschillende groepen mensen, waarbij IT al dan niet bijdraagt aan het pensioenbewustzijn. Groep één zijn mensen die niet bezig zijn met hun pensioen en IT zal alleen bijdragen wanneer ze worden ondersteund in het proces. Groep twee bestaat uit mensen die aangeven zich (later) te gaan verdiepen in hun pensioen. Hierbij zien we dat IT bijdraagt aan het pensioenbewustzijn. Dan is er nog de groep mensen die hun pensioen hebben geregeld, IT is hierbij niet meer relevant. Ook benadrukt het onderzoek nogmaals dat pensioenbewustzijn een proces is dat ontwikkeld moet worden. Wanneer een gebruiker de relevantie begrijpt en zich hierin herkent zal de website sneller worden gebruikt en dit draagt bij aan het pensioenbewustzijn.

De volgende aanbevelingen komen dan ook naar voren uit het onderzoek. Allereerst dient er een nieuw prototype gemaakt te worden die rust uitstraalt, duidelijk stappenplan heeft, niet te veel tekst en een interactieve simulatie met balans bevat. Dit houdt in dat de huidige prototypes worden samengevoegd tot één. Vervolgens dient er een chat functie te worden toegevoegd. Hierdoor kunnen mensen die totaal niet bezig zijn met hun pensioen ondersteuning krijgen gedurende het gehele proces en zijn ze niet fysiek

afhankelijk van anderen. Daarnaast dient er een inleidende tool ontwikkeld te worden die de persoonlijke situatie kan inventariseren. Wanneer er (waarschijnlijk) een pensioengat is zal de gebruiker worden doorverwezen naar dit artefact. Deze gaat namelijk diep in op de stof en dit zal in eerste instantie gebruiker af kunnen schrikken. Tot slot is het van belang dat er een vervolgonderzoek komt, welke zich richt op het aantrekken van mensen. Tijdens dit onderzoek kan er worden onderzocht hoe je mensen zo ver krijgt om de tool te gaan gebruiken en actie te ondernemen wanneer de uitkomst die vereist. Wanneer mensen het artefact immers niet kunnen vinden of niet gaan gebruiken heeft het geen zin om deze te implementeren.

Extended summary

This research is conducted within Topicus at the department Experience, which is part of the sector finance. Topicus is an innovative IT service provider, where chain integration is central to the solutions they offer to their customers. This research is conducted because people are often not aware of their own pension situation, while this is becoming more and more important. The challenge of this research is encouraging consumers to immerse themselves in their pension situation, so that they can take action when necessary. During this research prototypes are developed, which contribute to the pension awareness and the study aims to determine how IT can contribute to the pension awareness.

Identify problem & motivate

In the Netherlands, the pension system is changing. However, many citizens still believe that the government will help them to have a nice and carefree retirement, from a financial point of view. At the moment, the government is cutting the growing costs by raising the retirement age and changing the rules for pension funds. These changes are needed to deal with the ageing of the Dutch population, economic fluctuations, and the changing social trends. But the Dutch population is often not aware of these changes, and this study was conducted to respond to these changes using IT.

In this research, we concentrate on the consciousness regarding their pension of the Dutch between 35 and 55 years. We formulate the research question as follows: *“In what way can IT contribute to the pension awareness of the Dutch citizens between 35 and 55 years?”*. To answer the research question, we formulated different sub questions, about the background, design and development, demonstration and evaluation phases.

1. *What does the pension system in the Netherlands look like?*
2. *What are the characteristics of people between 35 and 55 years?*
3. *How does awareness and behavior affect people within the target group?*
4. *Which elements contribute to enhancing the customer experience?*
5. *Which tools are currently on the market that should lead to a higher pension awareness?*
6. *How do other companies try to affect people’s consciousness, while using gamification?*
7. *How do the screen designs look like, and why are they developed in this way?*
8. *How are the screen designs experienced by the selection of the target group?*
9. *How do experts experience the screen designs?*
10. *Which designs create the best customer experience, and what is the reason for that?*
11. *How do the prototypes influence the consciousness and behavior of the selection of the target group?*

These questions will help to answer the central research question in a correct way. Sub question 1, 2, 3, 4, 5, and 6 are explained in the part defining objectives of a solution. Sub question 7 will be explained at the phase design & development screen designs, while questions 8 and 9 are mentioned at demonstration & evaluation screen designs. Finally, question 10 is explained in phase design & development prototypes, and the last question 11 is part of demonstration & evaluation prototypes.

This research is conducted following the Design Science Research Methodology defined by Peffers, Tuunanen, Rothenberger, and Chatterjee (2007). This methodology helps researchers in the IT to produce prototypes that have a high quality of design science research. In addition, this model also has an iterative way of working and this ensures that the prototypes better reflect the needs and wishes of the users. During this research the following steps have been completed; ‘identify problem & motivate’, ‘define objectives of

a solution', 'design & development screen design', 'demonstration & evaluation screen design', 'design & development prototypes', and 'demonstration & evaluation prototypes'.

To achieve the research goal, we use different methods. The methods that are used in this research are a literature study, interviews and surveys. These methods lead to screen designs, prototypes and eventually the validation. The interviews in this research are aimed to obtain information on what and why something is happening at a specific target group. The reason why we conduct interviews is because we want to know the conscious and unconscious motivation of people within the target group. Therefore, it is important that the interviewer will not influence the interviews. Lastly surveys are used to measure the pension awareness of people. We use closed ended questions and open ended questions. Closed ended questions are designed to measure the difference in awareness, while the open ended questions are designed so that the respondents can give their opinion, and explain why the tool contributes or does not contribute to their pension awareness.

Defining objectives of a solution

This is the second phase in the method that is used. In order to approach the objective in a clear way, this part obtains two parts. The first part is divided into four topics. First a brief explanation of the pension system in the Netherlands, then we immerse ourselves in the target group, the consciousness and behavior of people. Finally, we explore how visual screen design should be built to connect the best for the user. The second chapter is about the way that people can be stimulated. This can be done by applications, websites, social media, and finally the use of gamification is discussed.

First, the first part will be explained. The Dutch pension system can be mapped in three pillars; the state pension, the supplementary collective pension, and the private individual pension that each person has to arrange for themselves. Putting these three pillars together determine the amount of pension a person will receive at the end of his or her working life. Many factors can influence the amount of the pension, for example tax rule changes, changes in the work situation, and personal situation.

In consultation with Topicus has been decided that the focus group are the Dutch people from 35 to 55 years. This group is, in most cases, already some years active on the labor market and still have time to prepare for their retirement. Choices that these people make still have effect on their pension, and also their awareness can go up. Where younger people often only want to know the amount of their pension, this group also wants to know the possibilities to increase their pension income, and what the impact is on their lives. The group over 55 years old can hardly affect their amount of pension, and therefore increasing pension awareness is not useful anymore. Also, their retirement arrives quickly so it is likely that they are already more concerned with their pension. Of course, their disadvantage of the age group 35 to 55. It is a big group, so more complex and the behavior of these people are not the same. Also has every generation its own behavioral characteristics, its own lifestyle, own principles, way of working and ambitions. It is not possible to take everyone into account within the target group, since the interpretation of people can vary by cultural background and religion.

In order to understand the mindset of the target group we mapped the pension awareness gradations. We distinguish four levels of pension awareness, all four are found in this group; full pension awareness, partial pension awareness, partial pension unawareness, and full pension unawareness. To ensure with the development of the artifact, everyone is taken within this group, we established six personas, and mapped the entire customer journey. Then we studied the consciousness and behavior of people, and in which way social media and gamification try to attract people. Behavior is deeply rooted in people and several aspects can influence the interpretation of information and the actions of people. Increasing pension awareness leads to changes in behavior. To create these changes, the pension awareness must grow, and there for the

pension awareness model of Van Raaij (Wijzer in geldzaken, 2009) is used. The goal is to educate people, and inform them about their pension situation through an artifact, while taking future expectations and personal situation into account.

For the final piece of this part, we look at different screen elements, to design efficient screens. An effective screen design consists of the interaction between function and esthetics. This interaction is made up by the elements guidance, navigation, information, screen layout and interaction. Orientation and navigation elements ensure that the user knows how move around on the website, and that he can find the different areas. Personalized information with little text and many pictures ensures that people are less distracted. All these elements need to be displayed on a structured screen, which meets the Gestalt theory. In addition, nowadays people expect interaction with a website, this can be done with the use of gamification.

Now we start with the second part about stimulation people. First, we have compared the available applications, websites and social media dealing with pension awareness. Here we see that the existing applications are not up-to-date and therefore they do not comply with the ruling laws and regulations. For websites it is harder to say, and in most cases users believe that official information channels are up to date. When we look at the range of social media channels, we see that the kind of information available is not stimulating the users to do further research on their pensions.

Finally, we looked at different forms of gamification, and we see that many different ways are possible. Some take a lot of effort, while others are easier.

Design & development screen designs

After this we started phase three about 'design & development' of the screen designs. Based on the literature four concepts (a total of seven visual screen designs) were created, each approached retirement from a different viewpoint. The first concept has the future as starting point, therefore two screen designs were created. In the first screen the user gets three future dreams, and he can decide which one suits him the best. The last screen gives the visualization of your retirement, it is a balance with the expected income and cost after your retirement. Below this balance the user has the possibility to changes his wishes and this will be simulated immediately with the balance. So the user can see what the influence is of, for example, a savings of 10 euros extra per month. The user is stimulated at two points, at the beginning and at the end. At the beginning he can choice with path he wants to follow, and at the end ensures playing with the simulation for incentives. The second concept sees retirement as something static, therefore we only have developed the last screen. In this step, a bar graph is displayed. At a glance, it is clear whether your financial situation is sufficient or not. The user has to be stimulated by themselves to use the tool. The third concept will lead the user to the future. It starts very clean, with a clear roadmap and with questions to you as a person. With small stimulations the users should be motivated to pass all the steps. With the last concept you make people aware by comparing them with others and explain how they would react. This way of influencing the consciousness of people using general statistics, and this is also the guiding principle of this concept.

For every screen design the same brand and style is used. We launched the screen designs under the brand *Retiremind*, this is a contraction of retirement and mind, therefore it relates to the pension awareness of the users. The color that is chosen is the same color as with SeeBe, it is a brown / yellow color. SeeBe is a website developed by Topicus (www.SeeBe.nl). Currently, this website only calculates the retirement age and the level of state pension.

Demonstration & evaluation screen designs

Having created the visual screens for these different concepts are designed, it is time for the 'demonstration & evaluation' phase. In the Design Science Research Methodology these are mentioned separately, however we combined them because we use the same people for these steps. The respondents are divided in two groups, a selection of the target group and experts, and they are all asked what their first feeling is that is evoked by a screen. The selection of the target group consists of six people, three women and three men. These people are chosen randomly, have a different background, are working in different industries and the ages are different.

At the target group, we can make a clear distribution in the preference for the concept that they would use. Three people are attracted by concept 3, that leads you to the future. They find it clear and like the roadmap, however the last screen is not sufficient. They find it difficult to interpret the result from only text, without visualization or support. In second place is concept 1 with two votes, this concept starts with the visualization of the three future possibilities. The last screen showing the balance, is perceived as clear and visually appealing. Because of this, the users have the feeling that it is easier to understand the information about the retirement topic. Also it is clear what the influence is of the changes that can be made.

The group of experts composed of six people, all are working within Topicus.Finance. These individuals that are selected are not directly involved in this research till this moment. One woman and five men were interviewed, all of them have a different position within the same department. Only one of them chooses one concept, while the others all make a combination between two concepts. The concept chosen by everyone is concept 3, because of the strong roadmap and graphical view of the screens. One person would combine this concept with concept 1, because of the visual design on the first page and the support on the last page. However, he would not use a balance, because due to the negative sentiment. In addition, two people would combine the concept with concept 2, because of the clear design and the information that can be found in the bar graph. The last combination is made by two people and consists of concept 3 and concept 4, because of the trigger in screen B. Screen B shows the users that the pension is not probably not enough, and on the screen is a button to give you more information.

Design & development prototypes

Taking together the responses of the selection of the target group and the experts, we see that concept 3 is indicated as most favorite design, the design that start nowadays and lead you to the future. This has to do with the clear roadmap, so people know where they are in the process. In addition, the screen is simple and graphic. Yet there is more feedback expected after completing all steps. The second favorite design is concept 1, this concept was popular especially by the selection of the target group. This concept started with three pictures, and starts with the future and then goes back to nowadays. The two best ranked concepts are used to start the next phase of design & development of prototypes. Prototype 1 has been developed with concept 1 as starting point with adaptations based on the feedback. Thus, the roadmap will be more prominently displayed in all the screens, some of the used pictures at the first screen will be changed, and the base color will be changed. In addition, we add the step costs, and the user is addressed in a formal way. Concept 1 and concept 2 are the foundation of prototype 2. The prototype is changed with the feedback from the respondents, and because of demands of Topicus. However, the roadmap and clean screens are still there, but with two or three questions instead of one. When additional information is needed the question will drop down. The other big difference is the last screen, in the past there was only text, and now the bar graph of concept 2 is used to add more information.

Also on the brand and the style that is used for every screen design we received feedback, and therefore the color is changed. Now the green color from concept 3 will be used instead of the brown / yellow color. People perceived the brown / yellow color to interfere with Retiremind, while the same color is also used in SeeBe. This may have to do with the use of the color, or that SeeBe was not tested under the target group.

Demonstration & evaluation prototypes

In the phase 'demonstration & evaluation prototypes', the two working prototypes are tested by a selection of the target group. This selection consists of twelve people, divided into two groups of six people, each testing one of the prototypes. The people are chosen randomly in the train, not following selection criteria. The testing procedure for both prototypes consist of a survey before and after seeing the prototype. The survey is used to measure the pension awareness of the subjects. The surveys contain almost similar questions, asked in different ways.

The selection of the target group testing prototype 1, consists of four women and two men. Four of them knew how the pension system in the Netherlands is constructed, one person had no idea, and one had a different composition of the pillars. Another question was about how they arranged their retirement. Two people have arranged their retirement, three people want to start within a certain timeframe and one person did not arrange anything for retirement. After seeing the prototype four people feel challenged, and want to start working on their own plans. However, one person would need help. The two people who already arranged their retirement are not encouraged to take more action than they already did. But one person indicate that he understands why other people would use it, if they did not arrange it.

During the evaluation some improvements were mentioned. Half of the group mentioned that there is a lot of text on every screen, two people lacked a concrete incentive why they had to immerse themselves in this subject, and one person was missing the urge to take action after seeing the prototype. Four people mentioned the simulation as strong point, and one person has expressed himself positively about the first screen with the three choices.

The other six respondents, two women and four men, tested prototype 2. Again, the first question is about the general knowledge of the respondent about the pension system. Three people chose the three pillars that are part of the pension system, two people did not have clue, and one person chose the wrong combination of pillars. When we asked these people about their own retirement plan two people said they arranged everything, three people were going to arrange it sometime, and only one person did totally nothing.

After the demonstration of prototype 2, five people feel encouraged to become aware of their pension situation, and one person told was in a neutral state. The person who was in a neutral state mentioned that he would use the website if someone would help him with it. Everyone experience the prototype as pleasant, due to the roadmap, peaceful layout, used colors, and the limited amount of text per screen. What everyone experienced as a disadvantage is the last step. One person sees associations with the tax authorities, but everyone was missing information. One person said that he expected a playful element, in which you can adjust things.

Discussion

The discussion is divided into three parts. First the contribution of this research is explained, then the validity is described, and finally we explain the risk which may be caused by drawn (wrong) conclusions. During the research the Design Science Research Model of Peffers et al. (2007) is used, and this model is

made of an iterative process. We passed through twice the phases 'design & development' and 'evaluation'. This contributes to the validity and reliability of the research.

This research confirmed the literature on many parts, only by personal preference of people abnormalities can be found. However, these personal preferences are also described, for example by difference in culture or religion. The screen elements correspond to the result of the tests, as described by Thissen (2004). To create the best prototype out of these two prototypes, the atmosphere of prototype 2 is needed with the last page of prototype 1. This means a prototype with a good atmosphere, a clear roadmap, not too much text, and a simulation with the user his personal pension situation. After implementation, it is expected that the prototype will fit well and creates pension awareness among the target group.

Part two is about validity, because every researcher aims to conduct valid and reliable outcomes of his research. First the tests of the screen designs were conducted within two different groups; six people as a selection of the target group, and six experts, working within Topicus. During the tests of the screen designs the same questions were asked, in the same order. However, the reliability may be slightly reduced because the interviewer never conducted an interview like this before. Therefore, the interviewer may unconsciously influence the interviewer. During the tests of the prototypes other people within the target group were asked. There is no reason to believe that this group has a different look at views on retirement as the earlier selection of the target group.

The last part is about the points that may be weak part in this study. The first one is that two prototypes are developed with both strengths and weaknesses. When both prototypes are assembled as one, there is a possibility that the target group will react different than expected. The second one is about the content of the prototypes, because to fill in the question many data is asked. The risk is that it scares users, the fill out estimations of the data, and then the outcome is more positive than in reality. The third risk is that the researcher may have influenced the study, because it is the first time that she is going through this process.

Conclusion

The central research question of this study: *"In what way can IT contribute to the pension awareness of the Dutch citizens between 35 and 55 years?"*. From this question different conclusion can be drawn.

Research shows that the respondents can be divided into different group of people, where IT may or may not contribute to the pension awareness. The first group consists of people who did not arrange anything for their pension. IT will only contribute to them when they are supported by someone. The second group are people who claim to arrange (later) their pension. In this group IT contributes to the pension awareness. Finally, the group who already arranged their pension, here is IT no longer relevant. So the intention must come from the user, the user must feel the need to delve into his personal situation. Additionally, the IT tool must look clean, do not contain too much text, should have a clear roadmap, and provide the ability to simulate various pension situations.

This research highlights that pension awareness is a process that needs to be developed by the user. When the user understands the relevance of IT, and can identify themselves herein they will use the website (faster), this contributes to pension awareness. To ensure that users will dive into their pension situation, we must offer the user attractive IT which feels relevant for the user. In addition, the tool must be up-to-date at all times. We cannot do this alone, the government should contribute to ensure that the pension awareness of the Dutch citizens will grow.

Limitations

The limitations that occurred during this research are explained in this section:

- The imagination of the researcher is more or less restricted, because the designer and researcher are creating everything within the programs Sketch, Photoshop, InVision. As a result, there are limitations with creating animations and certain interactions, for example.
- We considered to give a different content to both prototypes. One short and sweet, and the other one with more questions. This makes it possible to measure which prototype provides a higher pension awareness. The company has indicated that it wishes the same content, so it can measure which prototype, in appearance, leads to higher pension awareness.

Recommendations

To ensure that the website meets the needs and wishes of the Dutch people between 35 and 55 years, we have a few suggestions for further research and they are appointed in order of feasibility.

- Create a new prototype with a good atmosphere, a clear roadmap, not too much text, and that ends with an interactive simulation with balance.

This means that prototype 2 should be used the base, with the overview screen of prototype 1. When merging the current prototypes, the strengths of the prototypes can be merged into one prototype.

- Add a chat to the artifact, so people who are not aware of their pension can be supported during the whole process.

During the tests multiple times a respondent who did not arranged a thing for his pension, indicated that they would use the website if they are supported by someone. This is possible with adding a chat. With this chat this group has the opportunity to use the tool whenever they want, with help. However, they do not have to arrange someone who is physically sitting next to them.

- Develop a prototype that serves as an introduction tool, with a few questions and aimed at identifying the user his current situation. When the user has (probably) an inadequate pension, the user will be send to the tool that is develop during this research.

In addition, the prototypes are a lot of question about your personal situation. Some of these question require some external information, and therefore some people will be discouraged. When you place a tool on top of this tool with less demands the user quickly knows what his situation is. This tool is purely focused on consciousness and when this tool concludes that the users pension is (probably) no enough, he can be transferred to a more detailed tool (the one create in this research). This tool can show actual expected shortages and from this standpoint Topicus can offer a product that fit the customers' needs, like an annuity savings account.

- To ensure the success of this research, it is important that there will be further research. Further research is needed to examine how people will research the tool, how they will use the tool. Eventually, this will lead to a stronger artifact.

For this research an artifact has been developed. During the development we only looked at the product, not at the environment and how people will research and use the product. This was not inside the scope of this study, however it is important to let the artifact work as good as possible. Because when people cannot find the product or will not use the product it makes no sense to implement it.

Inhoudsopgave

COLOFON	I
VOORWOORD	II
MANAGEMENT SAMENVATTING.....	III
EXTENDED SUMMARY	V
IDENTIFY PROBLEM & MOTIVATE	V
DEFINING OBJECTIVES OF A SOLUTION	VI
DESIGN & DEVELOPMENT SCREEN DESIGNS	VII
DEMONSTRATION & EVALUATION SCREEN DESIGNS.....	VIII
DESIGN & DEVELOPMENT PROTOTYPES	VIII
DEMONSTRATION & EVALUATION PROTOTYPES.....	IX
DISCUSSION	IX
CONCLUSION	X
LIMITATIONS	XI
RECOMMENDATIONS	XI
FIGURENLIJST	3
AFKORTINGEN	4
1 PROBLEEMIDENTIFICATIE & MOTIVATIE - INTRODUCTIE	5
1.1 MOTIVATIE	5
1.2 DOELSTELLING	5
1.3 STRUCTUURONDERZOEK	5
1.4 ONDERZOEKSOPZET EN TECHNIEK	6
1.5 BEDRIJFSINFORMATIE	7
2 BEPALEN DOELSTELLING - ACHTERGRONDINFORMATIE	9
2.1 PENSIOENSTELSEL IN NEDERLAND	9
2.2 DOELGROEP	9
2.3 BEWUSTZIJN VAN MENSEN	11
2.4 SCHERMELEMENTEN	13
2.5 SAMENVATTING	14
3 METHODIEK	15
3.1 ONDERZOEKSVRAGEN EN METHODIEK	15
3.2 ONDERZOEKSDOELSTELLING.....	17
3.3 SAMENVATTING	18
4 BEPALEN DOELSTELLING – MENSEN STIMULEREN	19
4.1 AANBOD VAN APPS	19
4.2 AANBOD VIA WEBSITES	19
4.3 AANBOD VIA SOCIAL MEDIAKANALEN	19
4.4 GEBRUIK VAN GAMIFICATION	20
4.5 SAMENVATTING	20
4.6 DISCUSSIE	20
5 DESIGN & ONTWIKKELING - CONCEPTSCHERMEN	21

5.1	ONTWIKKELING VAN DE CONCEPTEN	21
5.2	CONCEPT 1	21
5.3	CONCEPT 2	22
5.4	CONCEPT 3	23
5.5	CONCEPT 4	23
5.6	SAMENVATTING	24
6	DEMONSTRATIE & EVALUATIE - CONCEPTSCHERMEN	25
6.1	SELECTIE UIT DE DOELGROEP	25
6.2	EXPERTS	26
6.3	SAMENVATTING	27
7	DESIGN & ONTWIKKELING – PROTOTYPES	28
7.1	PROTOTYPE 1	28
7.2	PROTOTYPE 2	29
7.3	SAMENVATTING	30
8	DEMONSTRATIE & EVALUATIE - PROTOTYPES	31
8.1	PROTOTYPE 1	31
8.2	PROTOTYPE 2	31
8.3	SAMENVATTING	32
9	DISCUSSIE.....	33
9.1	BIJDRAGE ONDERZOEK.....	33
9.2	VALIDITEIT	33
9.3	RISICO'S	34
10	CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN	35
10.1	CONCLUSIE ONDERZOEK.....	35
10.2	BEPERKINGEN ONDERZOEK	37
10.3	AANBEVELINGEN	38
	BIBLIOGRAFIE.....	39
	APPENDICES	43
	APPENDIX A: PENSIOENSTELSEL IN NEDERLAND	43
	APPENDIX B: PERSONA'S.....	47
	APPENDIX C: MARKTAANBOD	48
	APPENDIX D: VRAGEN EN UITWERKINGEN TESTEN EERSTE ONTWERP	54
	APPENDIX E: UITLEG STAPPEN PROTOTYPES	61
	APPENDIX F: VRAGEN EN UITWERKINGEN TESTEN PENSIOENBEWUSTZIJN	65

Figurenlijst

Figuur 1: Structuuronderzoek	5
Figuur 2: DSRM-model (Peffer et al., 2007)	6
Figuur 3: Pijlers pensioenstelsel	9
Figuur 4: Pensioenbewustzijn gradaties (Wijzer in geldzaken, 2012)	10
Figuur 5: Customer journey pensioen product	11
Figuur 6: Pensioenbewustzijn model (Wijziging in geldzaken, 2009)	12
Figuur 7: Structuur aan de hand van het DSRM-model (Peffer et al., 2007)	15
Figuur 8: meest gebruikte social mediaplatformen (van der Veer et al., 2006)	19
Figuur 9: Eerste scherm van concept 1	21
Figuur 10: Overzichtsscherm concept 1	21
Figuur 11: Overzichtsscherm concept 2	22
Figuur 12: Eerste scherm van concept 3	23
Figuur 13: Overzichtsscherm concept 3	23
Figuur 14: Scherm A - concept 4 toereikend pensioen	24
Figuur 15: Scherm B - concept 4 niet toereikend pensioen	24
Figuur 16: Uitstraling prototype 2	33
Figuur 17: Eindscherm prototype 1	33
Figuur 18: Persona 1	47
Figuur 19: Persona 2	47
Figuur 20: Persona 3	47
Figuur 21: Persona 4	47
Figuur 22: Persona 5	47
Figuur 23: Persona 6	47
Figuur 24: Mijn Pensioenoverzicht (Google, 2016)	48
Figuur 25: Menu en overzicht Mijn Pensioen app (Google, 2016)	49
Figuur 26: Printscreen www.pensioenkijker.nl (2016)	50
Figuur 27: Printscreen www.mijnpensioenoverzicht.nl (2016)	50
Figuur 28: Printscreen www.aegon.nl (2016)	51
Figuur 29: Printscreen www.nn.nl (2016)	51
Figuur 30: Printscreen www.nibud.nl (2016)	52
Figuur 31: Prototype 1, Stap 1 - Toekomst	61
Figuur 32: Prototype 1, Stap 2 - Wensen	61
Figuur 33: Prototype 1, Stap 3 - Mijn gegevens	61
Figuur 34: Prototype 1, Stap 4 - Uitgaven	61
Figuur 35: Prototype 1, Stap 5 - Inkomsten	61
Figuur 36: Prototype 1, Stap 6 - Balans	62
Figuur 37: Prototype 2, Stap 1 - Jij	62
Figuur 38: Prototype 2, Stap 2 - Situatie	62
Figuur 39: Prototype 2, Stap 3 - Lasten	62
Figuur 40: Prototype 2, Stap 3 – Lasten (wanneer ja gekozen)	62
Figuur 41: Prototype 2, Stap 4 - Privé	63
Figuur 42: Prototype 2, Stap 5 - Werk	63
Figuur 43: Prototype 2, Stap 6 - Wensen	63
Figuur 44: Prototype 2, Stap 7 - Pensioen met lasten	63
Figuur 45: Prototype 2, Stap 7 - Pensioen zonder lasten	64

Afkortingen

DSRM	<i>Design Science Research Methodology</i>
DV	Deelvraag
UPO	Uniform pensioenoverzicht
UX	User experience (gebruikerservaring)
Zzp'er	Zelfstandige zonder personeel

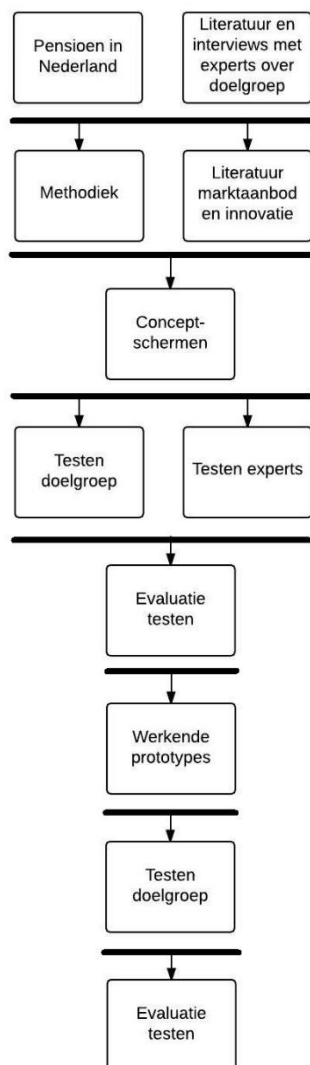
1 Probleemidentificatie & motivatie - Introductie

Hoofdstuk 1 is een introductie over het onderzoek dat is gedaan binnen Topicus te Deventer. Allereerst komen de motivatie en doelstelling van het onderzoek naar voren, vervolgens de structuur en tot slot de onderzoeksopzet en techniek.

1.1 Motivatie

‘Burgers gaan er nog altijd bijna voetstoots vanuit dat de overheid in de toekomst garant staat voor een onbezorgde oude dag’ (Waard, 2016). Individualisering en het ouder worden van de bevolking zorgen ervoor dat de kosten van het huidige stelsel steeds hoger worden (Goudswaard, 2003; Knaap, Bovenberg, Bettendorf, & Broer, 2003). Op dit moment is er nog geen oplossing om de kosten van het stelsel tegen te gaan, zonder dat dit invloed heeft voor de bevolking en daarom is het belangrijk dat de bevolking zich bewust is van de veranderingen op het gebied van pensioen, zodat ze zelf hun eigen pensioenopbouw (leren) begrijpen en in de gaten kunnen houden. Mocht er een pensioengat verwacht worden, door bijvoorbeeld een wetswijziging, dan kan de bevolking zelf maatregelen nemen en er op deze manier voor

zorgen dat hun levensstandaard na het pensioen is zoals gewenst (Damman, 2015). De uitdaging ligt in het stimuleren van de consument om zich te verdiepen in de pensioenopbouw en dat ze ook actie ondernemen waar nodig. Tijdens dit onderzoek ontwikkelen we prototypes, welke bijdrage aan het pensioenbewustzijn.



Figuur 1: Structuuronderzoek

1.2 Doelstelling

Het gegeven doel vanuit Topicus is het ontwikkelen van twee werkende prototypes die bijdragen aan het pensioenbewustzijn van Nederlanders. Topicus heeft de website SeeBe¹ gelanceerd en deze prototypes dienen een stap verder te gaan. Doormiddel van de huidige situatie, wensen en behoeftes af te zetten tegen de uitgaven krijgt de gebruiker een concreet beeld van het bedrag wat maandelijks overblijft.

In dit onderzoek definiëren we pensioenbewustzijn als volgt; “de mate waarin men op de hoogte is van het pensioeninkomen bij ouderdom, overlijden en arbeidsongeschiktheid, weet of dat in de eigen situatie voldoende is en weet (indien gewenst) welke oplossingen er zijn en daar afweging in maakt” (Wijzer in geldzaken, 2009).

1.3 Structuuronderzoek

Om de structuur van dit onderzoek weer te geven is gekozen voor het onderzoekmodel van Verschuren en Doorewaard (2000). Het onderzoek (figuur 1) boven de streep moet afgerond zijn, voordat er onder de streep verder gegaan mag worden. Tussen hoofdstuk 2 en 4 koppelen we de structuur van het onderzoek aan de gekozen methode.

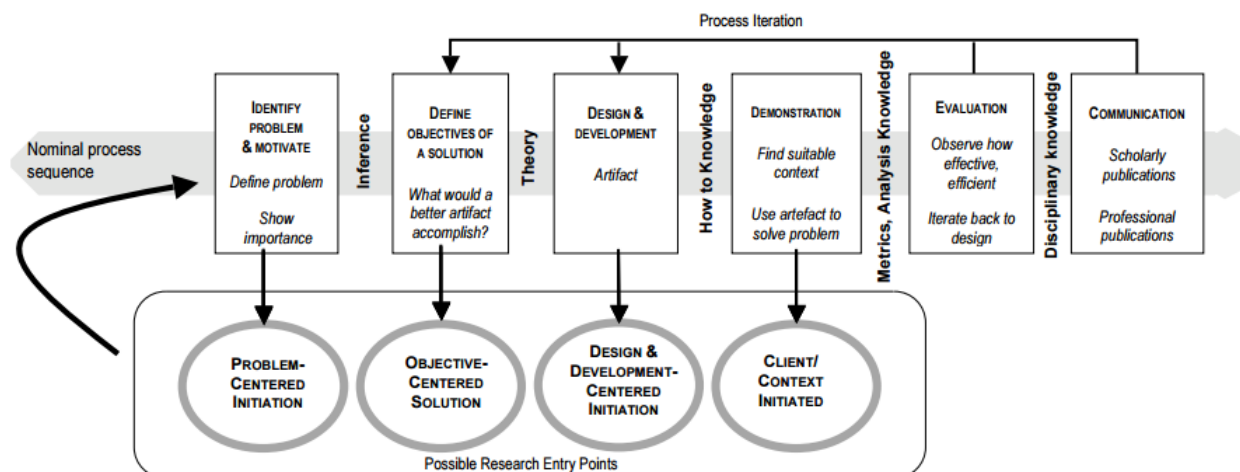
In hoofdstuk 2 komt de achtergrondinformatie over het pensioenstelsel in Nederland aan bod en verdiepen we ons de doelgroep, het bewustzijn

¹ SeeBe is een website die is ontwikkeld door Topicus (www.SeeBe.nl). SeeBe beperkt zich momenteel tot het berekenen van de pensioenleeftijd en de hoogte van het AOW.

van mensen en het belang van schermelementen. Deze informatie is het uitgangspunt van het onderzoek. Hoofdstuk 4 bekijkt verschillende kanalen via welke mensen nu worden geprikkeld op het gebied van pensioen. Tot slot behandelen we het gebruik van gamification. In hoofdstuk 5 zijn de conceptschermen ontwikkeld, welke in hoofdstuk 6 getest worden op de eerste indruk bij de selectie uit de doelgroep en experts. Als deze testresultaten zijn uitgewerkt worden uiteindelijk werkende prototypes ontwikkeld in hoofdstuk 7. In hoofdstuk 8 worden deze prototypes getest door een selectie uit de doelgroep, hierbij wordt getest op bewustzijn. Daarna wordt in hoofdstuk 9 het gehele onderzoek gevalideerd. Er wordt gekeken of het onderzoek betrouwbaar is en voldoet voor het beoogde gebruik. Hoofdstuk 10 bestaat uit de conclusie en aanbevelingen.

1.4 Onderzoekopzet en techniek

Het doel van dit onderzoek is om aan de hand van twee prototypes te onderzoeken wat leidt tot een hoger pensioenbewustzijn. De methode die het beste aansluit bij dit onderzoek is de Design Science Research Methodology (DSRM) (figuur 2). Deze methode biedt een benadering voor wetenschappelijk onderzoek vanuit een ontwerpperspectief. Het gebruiken van DSRM zorgt ervoor dat een onderzoeker het gebruik van een artefact begrijpt en kan verbeteren in de context van informatiesystemen. Het is een iteratief proces, zodat de ontwerpen verbeterd kunnen worden gedurende het proces (Peffers, Tuunanen, Rothenberger, & Chatterjee, 2007).



Figuur 2: DSRM-model (Peffers et al., 2007)

Tijdens dit onderzoek worden verschillende fases uit het DSRM-model doorlopen:

- *Probleemidentificatie & motivatie*; hierin wordt het probleem en de motivatie uitgelegd en deze informatie komt uit de literatuur en vanuit Topicus.
- *Bepalen doelstelling*; informatie over het pensioenstelsel in Nederland, de doelgroep en het bewustzijn van mensen komt aanbod. Dit is de achtergrondinformatie die van belang is voor het onderzoek.
- *Design & ontwikkeling*; vier concepten worden ontwikkeld om te onderzoeken wat de selectie van de doelgroep en experts, elk 5 personen, aanspreekt. Na de iteratie komen we nogmaals in deze fase en worden twee klikbare prototypes ontwikkeld.
- *Demonstratie*; de conceptschermen zullen door 6 personen uit de doelgroep en 6 experts worden beoordeeld. Bij de conceptschermen staat de eerste indruk centraal. De prototypes worden beoordeeld door 12 personen uit de doelgroep, welke verdeeld worden over twee groepen. Iedere groep krijgt één prototype te zien en hierbij staat het pensioenbewustzijn centraal.

- *Evaluatie*; dit zal door dezelfde personen gedaan worden, als de demonstratie fase. De experts en de selectie uit de doelgroep mogen feedback geven op schermen. Dit wordt gedaan aan de hand van interviews (appendix D), welke worden opgenomen. Bij de prototypes wordt zowel vooraf, als achteraf een survey (appendix F) ingevuld. Aan de hand van deze survey wordt het bewustzijn gemeten. Deze evaluatie is in verband met de gestelde tijd beperkt.

De onderzoeksvraag die we uiteindelijk willen beantwoorden is:

Op welke wijze kan IT bijdragen aan het pensioenbewustzijn van Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar?

Deze vraag is te complex om direct te beantwoorden en wordt daarom ondersteund door onderstaande deelvragen (DV), welke verder worden toegelicht in hoofdstuk 3:

- DV1. Hoe ziet het pensioenstelsel eruit in Nederland?***
- DV2. Wat zijn de karakteristieken voor personen tussen de 35 en 55 jaar?***
- DV3. Hoe hebben bewustzijn en gedrag invloed op mensen binnen de doelgroep?***
- DV4. Welke elementen dragen bij aan het verhogen van de klantbeleving?***
- DV5. Wat is het huidige marktaanbod dat moet leiden tot een hoger pensioenbewustzijn?***
- DV6. Hoe spelen andere bedrijven, met behulp van gamification, in op het bewustzijn van mensen?***
- DV7. Hoe zien de conceptschermen eruit en waarom zijn ze op deze manier ontwikkeld?***
- DV8. Hoe worden de conceptschermen door de selectie uit de doelgroep ervaren?***
- DV9. Hoe ervaren de experts de conceptschermen?***
- DV10. Welke ontwerpen leiden tot de beste klantbeleving en wat is daar de reden van?***
- DV11. Hoe hebben de prototypes invloed op het bewustzijn en gedrag van de selectie uit de doelgroep?***

1.5 Bedrijfsinformatie

Allereerst een korte introductie over Topicus, vervolgens wordt er gefocust op de bedrijfsunit waarbinnen het onderzoek plaats vindt.

1.5.1 Topicus

Topicus is opgericht in 2001 en is een innovatieve ICT-dienstverlener die serviceconcepten ontwikkelt voor de sectoren finance, onderwijs, overheid en zorg. In de oplossingen staat ketenintegratie centraal, waarbij het streven is om deze oplossingen als Software as a Service aan te bieden. Topicus heeft vestigingen in Deventer, Zwolle, Leiden, Enschede en Amsterdam. De ambitie van Topicus “ligt in het samen met de huidige ketenpartners innoveren van de ketens (de mogelijkheden van moderne technologie beter benutten), deze rationaliseren (meer kostenefficiënt maken) en vooral professionaliseren via volwassen en comfortabele proposities richting de klanten van onze ketenpartners” (Topicus, 2016).

Topicus.Finance biedt oplossingen voor de domeinen hypotheek, business lending, vermogensopbouw, e-commerce en zorgverzekeringen. Vervolgens is er de sector Topicus.Onderwijs, welke moderne webapplicaties voor leerling administratie ontwikkelt. De domeinen zijn kinderopvang, primair onderwijs, voorgezet onderwijs en vervolgonderwijs. De divisie Topicus.Overheid, biedt systemen om gemeenten in staat te stellen om de regie over de zorg te voeren. Hier kunnen alle zorgpartijen op worden aangesloten en tevens is er een centrale plaats voor de burger. De laatste divisie is Topicus.Zorg en hier ligt de focus op het stimuleren van organisaties om verantwoord informatie met elkaar te delen. De domeinen zijn eerste lijn & diagnostiek, tweede lijn & transmuraal, wijk & gezin en partners & projecten (Topicus, 2016). Dit onderzoek vindt plaats bij het domein vermogensopbouw, dat onder Topicus.Finance valt.

1.5.2 Topicus.Finance

Bij Topicus.Finance worden vooruitstrevende softwareoplossingen ontwikkeld voor de financiële markt. Door nauwe samenwerking en betrokkenheid van de klant komt deze niet voor verrassingen te staan gedurende het gehele proces. Door de kennis en ervaring die Topicus bezit kunnen ze softwareoplossingen waarmee in korte tijd nieuwe producten in de markt kunnen worden gezet. Binnen het domein vermogensopbouw vallen de volgende producten (Topicus, 2016):

- *Fundation Suite Pensioenen*: Een totaaloplossing voor pensioenorganisaties.
- *Fundation Suite Sparen*: Betrouwbare totaaloplossing voor een internetspaarbank.
- *Force Sparen*: Efficiënte spaarprocessen en hoge klanttevredenheid.
- *Fundation Suite Vermogensopbouw*: Totaaloplossing voor vermogensopbouw.

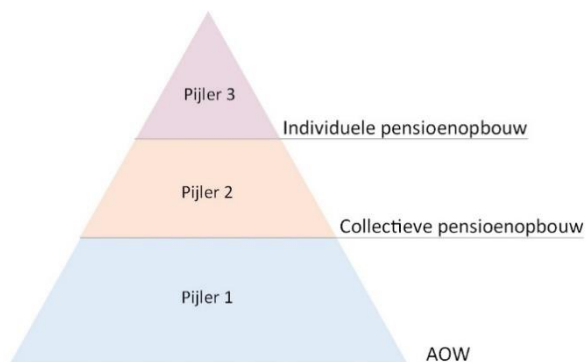
In het volgende hoofdstuk wordt achtergrondinformatie gegeven over het pensioenstelsel in Nederland, de doelgroep en het bewustzijn van mensen.

2 Bepalen doelstelling - Achtergrondinformatie

Volgens DSRM moet bij het bepalen van de doelstelling voldaan worden aan drie doelstellingen; nominaal proces, voortbouwen op eerdere literatuur en een template met kenmerken van de onderzoek output ontwikkelen (Peffer et al., 2007). Deze punten worden behandeld door een korte uitleg over het pensioenstelsel in Nederland, de verdieping van de doelgroep, het bewustzijn en gedrag van mensen en tot slot onderzoeken we hoe schermen opgebouwd dienen te worden om het beste aan te sluiten op de gebruiker.

2.1 Pensioenstelsel in Nederland

Het pensioenstelsel in Nederland is een complex stelsel. De algemene opzet leggen we hieruit en een aanvulling is te vinden in appendix A. Het huidige pensioenstelsel in Nederland is opgebouwd in drie pijlers: AOW, collectieve pensioenopbouw en individuele pensioenopbouw.



Figuur 3: Pijlers pensioenstelsel

dit zorgen voor een verandering in de pensioenopbouw. Ook is het pensioenstelsel zelf op dit moment erg aan het veranderen.

De eerste pijler bevat het basispensioen dat iedere Nederlander ontvangt van de Rijksoverheid. De tweede pijler bevat het pensioen dat opgebouwd kan worden via de werkgever. De derde pijler wordt individueel opgebouwd en dient als aanvulling op de eerste twee pijlers.

Verschillende situaties hebben invloed op de opbouw van het pensioen. Neem nu verandering van de werk- of privésituatie of wijzigingen in de belastingregels. In veel gevallen kan

2.2 Doelgroep

De voorspellingen zijn dat het huidige pensioenstelsel de komende jaren verder zal versoberen en het huidige systeem zal veranderen. Het is steeds belangrijker dat het individu zich gaat verdiepen in zijn individuele pensioenopbouw (Boerdonk, 2016). Om aan te sluiten bij de gedachtegang van degene die het artefact gaat gebruiken definiëren we de doelgroep, maken onderscheid in pensioenbewustzijn gradaties, stellen we persona's op en tot slot beschrijven we de customer journey.

2.2.1 Definiëren doelgroep

Met Topicus (Negro, 2016; Smeitink, 2016) is besloten het onderzoek te richten op de leeftijdscategorie 35 tot 55 jaar. De groep is in het algemeen al jaren actief op de arbeidsmarkt en heeft nog tijd om zich voor te bereiden op het pensioen. Waar starters vaak alleen de hoogte van het pensioen willen weten, wil deze groep ook de mogelijkheden weten om het pensioeninkomen te verhogen en wat de gevolgen hiervan zijn op hun leven. De groep 55+'ers kan bewust bezig zijn met pensioen al te laat zijn, ze kunnen het niet of nauwelijks meer beïnvloeden. Tevens komt het pensioen al dichtbij en zullen ze naar alle waarschijnlijkheid al bewuster bezig zijn met hun pensioen (Visser, et al., 2010).

Het nadeel van de leeftijdsgroep 35 tot 55 jaar is de complexiteit. Het is een grote groep mensen en iedereen moet gebruik kunnen maken van de website. Dit betekent dat de tool toegankelijk moet zijn voor mensen in loondienst en zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) (De Negro, 2016; Smeitink, 2016; Visser et al, 2012). Een ander nadeel van deze ruime doelgroep is dat het gedrag van iemand van 36 jaar naar alle

waarschijnlijkheid anders is, dan dat van iemand van 54 jaar. Hier komen we op terug in paragraaf 2.3.2. Daarnaast hebben we te maken met verschillende generaties binnen de doelgroep en de uitdaging is om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk mensen zich thuis voelen op de website (Zijlstra, 2011). Wat voor iemand van 37 jaar logisch is hoeft namelijk niet vanzelfsprekend te zijn voor iemand van 54 jaar. De manier waarop generaties worden ingedeeld is verschillend. “Elke generatie heeft haar eigen gedragskenmerken, een eigen leefstijl, eigen principes en stelt eigen eisen ten aanzien van werk, ambitie en samenleven” (Aldenhoven & Reijnders, 2008). Het is niet mogelijk om met iedereen binnen de doelgroep rekening te houden, aangezien de interpretatie van mensen kan verschillen door bijvoorbeeld culturele achtergrond of religie (Cassell, 1998). Volgens Bontekoning (2011) en Gaalen (2014) vallen binnen de doelgroep drie generaties. De generatie met de jongste mensen binnen de doelgroep wordt gezien als een flexibele groep die zich makkelijk aanpast aan de omgeving en technologie, tevens speelt zelfstandigheid bij hen een grotere rol. Terwijl de daaropvolgende generatie vooral gericht is het versnellen van kennisdelingen, efficiënt vergaderen en willen leren tijdens het werk. Tot slot is er de oudste groep mensen binnen de doelgroep welke veel empathie hebben voor iedereen. Van nature wordt deze generatie gezien als leiders die de verschillen tussen mensen optimaal kunnen benutten, alleen is het voor hen lastig om samen te werken met mensen uit verschillen culturen.

2.2.2 Pensioenbewustzijn gradaties

Onze prototypes dienen bij te dragen aan het verhogen van pensioenbewustzijn van Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar. Het pensioenbewustzijn (binnen onze doelgroep) is niet bij iedereen gelijk. TNS NIPO



Figuur 4: Pensioenbewustzijn gradaties (Wijzer in geldzaken, 2012)

(Wijzer in geldzaken, 2012) heeft het pensioenbewustzijn onderverdeeld in vier gradaties: volledig pensioenbewust, deels pensioenbewust, deel pensioenonbewust en volledig pensioenonbewust. Pensioenuitvoerders behoren hun deelnemers goed te informeren, maar het blijft de verantwoordelijkheid van de deelnemers om zich te verdiepen in hun eigen pensioen, en indien gewenst zelf acties te

ondernemen om hun pensioen te verbeteren. Het is ernstig dat een deelnemer dit niet altijd zo ervaart (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2012). Mede hierdoor is op 1 juli 2015 de Wet Pensioencommunicatie aangenomen, welke moet leiden tot meer en heldere pensioencommunicatie (Pensioenfederatie, 2015). Naast duidelijke en heldere communicatie vanuit de pensioenuitvoerder is het ook van belang dat de deelnemer deze communicatie op de juiste manier interpreteert (Visser et al., 2010).

2.2.3 Persona's opstellen

De doelgroep zijn mensen van 35 tot 55 jaar, deze groep is divers en behoeftes en wensen verschillen. Om ervoor te zorgen dat de website voor een breed publiek te gebruiken is zijn persona's ontwikkeld. Het ontwikkelen van persona's is een hulpmiddel om de behoefte van gebruikers duidelijk in beeld te brengen en zorgt ervoor dat de website gebruiksvriendelijker en menselijker wordt (Cooper, et al., 2014; Grudin & Pruitt, 2002). Aan de hand van Cooper et al. (2014) zijn er zes persona's opgesteld aan de hand van persoonlijke kenmerken, situatie, scenario en experience om de ontwikkelaar te helpen (appendix B).

2.2.4 Customer journey

Om de kennis over de doelgroep te vergroten stellen we een customer journey op, want dit is een middel om de route in kaart te brengen die een (potentiële) klant aflegt voordat deze tot een handeling overgaat (HM Government, 2016). Het is een visuele, procesgerichte methode voor het conceptualiseren en structureren van ervaringen van mensen (Nenonen et al., 2008).

Figuur 5: Customer journey pensioen product

Aan de hand van modellen van De Groot (2014) en i4Process (2015) hebben we een visuele weergave (figuur 5) van de customer journey van pensioen producten ontwikkeld. De visuele weergave laat zien dat het proces bestaat uit vier delen: oriëntatie, inzicht, advies en conversie. Bij oriëntatie is de eerste stap van bewustwording de meest ingewikkelde, aangezien pensioen onbewust negatieve associaties oproept bij mensen (Vonken & Iking, 2016). Bij het ontwikkelen van de conceptschermen en prototypes is dit een belangrijke stap. De doelgroep dient geprikkeld te worden zodat ze zich bewust worden van hun pensioen, alle stappen van het artefact doorlopen en wanneer nodig iets gaan doen aan hun pensioensituatie. Wanneer men na het invullen van een aantal gegevens direct relevante informatie terugkrijgt, is de kans groter dat ze de stappen van het artefact verder doorlopen. Dan komt men bij het inzicht deel terecht. Hier dienen gegevens over de persoonlijke situatie en wensen ingevuld te worden. Hierdoor sluit de informatie beter aan op de persoonlijke situatie. Het kan namelijk zijn dat je eerder met pensioen wilt of een bepaald inkomen voor ogen hebt na pensionering. Vervolgens worden verschillen scenario's gegeven die aan (kunnen) sluiten op het gewenste doel. De gebruiker zal deze vervolgens met elkaar gaan vergelijken. Na het inzicht komen we bij het advies deel. Hierbij wordt de gebruiker de mogelijkheid geboden om (online) advies in te winnen. Op deze manier kunnen alle vragen die er nog zijn beantwoord worden. Tot slot komen we dan bij conversie. In dit deel sluit de gebruiker het product af of is deze te weten gekomen dat de huidige maatregelen goed aansluiten op de behoeftes na de pensionering.

Het proces zoals beschreven in de customer journey pensioen producten is het proces dat het grootste deel van de persona's zal doorlopen. Dit betekent niet dat de persona's gedurende deze reis bij jouw organisatie blijven. Om de persona's en customer journey goed tot hun recht te laten komen is het van belang om het gedrag van mensen te snappen. Het gedrag wordt in de volgende paragraaf uitgelegd.

2.3 Bewustzijn van mensen

Volgens Soest en Prast (geciteerd in Vonken & Iking, 2016) is slechts 30% van de Nederlanders zich bewust van zijn pensioen. Om dit getal significant te kunnen verhogen is het van belang dat we ook kijken naar bewustzijn. Momenteel wordt pensioen namelijk ervaren als een complexe materie, waar mensen weinig van snappen (Vonken & Iking, 2016). Om het bewustzijn van mensen duidelijk in beeld te krijgen kijken we eerst breder naar het begrip bewustzijn kijken. Daarna kijken we naar het voorspellen van gedrag aan de hand van pensioenbewustzijn en tot slot worden de verschillende generaties binnen de doelgroep bekeken.

2.3.1 Bewustzijn

Filosofen zien bewustzijn als iets raadselachtigs in het (menselijk) brein (Dennett, 1993; Tuijl), terwijl Maslow het ziet als een groeistadia op de weg naar bewustwording en bewustzijn. Net als bij pensioenbewustzijn is bewustzijn te verdelen in verschillende gradaties. Het leerproces van bewustzijn dat Maslow heeft gecreëerd bestaat uit vier stappen (Adams, 2016);

1. Onbewust onbekwaam; je bent je niet bewust dat je iets niet weet.
2. Bewust onbekwaam; je bent je bewust dat je onbekwaam bent met iets.
3. Onbewust bekwaam; je ontwikkelt een vaardigheid op dat gebied, maar moet er nog over nadenken.

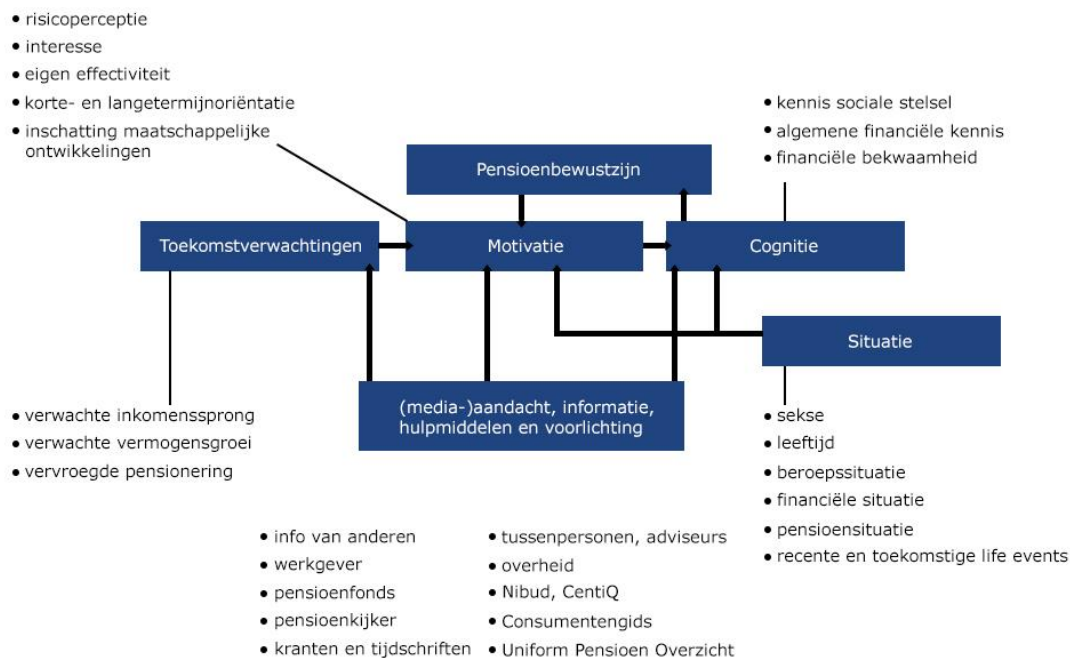
4. Bewust bekwaam; je bent je volledig bewust ervan en doet er iets mee.

Volgens Maslow (MBDi, 2016) ontwikkelen individuen alleen een competentie als ze de relevantie ervan begrijpen en zich hierin herkennen. Momenteel is dit bij pensioenen voor de meeste mensen niet het geval. Om het bewustzijn te meten die het prototype oproept is het belangrijk dat het bewustzijn vooraf en achteraf wordt gemeten. Dit wordt gedaan aan de hand van een vragenlijst, welke achteraf met elkaar worden vergeleken. Op deze manier kan er gemeten worden welke prototype het beste aansluit bij het verhogen van het pensioenbewustzijn van 35 tot 55-jarige Nederlanders (Digi.TV, 2012).

2.3.2 Gedrag voorspellen

Gedrag zit diep genesteld in de mens en er zijn verschillende aspecten die invloed hebben op de interpretatie van informatie en het handelen van mensen (Broucke, 2008). Om de gedragsverandering te weeg te brengen dient als eerste het pensioenbewustzijn aangepakt te worden, als mensen zich er niet bewust van zijn zal het gedrag ook niet veranderen (McGuire, geciteerd in Maibach, 1993). Van Raaij (Wijzer in geldzaken, 2009) heeft aan de hand het MAO-model een model ontwikkeld dat aansluit bij de wijze waarop pensioenbewustzijn kan worden onderbouwd. Volgens het model (figuur 6 **Fout! Verwijzingsbron niet gevonden.**) wordt pensioenbewustzijn gevoed door motivatie en cognitie.

Met behulp van een artefact willen we mensen informeren en voorlichten over hun pensioen. Dit doen we door mensen hun persoonlijke situatie te laten invullen en wensen voor de toekomst op te laten geven. Hierdoor wordt pensioen tastbaarder en kunnen ze zich beter oriënteren op de lusten en lasten op korte en lange termijn, die hun gewenste pensioen met zich mee brengt. Daarnaast is het van belang dat het artefact laagdrempelig is voor mensen. Dit bereiken we door de financiële termen begrijpelijk te maken en uit te leggen waar nodig. Op deze manier is het artefact voor een breder publiek bereikbaar en dit leidt tot een groter pensioenbewustzijn (Wijzer in geldzaken, 2009).



Figuur 6: Pensioenbewustzijn model (Wijziging in geldzaken, 2009)

Onder motivatie verstaan we de interesse in het pensioenbewustzijn. Is de gebruiker uit zichzelf hiermee bezig, zo ja gaat het dan om korte- of lange termijnorientatie op het gebied van pensioen. Daarnaast staat het huidige pensioenstelsel onder druk, is de gebruiker zich hier van bewust en wordt ernaar gehandeld of

verwacht deze dat het wel goed komt. Dit alles heeft direct te maken met het pensioenbewustzijn, toekomstverwachtingen en cognitie. De toekomstverwachtingen gaat over het inkomen dat de gebruiker verwacht en wenst te hebben na pensionering. Ook als de gebruiker eerder met pensioen wil dan de pensioengerechtigde leeftijd heeft dit invloed op het inkomen. Met de cognitie wordt de financiële kennis bedoeld en de bekwaamheid (financiële mogelijkheden, tijd, fysieke capaciteit en mentale middelen). Aan de toekomstverwachting, motivatie en cognitie zit (media-) aandacht, informatie, hulpmiddelen en voorlichting. In dit onderzoek zal het ontwikkelen van een artefact centraal staan. Hierbij staat de situatie van mensen centraal, welke is gekoppeld aan motivatie en cognitie. Vanuit de situatie kijken we naar persoonlijke informatie en werksituatie, maar ook het gedrag en wat gamification hier voor een invloed op kan hebben. Deze informatie wordt gebruikt als startpunt van het artefact. De toegevoegde waarde van het model voor het onderzoek is dat het benadrukt hoe de verschillende punten met elkaar acteren en hoe deze punten onderbouwd dienen te worden.

2.4 Schermelementen

Een doeltreffend schermontwerp maakt gebruik van het samenspel tussen functie en esthetiek door middel van verschillende elementen. Het gaat hierbij om de elementen; oriëntatie, navigatie, informatie, schermlayout en interactie (Thissen, 2004, pp. 20-21).

2.4.1 Oriëntatie en navigatie

Oriëntatie-elementen zorgen ervoor dat de gebruiker weet waar hij is, terwijl navigatie-elementen de gebruiker helpen om zich te bewegen op het de website en te zorgen dat deze zich kan verplaatsen naar specifieke gebieden (Thissen, 2004, p. 21). Volgens Spool et al. (Thissen, 2004, pp. 78-85) is het voordeel van de elementen dat ze makkelijk worden herkend, maar het nadeel dat dit niet altijd ten goede komt van de inhoud. Hierdoor kan het onduidelijk worden hoe er genavigeerd dient te worden. Het gebruik van visuele elementen zorgt ervoor dat de gebruiker zich beter kan oriënteren, mits de elementen, duidelijk, eenvoudig en makkelijk te onthouden zijn (Thissen, 2004; Visser, Oosterveld, & Kloosterboer, 2012).

2.4.2 Informatie

Topicus en TNO NIPO (Negro, 2016; Visser et al., 2012) geven aan dat mensen het belangrijk vinden om gepersonaliseerde informatie te ontvangen in duidelijk taal. Daarnaast spreekt een pensioendashboard aan als de informatie in één oogopslag duidelijk is, teksten worden namelijk niet snel gelezen. Toch wil de gebruiker niet te veel geïnformeerd worden over de risico's, aangezien dit alleen voor onrust en machteloosheid zorgt (Thissen, 2004, pp. 90-141).

2.4.3 Schermlayout

Bij de schermlayout is het van belang dat gebruikers het ervaren als een gestructureerd scherm dat bestaat uit verschillende elementen. Dit zorgt voor meer begrip bij de gebruiker en deze zal dan ook sneller op de individuele punten klikken. Een ongeordende structuur vraagt veel meer inspanning van een gebruiker en de gebruiker zal dan ook sneller afhaken. Balans tussen de verschillende elementen op het scherm is dan ook van belang aangezien het interessant moet zijn, maar ook leuk weergegeven dient te worden en niet te veel te vragen van de gebruiker (Chang, Dooley, & Tuovinen, 2002).

Bij het ontwikkelen van de schermen dient er op verschillende punten te worden gelet (Thissen, 2004, pp. 144-167):

- Aanwezigheid van balans in de schermopmaak.
- Duidelijk onderscheid zichtbaar tussen de voor- en achtergrond.
- Plaatjes dienen door iedereen op dezelfde wijze geïnterpreteerd te worden.

- Er moet harmonie heersen tussen de verschillende elementen.

2.4.4 Interactie

Tegenwoordig verwachten mensen dat een website niet alleen maar informatie geeft, maar dat er interactie plaatsvindt met de doelgroep. Er is dus een verandering waarneembaar van eenrichtingsverkeer naar tweerichtingsverkeer (Loorbach, 2010). Het is belangrijk om te weten wat mensen motiveert om ervoor te zorgen dat ze het gewenste gedrag gaan vertonen. Met behulp van gamification en serious gaming kan dit getriggerd worden. Gamification is het gebruiken van spelelementen in een niet-spel context (Groh, 2012), terwijl bij serious gaming (digitale) spellen worden gebruikt voor andere doeleinde dan alleen voor entertainment (Susi, Johannesson, & Backlund, 2007). Beide worden op grote schaal gebruikt voor het verhogen van de interactie en betrokkenheid van gebruikers (Hsu, Chang, & Lee, 2013; Laren, sd). Hoe realistischer de situatie, hoe groter de kans dat de gebruiker iets met deze informatie gaat doen (Berg, 2014).

Dit sluit aan bij het doel van gamification om mensen zichzelf te laten motiveren en dit draagt bij aan het verhogen van het bewustzijn (Hamari & Koivisto, 2013). Toch moeten we bewust zijn van het feit dat gamification niet automatisch motivatie of betrokkenheid creëert. Het is van belang dat mensen het belang van pensioenbewustzijn inzien en met behulp van gamification kun je dat extra zetje geven. Het gebruik van spelelementen moet dus een toegevoegde waarde hebben, geschikt zijn voor de context en niet het doel verstoren (Kim, 2015).

2.5 Samenvatting

Het huidige pensioenstelsel is opgebouwd uit drie pijlers: AOW, collectieve pensioenopbouw en individuele pensioenopbouw. De hoogte van je te ontvangen pensioen hangt samen met deze pijlers, veranderingen in werkomgeving en privésituatie, maar ook met veranderingen die de overheid doorvoert met betrekking tot het pensioenstelsel. De doelgroep 35 tot 55 jaar is gekozen, omdat deze mensen nog invloed hebben op hun pensioen en er bewust mee bezig kunnen gaan. We onderscheiden vier gradaties van pensioenbewustzijn, alle vier komen voor in deze doelgroep; vinden; volledig pensioenbewust, deel pensioenbewust, deels pensioenonbewust en pensioenonbewust. Om ervoor te zorgen dat bij het ontwikkelen van de artefact iedereen mee genomen wordt binnen deze doelgroep hebben we zes persona's opgesteld en is de gehele customer journey uitgestippeld.

In het onderzoek willen we het pensioenbewustzijn vergroten, met name door mensen te motiveren om zich bezig te houden met hun pensioen. Het doel is om mensen te informeren en voor te lichten over hun pensioen via een artefact, rekening houdend met toekomstverwachtingen en de persoonlijke situatie.

Tot slot is er gekeken naar schermelementen die zorgen voor schermontwerpen welke efficiënt zijn. Oriëntatie en navigatie elementen zorgen ervoor dat de gebruiker weet hoe hij moet bewegen over de website en de specifieke gebieden kan vinden. Gepersonaliseerde informatie met weinig tekst en veel plaatjes zorgt ervoor dat mensen minder snel afgeleid zijn. Dit alles moet op een gestructureerd scherm worden weergegeven. Daarnaast verwachten mensen tegenwoordig interactie op een website. Dit kan doormiddel van gamification plaatsvinden.

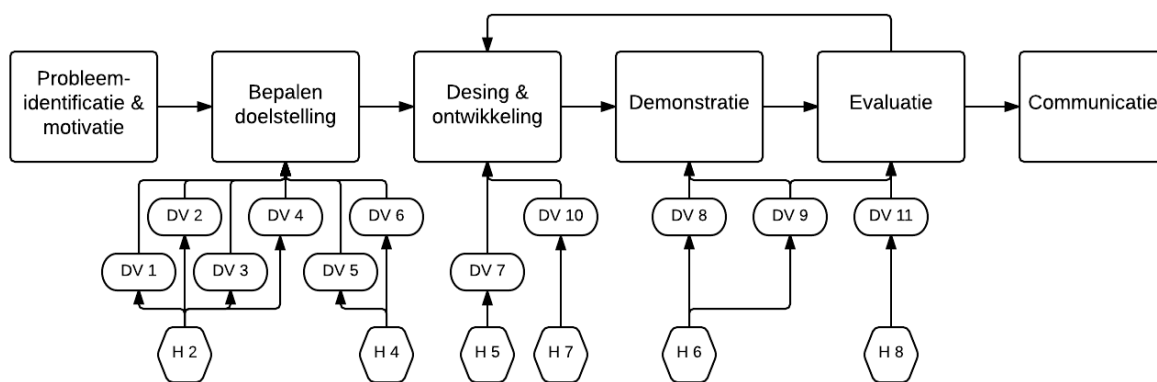
In het volgende hoofdstuk wordt de methodiek beschreven die in het vervolg van het onderzoek wordt toegepast om de in dit hoofdstuk beschreven theorie toe te passen bij de ontwikkeling van schermen.

3 Methodiek

In dit hoofdstuk komt de aanpak van dit onderzoek ter sprake. In hoofdstuk 1 is al aanbod gekomen dat het onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van het DSRM-model. In dit hoofdstuk worden de onderzoeksvragen uitgelegd en de methode die wordt gebruikt om data te verzamelen. Daarna komen de onderzoekdoelstellingen aan bod met de gebruikte methodes.

3.1 Onderzoeksvragen en methodiek

Aan de hand van het DSRM-model en de fases zijn de onderzoeksvragen opgesteld. In figuur 7 staat de structuur van dit onderzoek met behulp van het DSRM-model uitgelegd. De fase communicatie valt volledig buiten de scope van dit onderzoek, aangezien we ons beperken tot het ontwikkelen en testen van conceptschermen en prototypes. Vervolgens wordt de aanpak van de DVen beschreven.



Figuur 7: Structuur aan de hand van het DSRM-model (Peffer et al., 2007)

DV1. Hoe ziet het pensioenstelsel eruit in Nederland?

Deze DV wordt behandeld in de fase 'probleemidentificatie & motivatie'. Om inzicht te kunnen creëren in het pensioenstelsel is het van belang om te weten hoe het huidige stelsel eruitziet.

DV2. Wat zijn de karakteristieken voor personen tussen de 35 en 55 jaar?

Bij de fase 'bepalen doelstelling' sluit deze DV aan. Om ervoor te zorgen dat het prototype goed aansluit bij de doelgroep is het van belang om de gedachtegang van de gebruiker te begrijpen. De doelgroep wordt gedefinieerd aan de hand van interviews binnen Topicus. Vervolgens worden de pensioenbewustzijn gradaties beschreven aan de hand van literatuur. Daarnaast worden persona's gecreëerd met behulp van de user experience (UX) designer binnen Topicus. Tot slot wordt een customer journey voor pensioenproducten uitgewerkt. Deze wordt ontwikkeld aan de hand van bestaande modellen.

DV 3. Hoe hebben bewustzijn en gedrag invloed op mensen binnen de doelgroep?

Deze DV behoort in de fase 'bepalen doelstelling' en wordt onderzocht vanuit de literatuur. Om het bewustzijn van mensen binnen de doelgroep te begrijpen verdiepen we ons allereerst in bewustzijn in de breedste zin van het woord. Vervolgens gaan we kijken naar het gedrag van mensen met behulp van het pensioenbewustzijn model. Dit is nodig om de aanpak te bepalen en later in het onderzoek de conceptschermen en prototypes te onderbouwen.

DV4. Welke elementen dragen bij aan het verhogen van de klantbeleving?

Deze DV past bij de fase ‘bepalen doelstelling’, omdat het gaat over de samenhang van elementen die leiden tot een effectieve schermontwerpen. Deze elementen worden bepaald aan de hand van literatuur.

DV5. Wat is het huidige marktaanbod dat moet leiden tot een hoger pensioenbewustzijn?

Deze DV past binnen de fase ‘bepalen doelstelling’. Het marktaanbod van apps en website wordt kort beschreven. De social mediakanalen en het gebruik van gamification worden onderzocht doormiddel van het doorzoeken van het internet.

DV6. Hoe spelen andere bedrijven, met behulp van gamification, in op het bewustzijn van mensen?

Bij deze DV focussen we ons op de fase bepalen ‘doelstelling’. Door het vergelijken van bestaande campagnes onderzoeken we op welke wijze deze bedrijven inspelen op het bewustzijn van mensen.

DV7. Hoe zien de conceptschermen eruit en waarom zijn ze op deze manier ontwikkeld?

Deze vraag sluit aan bij de ‘design en ontwikkeling’ fase van het model. Na het onderzoek over visuele weergaves gaan we de schermen ontwikkelen. Aan de hand van de lijst met opgestelde kenmerken uit de literatuur worden verschillende schermen ontwikkeld. De schermen worden door een designer ontwikkeld in het programma Sketch.

DV8. Hoe worden de conceptschermen door de selectie uit de doelgroep ervaren?

Deze DV behoort bij de fases ‘demonstratie en evaluatie’. Tijdens en na de demonstratie hebben de gebruikers de mogelijkheid om hun mening over de schermen aan te geven. De schermen die worden voorgelegd zijn ontwikkeld in dit onderzoek. De schermen worden digitaal voorgelegd, aangezien dit ook de wijze zal zijn waarop ze worden gepresenteerd. Daarnaast worden de gehele demonstratie en evaluatie opgenomen, zodat het teruggeluisterd kan worden en we de feedback hieruit kunnen verwerken.

DV9. Hoe ervaren de experts de conceptschermen?

De DV behoort in de fases ‘demonstratie en evaluatie’. De conceptschermen en schermen van een bestaande tool worden ook aan de experts (medewerkers van Topicus.Finance) voorgelegd om te vragen wat hun eerste indruk hierover is. Tijdens de demonstratie vindt ook de evaluatie plaats van de schermen. De vragen en aanpak zijn hetzelfde als bij DV8.

DV10. Welke ontwerpen leiden tot de beste klantbeleving en wat is daar de reden van?

Na de evaluatie op de conceptschermen itereren we naar de fase ‘design en ontwikkeling’. De conceptschermen die het beste beoordeeld zijn worden in samenwerking met de designer doorontwikkeld. Voor het ontwikkelen van de prototypes worden de programma’s Sketch, Photoshop en InVision gebruikt.

DV11. Hoe hebben de prototypes invloed op het bewustzijn en gedrag van de selectie uit de doelgroep?

Deze werkende prototypes worden getest in de fases ‘demonstratie en evaluatie’. Om het bewustzijn te meten wordt de selectie uit de doelgroep verdeeld in twee groepen van 6 personen. Zowel voor, als na het doornemen van het prototype dient een survey ingevuld te worden. Deze survey meet of het bewustzijn van de gebruiker is verhoogd na het zien van het prototype. Op basis van de resultaten van de surveys wordt onderzocht welk prototype het beste bijdraagt aan het pensioenbewustzijn van de doelgroep.

3.2 Onderzoeksdoelstelling

Om het onderzoeksdoel te behalen maken we gebruik van verschillende methodes. De methodes die voorbijkomen zijn literatuurstudie, interviews en surveys. De resultaten hiervan leiden tot conceptschermen en prototypes. Tot slot volgt de validatie van het onderzoek.

3.2.1 Literatuurstudie

Een literatuurstudie is een “systematische studie op basis van wetenschappelijke literatuur en andere documenten om een wetenschappelijke vraagstelling te beantwoorden” (Encyclo, 2016). Zoals te zien in de structuur van het onderzoek (**Fout! Verwijzingsbron niet gevonden.** 1) zijn er op diverse vlakken literatuurstudies te vinden, het gaat hierbij om achtergrondinformatie (hoofdstuk 2), methodiek (hoofdstuk 3), prikkelen van mensen (hoofdstuk 4) en de discussie (hoofdstuk 9). Er is gekozen voor het plaatsen van de literatuur bij de verschillende onderdelen en niet om de literatuur samen te voegen in één hoofdstuk. Er is voor deze wijze gekozen omdat de literatuur een brede scope heeft. Door het plaatsen van de literatuur bij het betreffende onderwerp kunnen de theorie en praktijk direct worden gekoppeld. Dit leidt tot een concreter en duidelijker beeld en sluit aan bij het DSRM-model.

3.2.2 Interviews

Interviews zijn gericht op het inwinnen van informatie over wat er bij een bepaalde doelgroep leeft en waarom. De reden dat wij interviews afnemen is omdat we achter bewuste en onbewuste motivaties willen komen van mensen binnen de doelgroep. Het van belang dat de onderzoeker geen invloed uitoefent op het onderzoek (Bryman, 2006). De vragen die worden gesteld tijdens de interviews zijn in samenspraak met de UX-designer opgesteld, aangezien deze persoon weet op welke manier je de minste invloed uitoefent op de respondenten. We hebben gekozen voor meningsvragen, aangezien we de eerste indruk van het scherm willen weten. Er is geen goed of fout antwoord op deze vragen, er wordt puur naar de mening gevraagd van de persoon die de schermen te zien krijgt. De antwoorden kunnen verschillen, dit heeft onder andere te maken met persoonlijke smaak, ervaring, achtergrond en opleiding (Horai, Naccari, & Fatoullah, 1974).

3.2.3 Survey

Survey worden in dit onderzoek gebruikt om bewustzijn te meten. We maken in dit onderzoek gebruik van een kwalitatieve survey aan de hand van gesloten en open vragen. De gesloten vragen zijn opgesteld om het bewustzijn vooraf en achteraf te meten. Er is gekozen voor open vragen zodat de selectie uit de doelgroep kan uitleggen waarom volgens hen bepaalde dingen wel of niet bijdragen aan het bewustzijn (Jansen, 2005). De open vragen zijn opgesteld in samenspraak met de UX-designer. Later in het proces gaan we specifiek in op de gestelde vragen.

3.2.4 Conceptschermen en prototypes

De literatuur en interviews zorgen dat de input geleverd wordt voor de behoefte en wensen van de doelgroep. Deze informatie wordt gebruikt om de conceptschermen uit te werken tot uiteindelijk enkele werkende prototypes. Voor het ontwerpen van de conceptschermen is Sketch gekozen, omdat het gebruikelijke programma is van de grafisch designer. InVision en photoshop worden gebruikt om prototypes te maken waarbij het mogelijk is om er doorheen te klikken.

3.2.5 Validatie

In hoofdstuk 9 gaan we het onderzoek valideren. Hierbij wordt de gehele methodiek nogmaals doorlopen en gevalideerd. Er wordt dan onderzocht of het onderzoek voldoet aan het beoogde doel. Dit wordt gedaan de hand van Wieringa (2014).

3.3 Samenvatting

Dit onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van het DSRM-model. Er is voor dit model gekozen omdat er uiteindelijk artefacten worden ontwikkeld en deze methode hiervoor een goede wetenschappelijk methode is. Aan de hand van het DSRM-model wordt ervoor gezorgd dat de onderzoeker het artefact begrijpt en kan optimaliseren in de juiste context.

Om de hoofdvraag te beantwoorden zullen we verschillende fases van het DSRM-model doorlopen in de volgende volgorde:

- Probleemidentificatie & motivatie
- Bepalen doelstelling
- Design & ontwikkeling
- Demonstratie
- Evaluatie
- Design & ontwikkeling
- Demonstratie
- Evaluatie

In deze fases wordt gebruikt gemaakt van verschillende methodes. De methodes die wij gebruiken zijn een literatuurstudie, afnemen van interviews en surveys, ontwikkeling van conceptschermen en prototypes en validatie.

4 Bepalen doelstelling – Mensen stimuleren

In dit hoofdstuk gaan we ons verdiepen in de manier waarop mensen worden gestimuleerd. Vanuit de DSRM worden twee van de drie doelstelling behaald in dit hoofdstuk; voortbouwen op eerdere literatuur en een template ontwikkelen (Peffer et al., 2007). Allereerst kijken we naar het aanbod van applicaties, websites en via social mediakanalen (appendix C). Tot slot kijken we naar het gebruik van gamification.

4.1 Aanbod van apps

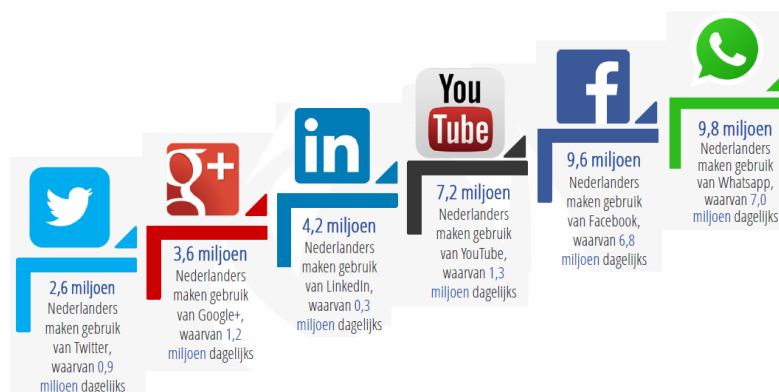
Er zijn twee soorten applicaties met elkaar vergeleken; apps van pensioenuitvoerders en apps van externen. Bij de apps zijn de pensioenapp van Aegon en van Nationale Nederlanden met elkaar vergeleken. De apps van externen zijn apps van bijvoorbeeld bedrijven die onlineproducten ontwikkelen, maar niet gespecialiseerd zijn op het financiële vak. Beide hebben apps in de stores staan welke niet meer voldoen aan de huidige wet- en regelgeving. Bij de pensioenuitvoerders zijn de apps eind 2015 voor het laatst bijgewerkt. Bij de externen is dit in de meeste gevallen enkele jaren geleden, aangezien deze vaak één keer wordt gebouwd en vervolgens niet of nauwelijks meer wordt bewerkt. Wanneer de app niet up-to-date is kan dit de reputatie en betrouwbaarheid van het bedrijf schaden (Apple, 2016; Google, 2016).

4.2 Aanbod via websites

Bij het onderzoeken van websites hebben we ons beperkt tot websites van de overheid, vervolgens websites van de pensioenuitvoerders Aegon en Nationale Nederlanden en tot slot de website van het kenniscentrum (Aegon, 2016; Mijnpensioenoverzicht.nl, 2016; Nibud, 2016; NN group, 2016). Voor de websites is het lastiger vast te stellen wanneer deze voor het laatst zijn bewerkt. Maar de officiële, informatieve kanalen van de overheid en de Stichting Pensioenregister worden sneller voor waar aangenomen. De officiële kanalen worden gezien als informatief en adviserend.

4.3 Aanbod via social mediakanalen

“Social media is de verzamelnaam voor alle websites waarbij de gebruiker (en niet een redactie) zelf de waarde van de website creëren” (Encyclo, 2016). Uit het onderzoek Nationale Social Media Onderzoek van Newcom blijkt dat de grootste platformen van 2016 WhatsApp, Facebook, YouTube, LinkedIn, Google+ en Twitter zijn (figuur 8). WhatsApp is het grootste platform, aangezien WhatsApp een berichtenservice is laten we deze buiten beschouwing. Aangezien dit onderzoek gericht is op de Nederlandse markt, gebruiken we de zoekterm ‘pensioen’ en zullen we ons ook beperken tot informatie die beschikbaar is in het Nederlands op de verschillende platformen (Veer, Sival, & Meer, 2016).



Figuur 8: meest gebruikte social mediaplatformen (van der Veer et al., 2006)

De verschillende social mediakanalen komen met elkaar overeen dat de manier van informatie verstrekken vooral passief is. Er wordt doorverwezen naar artikelen en andere websites, maar de gebruiker van het platform wordt niet getriggerd. Natuurlijk zullen er uitzonderingen te vinden zijn, maar deze komen

niet naar boven bij de zoekresultaten. Het aanbod is dan ook niet erg bruikbaar voor dit onderzoek.

4.4 Gebruik van gamification

Gamification is het gebruik van spelelementen en -technieken, in een niet-spel omgeving. Het voordeel van gamification is het de interesse van gebruikers kan wekken over onderwerpen die normaal niet als interessant worden gezien (Hrčková & Garaj, 2015). Er zijn ook mensen die in gamification geen toegevoegde waarde zien, aangezien volgens hen het toevoegen van een bijvoorbeeld badges of punten de ervaring niet leuker maakt. Aan het artefact willen wij spelelementen toevoegen, aangezien het om de financiële situatie gaat worden badges en punten niet gezien als elementen van toegevoegde waarde. We zullen ons dan ook gaan richten op gamification die is gericht op de intrinsieke motivatie, ook wel betekenisvolle gamification genoemd (Larsson, 2015).

Volgens Rigby (2015) komt de groei van gamification door het feit dat macht en verantwoordelijkheden worden verplaatst van bedrijven naar individuele personen. Dit zie je ook bij de veranderingen van het pensioenstelsel in Nederland gebeuren. Het is van belang dat de individuele gebruiker wordt benaderd en deze heeft behoefte aan een andere soort inzicht en motivatie. Momenteel zijn er genoeg bedrijven, die op verschillende manier gamification inzetten. Neem het Amerikaanse leger, welke vanaf 2002 via gamification nieuwe rekruten aantrekt en het algemene bewustzijn vergroot omtrent de werkzaamheden die strijdkrachten dagelijks leveren (Department of Defence, 2016). Een ander voorbeeld is codeacademy, hierbij wordt gewerkt met een beloningssysteem, om te leren hoe je een website moet bouwen en diverse programmeertalen eigen kunt maken (Codeacademy, 2016). Om echt te begrijpen hoe gamification op een succesvolle manier een diepere waarde creëert en blijvende betrokkenheid bereikt, moeten we motivatie vanuit de gebruiker begrijpen (Rigby, 2015).

4.5 Samenvatting

Allereerst hebben we het huidige marktaanbod met elkaar vergeleken. Hierbij zien we op het gebied van apps dat dat deze niet up-to-date zijn en dus ook niet aan de huidige wet- en regelgeving voldoen. Voor websites is dit lastiger vast te stellen, hierbij gaat de gebruiker ervan uit dat officiële, informatieve kanalen wel up-to-date zijn. Wanneer er gekeken wordt naar het aanbod van social mediakanalen zien we dat deze manier van informeren vooral eenrichtingsverkeer is. Hierbij wordt de gebruiker in de meeste gevallen alleen van informatie voorzien en niet getriggerd.

Daarna hebben we gekeken naar het gebruik van gamification. De laatste jaren wordt gamification steeds populairder en wij richten ons op betekenisvolle gamification, hierbij gaat het om intrinsieke motivatie. Het Amerikaanse leger gebruikt, zeer succesvol al jaren gamification om nieuwe rekruten te werven. De andere website, codeacademy, leert mensen op een speelse wijze hoe websites gebouwd moeten worden en hoe verschillende programmeertalen opgebouwd dienen te worden. Om ervoor te zorgen dat gamification echt een toegevoegde waarde biedt, is het van belang om de motivatie van de gebruiker te begrijpen.

4.6 Discussie

In dit hoofdstuk komt naar voren dat wanneer Topicus gebruik wil maken van een app dat het van belang is dat deze regelmatig bij wordt gewerkt. Een app die niet up-to-date is wordt sneller door de consument ervaren als niet betrouwbaar en zal dus niet gebruikt worden. Daarnaast kan dit ook de betrouwbaarheid van het bedrijf aantasten. Wanneer een website wordt gebruikt zal minder snel achterhaald worden wanneer deze voor het laatste is aangepast, hierdoor zal een website langer betrouwbaar aanvoelen.

In het volgende hoofdstuk gaan we bovenstaande informatie omzetten in schermen en komen de ontwikkelde conceptschermen aan bod.

5 Design & ontwikkeling - Conceptschermen

Voor het ontwikkelen van de conceptschermen hebben we vier concepten bedacht, die allemaal vanuit een ander standpunt het begrip pensioen benaderen. Van ieder concept zijn een of twee schermen ontwikkeld, die een indruk geven over van het te ontwikkelen prototype. Bij elk concept wordt kort de gedachtegang uitgewerkt. Vervolgens worden deze onderbouwd vanuit de eerder behandelde literatuur, zoals wordt aanbevolen in het DSRM (Peffers et al., 2007) Tot slot worden de conceptschermen weergegeven.

Om de schermen te laten voelen als een echte website zijn ze ontwikkeld binnen het framework van een website met een eigen huisstijl en naam. De naam die de website draagt is Retiremind, dit is een samenvoeging van retirement en mind. Pensioenbewustzijn is wat uiteindelijk willen creëren.

5.1 Ontwikkeling van de concepten

De doelgroep waarvoor de conceptschermen zijn ontwikkeld bevat veel verschillende mensen, die dingen op verschillende manieren aanvliegen en interpreteren. Om tegemoet te komen aan de diverse groep mensen zijn de concepten allemaal vanuit een ander standpunt ontwikkeld. Twee concepten staan haaks op elkaar door de ene vanuit het nu kijkt en de ander vanuit de toekomst. Een ander concept is heel strak en zakelijk, terwijl je bij het laatste concept juist vergeleken wordt met andere mensen. Deze ideeën zijn tot stand gekomen door je in te leven in de verschillende persona's (appendix B). Alle ontworpen schermen zijn in het pensioenbewustzijn model (Wijzer in geldzaken, 2012) te koppelen aan het punt hulpmiddelen.

Voor het ontwikkelen van de schermen zijn schetsen met de informatie en het gevoel aan de designer aangeboden. Deze heeft dit vervolgens vertaald naar de schermen. De vier concepten worden apart behandeld waarbij allereerst de schermen inhoudelijk worden besproken en vervolgens wordt dit onderbouwd aan de hand van eerder behandelde literatuur.

5.2 Concept 1

Pensioen gaat over de toekomst en de toekomst is dan ook het uitgangspunt van het eerste concept. Allereerst geeft de gebruiker zijn toekomstdroom weer en vervolgens wordt het pad uitgestippeld wat hiervoor doorlopen dient te worden om uiteindelijk een balans te krijgen bij het verwachte inkomen en gewenste inkomen na pensionering. Om deze balans te bereiken wordt eronder de mogelijkheid geboden om te spelen met de bedragen, hierdoor ziet de gebruiker direct wat de invloed is op zijn pensioenopbouw.

5.2.1 Schermen

Het eerste scherm van concept 1 is het startscherm (figuur 9), hierbij staat direct de toekomst centraal. De gebruiker kan uit drie toekomstbeelden kiezen, momenteel heeft dit nog geen invloed op de stappen en valt het buiten de scope. Doormiddel van verder onderzoek kan er berekend worden hoeveel een gebruiker nodig heeft voor het pensioen wanneer deze soberder, hetzelfde of luxer wil leven dan nu.

Daarnaast is het overzichtsscherm (figuur 10) ontwikkeld waarbij de balans van het verwachte en gewenste netto-inkomen per maand visueel wordt weergegeven. Mocht de balans niet in evenwicht zijn kunnen door aanpassingen in de werkuren en/of het geld sparen per maand de balans worden herberekend. Onder de balans wordt in woorden weergegeven of er evenwicht is behaald of niet, maar dit is ook te zien aan de kleur van de balans (groen/rood).

Figuur 9: Eerste scherm van concept 1

Figuur 10: Overzichtsscherm concept 1

5.2.2 Onderbouwing

De gedachtegang die centraal staat bij het eerste concept is dat de toekomstvisie visueel wordt weergegeven met behulp van gamification. Tevens heeft de gebruiker weinig (financiële) kennis nodig om deze website in te kunnen vullen.

Doormiddel van een toekomstvisie dient de gebruiker na te denken over de toekomstverwachting. Door dit visueel te maken met enkele kernwoorden wordt het tastbaar. Mensen hoeven bij stap 1 nog niet pensioenbewustzijn te zijn, maar dienen wel geprikkeld te worden om verder te willen kijken. Wanneer de balans niet in evenwicht is dienen mensen (tijdens het proces) genoeg geprikkeld te zijn om er werkelijk iets aan te gaan doen. Dit gaan we dan ook testen tijdens de tweede testronde in hoofdstuk 8. Op deze wijze willen we inspelen op het pensioenbewustzijn, ook spelen we in op de motivatie door gebruikers hun eigen gegevens in te laten vullen en hierdoor in te spelen op de persoonlijke situatie.

Kijkende vanuit het samenspel van de schermelementen zien we bovenin de navigatie, deze is beperkt. Maar door op het eerste scherm te klikken op je toekomstvisie ga je automatisch door naar het volgende scherm. De gebruiker kan er dan ook voor kiezen om eerst het nu in te vullen en daarna pas de toekomst, aangezien er geen duidelijk stappenplan is aangegeven. Daarnaast proberen we de schermen met visuele weergaves aantrekkelijk te maken. Bij het overzicht is een balans weergegeven, hiermee wordt visueel duidelijk gemaakt of de gebruiker zijn verwachte en gewenste inkomen na pensionering in balans zijn. Mocht dit niet het geval zijn, dan is het mogelijk om aan te geven of je je werkuren wil aanpassen en/of extra geld opzij wil zetten maandelijks. Vervolgens kan het evenwicht herrekend worden. Deze balans is het spelelement in dit concept en heeft als doel mensen te motiveren om hun financiën na pensionering in overeenkomst te hebben met het gewenste netto-inkomen per maand. Hiervoor is geen diepe financiële kennis nodig.

5.3 Concept 2

Bij het tweede idee zien we pensioen als iets statisch, het heeft te maken met de financiële situatie en dit wordt strak weergegeven voor de gebruiker. Deze website is informatief en het prikkelen van de gebruiker dient vanuit de gebruiker zelf te komen.

5.3.1 Scherm

Bij dit concept is alleen het overzichtsscherm (figuur 11) ontwikkeld waarop het staafdiagram in één oogopslag een beeld geeft of het toekomstdoel overeenkomt met het verwachte opgebouwde pensioen.

Figuur 11: Overzichtsscherm concept 2

5.3.2 Onderbouwing

In dit concept wordt er naast een informatief staafdiagram geen gebruik gemaakt van visuele weergaves. In dit concept worden gebruikers amper geprikkeld, er zal veel ingevuld dienen te worden, maar dit leidt dan ook tot een specifieke uitkomst.

De toekomstverwachtingen worden niet direct geprikkeld bij het openen van de website, deze dienen wel in het stappenplan te worden ingevuld. De navigatie in het scherm is erg duidelijk, alle stappen die doorlopen dienen te worden staan aan de linkerkzijde weergegeven. Wanneer een stap volledig is ingevuld zal er een vinkje voor worden geplaatst en wordt er automatisch doorgegaan naar de volgende stap. Aan het einde bij het inzicht is het mogelijk om veranderingen door te voeren, dit kan op twee manieren. Enerzijds kan de gebruiker op een van de stappen aan de linkerkzijde klikken en anderzijds is het mogelijk om de knop 'Wat kan ik hieraan doen?' te gebruiken. Om ervoor te zorgen dat de informatie zo

gepersonaliseerd mogelijk is, dient de gebruiker veel informatie in te vullen. Hierdoor zullen veel invulvelden zichtbaar worden op het scherm en dit kan de gebruiker afschrikken.

5.4 Concept 3

In concept 3 kijken we vanuit het nu en doorlopen verschillende stappen, welke uiteindelijk leiden naar de pensionering (toekomst). Met kleine prikkelingen worden mensen gemotiveerd om alle stappen te doorlopen en uiteindelijk ze tot de gewenste pensioensleeftijd met het netto inkomen dat ze per maand te besteden hebben.

5.4.1 Schermen

Het eerste scherm (figuur 12) geeft direct en duidelijk de stappen weer die doorlopen worden gedurende het gehele proces. Bij dit concept is ervanuit gegaan dat men via een link van een website bij dit stappenplan komt. Hierom wordt er geen gebruik gemaakt van een duidelijkere introductie op het eerste scherm.

Figuur 12: Eerste scherm van concept 3

Dit is het laatste scherm (figuur 13) waarbij de gewenste pensioenleeftijd is vernoemd met het te verwachten netto-inkomen per maand. Tevens zijn alle voorgaande stappen grijs gekleurd, omdat deze gedurende het proces zijn doorlopen.

Figuur 13: Overzichtsscherm concept 3

5.4.2 Onderbouwing

Het concept is een informatief met enkele speelse elementen om de gebruiker te prikkelen. Tijdens dit concept kijken we eerst naar de huidige situatie en stap voor stap wordt er naar de toekomst toe gewerkt. Aan het eind worden pas de wensen voor pensionering worden aangekaart.

Door de visuele prikkels weet de gebruiker wat er verwacht wordt en dit draagt bij aan de motivatie om de stappen te doorlopen. Veel financiële kennis is niet nodig, maar het is wel belangrijk dat de persoon bereid is om de juiste papieren erbij te pakken. Hierdoor ontstaat een betrouwbaardere uitkomst. In de stappen kun je je eigen situatie invullen, mocht uiteindelijk de uitkomst niet aansluiten bij je wensen kun je teruggaan in de stappen en deze aanpassen aan jouw situatie/wensen. Door het gebruik van de visuele elementen bij het stappenplan is de gebruiker goed in staat om te navigeren door de stappen. De informatie in het stappenplan is kort en krachtig, maar hierdoor is het in één oogopslag duidelijk wat de gebruiker nog kan verwachten. Het werkt tevens motiverend dat de stappen na het passeren grijs worden, zo ziet de gebruiker direct wat er is gedaan en wat niet. Het scherm is verder sober, tevens wordt er weinig kleur gebruikt zodat het voor de gebruiker weinig inspanning kost om de omgeving in zich op te nemen.

5.5 Concept 4

Het laatste concept prikkelt mensen op een andere manier, hierbij wordt namelijk een vergelijking gemaakt met andere Nederlanders die bezig zijn met hun pensioenopbouw. Als je naar een hotel gaat zie je steeds vaker in de badkamer een sticker die gaat over het milieu en handdoek gebruik. Er staat bijvoorbeeld dat 73% van de gasten hun handdoek meer dan één keer gebruikt. Mensen worden op deze wijze bewust gemaakt hoe andere in deze situatie zouden reageren en de kans is groot dat ze de handdoek nogmaals gebruiken. Deze manier van inspelen op het bewustzijn van mensen met behulp van statistieken is dan ook de leidraad van het vierde concept.

5.5.1 Schermen

Van dit concept zijn de twee laatste schermen gemaakt. Aangezien het gaat om het vergelijken van de gebruiker met andere Nederlanders zijn er verschillende uitkomsten. De eerste uitkomst (figuur 14) is dat de gebruiker waarschijnlijk een toereikend pensioen zal hebben.

Figuur 14: Scherm A - concept 4 toereikend pensioen

Een ander scherm (figuur 15) kan de gebruiker juist laten zien dat het pensioen, zoals het nu wordt opgebouwd, waarschijnlijk niet toereikend zal zijn. Via de knop 'Wat kan ik hieraan doen?' kan de gebruiker de waarschijnlijk negatieve uitkomst omdraaien naar een waarschijnlijk positieve uitkomst

Figuur 15: Scherm B - concept 4 niet toereikend pensioen

5.5.2 Onderbouwing

Het concept is gemaakt om jezelf met andere Nederlanders te vergelijken. Het gaat niet om exacte bedragen, maar om een globale schatting te krijgen van je financiën na pensionering. Met behulp van deze website willen we mensen laagdrempelig, op een toegankelijke manier globaal informeren over pensioenvooruitzicht.

De toekomstverwachtingen van de gebruiker worden wel meegenomen, maar gedurende alle stappen gaat het om schattingen. Door statistieken te gebruiken willen we gebruikers die niet of nauwelijks pensioenbewustzijn prikkelen om zich op een speelse manier te verdiepen hoe ze er financieel na hun pensioen voor staan (in vergelijking met andere Nederlanders). Financiële kennis is dan ook geen vereiste om deze website te gebruiken. Het schermelement dat de gebruiker gebruikt om te oriënteren en navigeren is hetzelfde als bij concept 3. Voor de andere stappen worden ook visuele weergaves en percentages gebruikt om de gebruiker te informeren over zijn situatie in verhouding met die van andere Nederlanders. Het scherm zal iedere stap een visuele weergave, percentage en een korte uitleg bevatten, welke steeds hetzelfde is opgebouwd. Hierdoor wordt eenheid, rust en duidelijkheid gecreëerd voor de gebruiker.

5.6 Samenvatting

We hebben vier concepten ontwikkeld vanuit verschillende uitgangspunten, welke allemaal de naam Retiremind dragen. Bij het eerste concept wordt de toekomst als uitgangspunt genomen. Doormiddel van het visueel maken van de toekomst en een balans is gamification toegepast om mensen te motiveren. Er is weinig financiële kennis nodig om deze website te begrijpen, maar daarentegen zal de motivatie deels vanuit de gebruiker zelf dienen te komen. Mocht bij het overzicht geen balans zijn tussen het te verwachte en gewenste inkomen, dan is het mogelijk om direct aanpassen te maken en te zien hoe de balans dan verschuift. Het tweede concept is juist zeer statisch, strak en duidelijk gemaakt. Het is ontwikkeld om mensen te informeren over hun persoonlijke pensioensituatie en de motivatie dient dan ook uit de gebruiker zelf te komen. De prikkels die vanuit de website komen zijn zeer beperkt en er zal veel informatie moeten worden ingevuld. Ook bij het derde concept zal er veel informatie ingevuld moeten worden, maar in dit concept bewandelen we de weg van het heden naar de toekomst. Met behulp van een bondig, visueel stappenplan weet de gebruiker altijd waar deze is. Op deze manier wordt de gebruiker lichtelijk geprikkeld om steeds een stap verder te gaan. Tot slot, hebben we het vierde concept waarbij de gebruiker doormiddel van statistieken wordt vergeleken met andere Nederlanders. De gebruikers hoeft niet exact alle informatie te weten en hierdoor zal er ook een schatting worden gegeven of het pensioen toereikend zal zijn of niet.

De vier concepten die zijn beschreven in dit hoofdstuk worden in het volgende hoofdstuk voorgelegd aan een selectie van de doelgroep en de experts.

6 Demonstratie & evaluatie - Conceptschermen

Het eerste gevoel dat een scherm oproept staat centraal en de persoonlijke pensioensituatie wordt buiten beschouwing gelaten. Uiteindelijk wordt gevraagd welk concept de voorkeur heeft. Allereerst zijn de testen afgenomen bij een selectie van de doelgroep en vervolgens gaan we de data van de experts doornemen. De gestelde vragen zijn te vinden in appendix D.1 en zijn samen met de UX-designer opgesteld. Zij is gespecialiseerd in het afnemen van gebruikerstesten en weet hierdoor wat wel en niet gevraagd dient te worden om het beste resultaat te behalen.

Volgens Peffers et al. (2007) is er geen standaard demonstratie, het is immers het laten zien van je artefact aan de doelgroep en de evaluatie is de terugkoppeling van de drie doelen die bij de stap bepalen doelstelling zijn benoemd. Dit hoofdstuk draagt maar deels bij aan de evaluatie, aangezien het enkel gaat om ontwikkelde schermen.

6.1 Selectie uit de doelgroep

De selectie uit de doelgroep bestaat uit een groep van zes mensen, waarvan drie vrouwen en drie mannen. Deze mensen zijn willekeurig gekozen, hierbij alleen is rekening gehouden met drie punten. Allereerst hebben ze verschillende achtergronden, ten tweede ze zijn allemaal werkzaam binnen een andere branche en tot slot zijn de leeftijden verspreid door de gehele doelgroep. Per conceptscherm worden de positieve en negatieve punten die zijn genoemd opgesomd en dan wordt de aangegeven conceptvoorkeur onderbouwd. Een gedetailleerdere redenering, welke is gegeven door de testgroep, is te vinden in appendix D.2.

6.1.1 Concept 1

Het eerste scherm (figuur 9) is door het merendeel van de selectie ervaren als een duidelijk scherm met keuzes waarin iedereen zich kan herkennen. Eén persoon vindt het leeftijdsverschil met de plaatjes te groot, waardoor deze zich minder aangesproken voelt. Daarnaast wordt het kleurgebruik (vooral bruin) ervaren als een saaie, fletse kleur door de helft van de proefpersonen. De verwachtingen van de doelgroep komen overeen met de werkelijkheid, aangezien ze verwachten dat ze gegevens in dienen te vullen en dat dit leidt tot een pensioen uitleg. Ze vinden de balans (figuur 10) een goede methode om dit weer te geven en de kleur rood zet aan tot nadenken en/of actie. Het scherm wordt alleen niet optimaal ervaren, aangezien enkele personen meer uitleg verwachten met duidelijke keuze om het evenwicht te behalen.

6.1.2 Concept 2

Voor dit concept is alleen het laatste scherm (figuur 11) ontwikkeld, mede hierdoor duurde het bij de meerderheid van de mensen langer voordat ze het idee door hadden. Uiteindelijk begrepen ze het wel, maar hebben het ervaren als minder duidelijk. Eén persoon heeft het scherm ervaren als afschrikwekkend en een andere moest meteen aan de belastingdienst denken. Maar twee mensen zouden aan de hand van dit scherm actie ondernemen en drie personen zouden direct weggklikken.

6.1.3 Concept 3

Concept 3 bestaat uit twee schermen, het eerste scherm (figuur 12) voelt voor de respondenten niet aan als het eerste scherm. Men heeft het gevoel dat er een stap of op z'n minst informatie ontbreekt. Slechts één persoon ervaart dit scherm als saai, terwijl de rest van de personen het als een duidelijk en eenvoudig scherm interpreteert. Deze personen vinden het gebruiken van een stappenplan en de bijbehorende icoontjes leuk en creatief. Het nadeel van dit concept is dat het overzichtsscherm (figuur 13) geen onderbouwing geeft. Hierdoor gaat de helft van de mensen geen verder stappen ondernemen. Wanneer er bij wordt vermeld of dit voldoende is, zijn mensen eerder geneigd om actie te ondernemen.

6.1.4 Concept 4

Over dit concept zijn de meningen verdeeld, namelijk de helft van de doelgroep vindt de schermen duidelijk en de andere helft ervaart het niet als stimulerend. De groep bij wie de concepten aanspreken vinden dat ze duidelijk zijn. Tevens wordt scherm B (figuur 15) als prikkelend ervaren, bij scherm A (figuur 14) zijn de meningen verdeeld. Eén van de personen had een triest kijkend varken verwacht. De groep bij wie dit concept niet aanslaat vinden het nietszeggend, lachwekkend en goedkoop overkomen. Toch zouden vijf van de zes mensen doorklikken bij scherm B (figuur 15), omdat ze op zoek zijn naar meer informatie.

6.1.5 Voorkeur

Bij de doelgroep kunnen we een duidelijke verdeling maken in de voorkeur voor het concept dat zij zouden gebruiken. Drie personen vinden concept 3 het aantrekkelijkst. De reden die ze hiervoor geven is dat het duidelijk is en overzichtelijk met het gegeven stappenplan. Eén van de personen geeft dit een gevoel van betrouwbaar en transparant. Uit de reacties kunnen we opmaken dat alle personen meer uitleg verwachten bij het eindscherm (figuur 13). Momenteel vinden ze het lastig om uit de gegeven uitslag te halen of dit voldoende is voor hun persoonlijke situatie.

Op de tweede plaats staat concept 1 met twee stemmen. Door de balans wordt het scherm (figuur 10) ervaren als duidelijk en visueel aantrekkelijk. Voor deze personen voelt het onderwerp pensioen hierdoor makkelijker en ze hebben een duidelijk beeld wat ze moeten doen om ervoor te zorgen dat de verwachting overeenkomt met de wensen van het netto te ontvangen pensioen per maand.

Tot slot heeft één persoon aangegeven concept 4 het duidelijkste te vinden en dan concept 3. Bij concept 4 wordt snel een beeld geschetst. Wanneer het pensioen naar alle waarschijnlijkheid niet toereikend (figuur 15) is zou deze persoon actie ondernemen door concept 3 in te vullen. Echter wanneer het pensioen waarschijnlijk toereikend is (figuur 14) zal het scherm direct worden weg geklikt en leidt het niet tot actie, maar zorgt volgens deze persoon wel voor bewustzijn over zijn eigen pensioen.

6.2 Experts

De doelgroep van experts bestaat uit zes mensen, die allemaal werkzaam zijn binnen Topicus. Deze personen zijn gekozen omdat ze niet direct betrokken zijn bij dit onderzoek en allenmaal werkzaam zijn binnen dezelfde afdeling van Topicus.Finance. Er zijn één vrouw en vijf mannen geïnterviewd, welke allemaal een andere functie bekleden binnen dezelfde afdeling. Ze kijken vanuit hun vakgebied allemaal met een financiële insteek naar de conceptschermen. De opbouw van de volgende paragrafen is hetzelfde als bij de doelgroep, allereerst een samenvatting van de verschillende conceptschermen en tot slot de onderbouwing van het voorkeursscherm.

6.2.1 Concept 1

Het gebruik van het visuele aspect op het beginscherm (figuur 9) spreekt aan, maar de helft van de groep vindt de mensen hierop wel erg oud waardoor het scherm minder aanspreekt. De keuze van de categorieën is goed, alleen verwacht een aantal mensen hierdoor wel dat je een indicatie krijgt hoeveel zo'n leven kost. Tevens vindt één persoon de kleur bruin niet mooi. De verwachtingen naar de volgende stappen komen overeen met de werkelijkheid, al verwachten twee mensen een overzicht van het te besteden inkomen na aftrek van de vaste lasten. Wanneer er wordt doorgeklikt naar het laatste scherm (figuur 10) vinden vijf van de zes mensen dat de balans verkeerd om staat en de term evenwicht verkeerd gekozen. Na het doorlopen van de stappen verwacht men meer simulatiemogelijkheden. De naam Retiremind en het terug laten komen van het gekozen visuele aspect wordt als positief ervaren. Daarnaast zouden vier mensen op zoek gaan naar het evenwicht en een ander zou informatie zoeken via zoekmachines.

6.2.2 Concept 2

Over het tweede concept zijn de experts tegenstrijdiger, waar het voor de ene persoon direct duidelijk is heeft een ander meer informatie nodig om het te begrijpen. Daarnaast vinden sommige de informatie gedetailleerd, terwijl een ander juist meer details verwacht. Uiteindelijk is de boodschap van het scherm (figuur 11) bij iedereen duidelijk en wordt meerdere keren genoemd dat het nu lijkt alsof het tekort volledig uit de individuele pensioenopbouw komt. Om het tekort tegen te gaan zouden vier mensen op de button klikken, maar deze hebben ze niet direct gevonden. Volgens één persoon komt de keuze vanuit hemzelf, niet omdat hij getriggerd wordt door het scherm.

6.2.3 Concept 3

Het eerste scherm (figuur 12) van dit concept wordt door iedereen ervaren als duidelijk en simpel met een goed stappenplan. Alleen de uitleg wat de bedoeling is ontbreekt op deze pagina, desondanks zijn de verwachtingen van de respondenten goed. Drie personen geven expliciet aan dat de icoontjes een toevoeging zijn en één persoon voelt zich persoonlijk aangesproken. Bij het laatste scherm (figuur 13) is de boodschap duidelijk alleen iedereen mist een onderbouwing. De gegeven informatie is te kort, mist informatie en bevat geen trigger waardoor mensen wegglikken. Daarnaast zou één personen refereren naar inkomen in plaats van naar netto per maand te besteden.

6.2.4 Concept 4

Ook bij concept 4 zijn de meningen verdeeld, aangezien beide schermen voor sommigen positief aanvoelen terwijl anderen het als negatief ervaren. Hetgeen wat iedereen mist is een onderbouwing, alleen bij scherm B (figuur 15) kun je doorklikken en dit wordt dan ook door iedereen gedaan. De grote verschillen bij scherm A (figuur 14) zijn dat één persoon het gevoel krijgt te worden beloond, terwijl een ander de boodschap als deprimerend ervaart. Bij scherm B zegt iemand dat ze deze het geruststellendst vindt dat je er nog iets aan kan doen, terwijl een ander het gevoel krijgt dat er een vervelend leven te wachten staat.

6.2.5 Voorkeur

Slecht één persoon kiest voor één concept, terwijl de andere personen allemaal een combinatie maken tussen twee concepten. Het concept dat door iedereen wordt gekozen is concept 3, vanwege het sterke stappenplan en het grafische deel. Eén persoon zou concept 3 combineren met concept 1 vanwege het gebruik van foto's en de onderbouwing bij het laatste scherm, maar zou dit niet weergeven met een balans vanwege het negatieve gevoel. Daarnaast zouden twee mensen dit combineren met concept 2, vanwege de duidelijke vormgeving en de informatie van het staafdiagram. Tot slot zouden ook twee mensen concept 3 en 4 combineren, onder andere vanwege de trigger bij scherm B.

6.3 Samenvatting

Als we kijken naar de personen uit de doelgroep en de experts zien we dat concept 3 bij beide aan wordt gemerkt als favoriet. Dit heeft te maken met een duidelijk stappenplan, zodat mensen weten waar ze aan toe zijn. Daarnaast is ook scherm simpel en visueel weergegeven. Toch wordt er meer feedback verwacht bij het eindscherm, vanuit de experts wordt concreet tweemaal een variatie met concept 2 aangedragen. Het tweede prototype dat gekozen wordt is concept 1, deze spreekt vooral de doelgroep erg aan. Er zal opnieuw gekeken worden naar de aantrekkelijkheid van het eerste scherm, tevens zal er een helder stappenplan worden gemaakt. Tot slot wordt er aandacht besteedt aan de balans, aangezien de experts aan hebben gegeven dat deze niet helder en logisch is weergegeven.

In het volgende hoofdstuk worden dus twee prototypes verder uitgewerkt. Allereerst concept 1, er worden aanpassingen gemaakt bij de visuele weergaves en het stappenplan. Het tweede prototype is concept 3 met de onderbouwing van concept 2.

7 Design & ontwikkeling – Prototypes

Naar aanleiding van de ontvangen feedback bij het testen van de conceptschermen en de voorgaande literatuur zijn de vier concepten doorontwikkeld tot twee prototypes (Peppers et al., 2007). Uiteindelijk willen we meten wel prototype het beste bijdraagt aan het pensioenbewustzijn van de doelgroep. Door dezelfde informatie te verkrijgen via de prototypes wordt de doelgroep niet beïnvloed door de hoeveelheid vragen. Appendix E dient als aanvulling op dit hoofdstuk, hier staan de afbeeldingen van de verschillende stappen en waar nodig worden de schermen verder uitgelegd.

7.1 Prototype 1

Prototype 1 is ontwikkeld vanuit concept 1 met aanpassingen vanuit de feedback. Zo wordt het stappenplan wat prominenter weergegeven in alle schermen, de plaatjes (figuur 9) worden aangepast en tevens wordt een andere basiskleur genomen. Daarnaast hebben we de stap uitgaven toegevoegd aan het prototype en wordt de gebruiker formeler aangesproken. In deze paragraaf gaan we de opbouw van de verschillende stappen uitleggen.

7.1.1 Stap 1 – Toekomst

Stap 1 (figuur 31) blijft qua idee gelijk met het conceptscherm (figuur 9). Er zijn vanuit de feedback wel enkele aanpassingen meegenomen. Zo is de bruinige kleur vervangen, heeft het stappenplan ook op dit scherm een plek gekregen, de plaatjes zijn wat jonger gemaakt en tevens hebben we de hoeveel tekst bij iedere plaatje gelijk gemaakt.

7.1.2 Stap 2 – Wensen

Bij stap 2 (figuur 32) kan de gebruiker zijn/haar wensen invullen. Deze wensen hebben betrekking op wijzigingen voor het pensioen, de pensioenleeftijd en eventueel extra activiteiten na de pensionering. Deze informatie wordt gevraagd omdat ze direct invloed hebben op het pensioen dat opgebouwd wordt en opgebouwd dient te worden. Bijvoorbeeld als de gebruiker eerder met pensioen wil gaan dan de gestelde leeftijd, ontvangt deze nog geen AOW en dit gat zal zelf opgevangen moeten worden. Meer geld zal gespaard moeten worden.

7.1.3 Stap 3 – Mijn gegevens

In de derde stap (figuur 33) dient de gebruiker persoonlijke gegevens in te vullen. Deze vragen worden gesteld, omdat ze direct invloed kunnen hebben op de hoogte van het AOW-bedrag. De eerste vraag gaat over het geslacht van de gebruiker, omdat de AOW gekoppeld is aan de levensverwachting en hierbij wordt rekening gehouden met het feit dat vrouwen gemiddeld langer leven dan mannen. In de praktijk betekent het dat mannen een hoger, maandelijks bedrag ontvangen dan vrouwen. Daarnaast wordt de geboortedatum gevraagd, omdat deze de pensioengerechtigde leeftijd aangeeft en deze is ook gekoppeld aan de verwachte levensverwachting. Tot slot wordt er gevraagd of het pensioen van een eventuele partner meegenomen wenst te worden en of de gebruiker na zijn 17^{de} levensjaar in het buitenland heeft gewoond, zo ja hoe veel jaren. Wanneer je samenwoont of enkele jaren in het buitenland hebt gewoond zal je AOW lager uitvallen, dan iemand die alleenstaand is en altijd in Nederland heeft gewoond.

7.1.4 Stap 4 – Uitgaven

In stap 4 (figuur 34) heeft de gebruiker de mogelijkheid om aan te geven of deze wil dat de maandelijks uitgaven mee worden genomen in de berekening. Wanneer dit het geval is krijgt de gebruiker bij de balans een overzicht van inkomsten minus uitgaven. Hierdoor ontstaat een overzichtelijk beeld wat de gebruiker nu werkelijk heeft te besteden, nadat de vaste uitgaven zijn verrekend. Als de gebruiker aangeeft niet de

uitgaven mee te willen nemen worden het huidige inkomen en het gewenste inkomen na pensionering tegen elkaar afgezet. Hiermee wordt vooral een beeld van de inkomsten geschetst en wordt geen rekening gehouden met de vaste uitgaven. Door het meenemen van zowel de inkomsten als lasten krijgt de gebruiker een reëler beeld van het bedrag wat maandelijks overblijft (nadat de vaste lasten van de inkomsten zijn gehaald).

7.1.5 Stap 5 – Inkomsten

In stap 5 (figuur 35) dient de gebruiker alle inkomsten die deze ontvangt of zelf spaart in te vullen. Denk hierbij aan werkgeverspensioen, banksparen en beleggingen. Alle informatie zorgt ervoor dat er een compleet beeld kan worden geschetst van de te verwachten inkomsten na pensionering. Het gene dat hier ontbreekt is de lijfrenteverzekerings/lijfrentespaarrekening. De reden dat deze stap niet mee is genomen komt omdat dit het product is dat Topicus uiteindelijk wil verkopen aan de consument.

7.1.6 Stap 6 – Balans

De allerlaatste stap (figuur 36) is de balans. In de balans krijgt de gebruiker te zien wat deze werkelijk te besteden heeft nadat de inkomsten afgezet zijn tegen de uitgaven. Wanneer bij stap 4 is gekozen om de uitgaven niet mee te nemen worden de inkomsten afgezet tegen het gewenste netto te besteden inkomen. Wanneer de inkomsten lager zijn dan de uitgaven is er geen balans en kleurt deze rood. Als de inkomsten gelijk of hoger zijn dan de uitgaven kleurt deze groen. Tevens wordt onder de balans de mogelijkheid gegeven om te spelen met de wensen. Op deze manier krijgt de gebruiker direct te zien welke invloed bijvoorbeeld extra sparen heeft op het pensioeninkomen.

7.2 Prototype 2

Prototype 2 is een samenvoegen van concept 2 en concept 3. Daarnaast is het prototype vanwege wensen van Topicus aangepast met het oorspronkelijke idee. In het oorspronkelijke idee wordt één vraag per scherm gesteld, hierdoor hoeven mensen maar weinig informatie in te vullen en kunnen ze de website tussendoor ‘snel’ invullen. Om toch een rustig beeld te houden, verschijnt aanvullende informatie pas wanneer de gebruiker bijvoorbeeld op ja of nee klikt. Tevens wordt de gebruiker gedurende het gehele proces op een informele manier aangesproken. In de onderstaande paragrafen worden de stappen uitgelegd, ook wordt uitgelegd waarom dit van belang is (als het nog niet in paragraaf 7.1 is uitgelegd).

7.2.1 Stap 1 – Jij

De vragen leeftijd en geboortedatum zijn samengevoegd in stap 4 (figuur 37). Dit vanwege het uitrekenen van de pensioenleeftijd en de hoogte van de AOW-uitkering.

7.2.2 Stap 2 – Situatie

Vervolgens komt in stap 2 (figuur 36) de persoonlijke situatie van de gebruiker aan bod. Hierbij gaat het over wonen in het buitenland en het partnerpensioen dat eventueel meegerekend kan worden, dit heeft invloed op de hoogte van het AOW. Ook wordt de hoogte van het bruto jaarinkomen gevraagd.

7.2.3 Stap 3 – Lasten

Deze stap (figuur 37) is gelijk aan stap 4 van prototype 1. De gebruiker heeft de mogelijkheid om de maandelijkse lasten mee te nemen in de berekening. Wanneer dit wordt gedaan wordt in stap 7 de inkomsten afgezet tegen de uitgaven. Mocht de gebruiker deze bedragen niet in willen geven, zal uiteindelijk alleen de inkomstenkant worden laten zien.

7.2.4 Stap 4 – Privé

In de vierde stap (figuur 39) worden vragen over de persoonlijke situatie van de gebruiker gevraagd. Allereerst of deze zelf pensioen opbouwt en daarnaast of er nog extra inkomsten worden verwacht. Deze vragen hebben direct invloed op de hoogte van de individuele pensioenopbouw.

7.2.5 Stap 5 – Werk

Stap 5 (figuur 41) gaat over het werk van de gebruiker, welke invloed hebben op het werkgeverspensioen. Allereerst dient de pensioenopbouw die is opgebouwd en/of wordt opgebouwd via (eerdere) werkgevers(s). Vervolgens wordt er gevraagd of de gebruiker het dienst verband nog wil wijzigingen voor pensionering. Wanneer deze minder wil gaan werken, daalt het bedrag en wanneer de gebruiker meer wil gaan werken zal het pensioen uit pijler 2 hoger uitvallen.

7.2.6 Stap 6 – Wensen

In de laatste stap (figuur 43) voor het overzicht kan de gebruiker zijn wensen invullen met betrekking tot de pensioenleeftijd en of deze nog wil werken na pensionering. Als iemand namelijk eerder met pensioen kan het pensioenbedrag namelijk dalen of de gebruiker dient het volledig zelf te financieren. Wanneer de gebruiker na pensionering nog werkt, zal er minder opgebouwd hoeven te worden. Aangezien er na de pensionering nog inkomsten binnenkomen.

7.2.7 Stap 7 – Pensioen

Het eind scherm heeft twee varianten. Wanneer de gebruiker zijn lasten invult bevat het eindscherm een overzicht van het naar verwachting netto per maand te besteden bedrag (figuur 44). De inkomsten minus lasten leidt tot dit bedrag en dit is het bedrag dat de gebruiker werkelijk vrij kan besteden. Wanneer de gebruiker zijn lasten niet heeft ingevuld is het netto per maand te besteden bedrag weergegeven (figuur 45), maar hiervan zijn nog geen vaste lasten gehaald. De gebruiker heeft hierdoor een minder goed beeld of het te besteden bedrag voldoende is om de vaste lasten en eventuele extra's van te betalen.

7.3 Samenvatting

We hebben twee prototypes ontwikkeld aan de hand van de feedback op de conceptschermen en richtlijnen die zijn gegeven vanuit Topicus. Prototype 1 is gebaseerd op concept 1 en bestaat uit 6 stappen, welke leiden tot een balans met simulatie. Voor de gebruiker zijn alle schermen die ingevuld kunnen worden direct zichtbaar en wordt de gebruiker formeel aangesproken. Prototype 2 is gebaseerd op concept 2 en 3 en bestaat uit 7 stappen, waarbij het overzicht wordt weergegeven met behulp van tekst en een staafdiagram. In deze stappen zijn de hoofdvragen zichtbaar en zijn de antwoorden beperkt tot het invullen van getallen of de keuze ja/nee. Wanneer er bij de keuze meer informatie nodig is zal dit uitvouwen. Dit zorgt voor een rustigere opmaak. De gebruiker wordt op een informele manier aangesproken.

Na het ontwikkelen van de prototypes worden deze getest bij een selectie van de doelgroep. De resultaten van deze testen zijn te vinden in het volgende hoofdstuk.

8 Demonstratie & evaluatie - Prototypes

We bespreken in dit hoofdstuk de metingen van pensioenbewustzijn bij de prototypes aan de hand van surveys, vooraf en achteraf. Tevens mogen de personen niet beide prototypes testen, aangezien ze dan de schermen kunnen vergelijken en dit kan het bewustzijn beïnvloeden. De surveys bevatten ongeveer dezelfde vragen, maar deze zijn iets anders gesteld. Hierdoor moet de gebruiker nadenken en wordt niet standaard hetzelfde antwoord aangekruist. Daarnaast worden achteraf drie vragen gesteld over het prototype (appendix F). Dit hoofdstuk sluit aan bij de DSRM (Peffer et al., 2007) aangezien het artefact aan de doelgroep wordt getoond en alle doelen worden behaald.

8.1 Prototype 1

De selectie uit de doelgroep bestaat uit vier vrouwen en twee mannen, welke willekeurig in de trein zijn geselecteerd. De personen hebben eerst een survey ingevuld, vervolgens het prototype doorlopen en daarna de tweede survey ingevuld. Dit proces is digitaal verlopen.

Uit de resultaten blijkt dat vier personen weten hoe het pensioenstelsel is opgebouwd, één persoon had geen idee en één persoon dacht dat het bestond uit de volgende pijlers: 'AOW, aanvullende pensioen vanuit de werkgever en eigen pensioen voor zelfstandige ondernemers'. Twee personen hebben hun pensioen goed geregeld, drie gaan er later naar kijken en één is er niet mee bezig. Na het zien van het prototype geven vier personen aan dat ze zich geprikkeld voelen en zich willen verdiepen in hun pensioenopbouw. Van deze groep wil één persoon hierbij hulp. Twee andere respondenten hebben hun pensioen al geregeld en worden dan ook niet geprikkeld om meer actie te ondernemen. Eén persoon geeft wel aan dat ze snapt dat anderen het prototype zouden gebruiken, maar zelf doet ze het niet aangezien ze alles al heeft geregeld.

Bij de openvragen van de tweede survey kwamen een aantal verbeterpunten naar voren. De helft van de groep heeft de hoeveelheid tekst als teveel ervaren, twee miste een concrete prikkel waarom ze zich hierin moesten verdiepen en één persoon miste de prikkel om werkelijk wat te gaan doen na het zien van het prototype. De simulatie van de balans is door vier mensen expliciet genoemd als een sterk punt en één persoon heeft zich positief geuit over het beginscherm met de drie keuzes.

8.2 Prototype 2

Voor het testen van prototype 2 hebben zes personen in de trein meegewerkt, waarvan twee vrouwen en vier mannen. De procedure is hetzelfde verlopen als bij prototype 1. Ook hier gaat de eerste vraag die wordt gesteld gaat over de kennis over pensioen van de respondent. Drie personen hebben de pijlers die in Nederland worden gebruikt voor de opbouw van het pensioenstelsel aangegeven, twee personen geven aan geen idee te hebben en één persoon kiest voor de combinatie AOW, aanvullend pensioen vanuit de werkgever en eigen pensioen voor zelfstandige ondernemers. Twee personen hebben alles al geregeld, één is van plan zich erin te verdiepen, twee personen willen er later naar gaan kijken en één persoon is er totaal niet mee bezig.

Na de demonstratie van het prototype voelen vijf personen zich gestimuleerd en één persoon is neutraal in het verdiepen in pensioen. De persoon die er neutraal in staat geeft aan de website wel te gebruiken als iemand hem hierbij helpt.

Het prototype is door iedereen als prettig ervaren, dit komt door het stappenplan, de rustige opmaak, kleur en beperkte hoeveelheid tekst per scherm. Wat door iedereen als een nadeel is ervaren is het laatste scherm. Eén persoon ziet associaties met de belastingdienst, maar iedereen vindt deze stap verwarrend, mist informatie en vindt het niets toevoegen. Eén persoon geeft aan dat hij een speels element had verwacht waarin je dingen aan kunt passen.

8.3 Samenvatting

Tijdens het testen is naar voren gekomen dat bij prototype 1 de testgroep de simulatie met de balans een toegevoegde waarde vinden hebben, alleen de hoeveel tekst die op de pagina's is te vinden wordt als overweldigend ervaren. Bij prototype 2 is naar voren gekomen dat de rust, eenvoud, kleurgebruik en het stappenplan als prettig zijn ervaren. Alleen het laatste scherm viel volgens de gebruikers buiten de toom. Eén persoon gaf specifiek aan een speels element te hebben verwacht.

In dit hoofdstuk zijn de testresultaten besproken, welke we in het volgende hoofdstuk gaan samenvatten in een discussie.

9 Discussie

Dit hoofdstuk is te verdelen in drie onderdelen. Allereerst wordt de bijdrage van het onderzoek uitgewerkt, vervolgens komt de validiteit aanbod en tot slot worden de risico's uitgelegd die ontstaan kunnen zijn door (verkeerde) conclusies die getrokken zijn.

9.1 Bijdrage onderzoek

In het vorige hoofdstuk komen we tot de conclusie dat een combinatie van prototype 1 en 2 zal leiden tot een hoger pensioenbewustzijn van Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar. Om tot het beste resultaat te komen is het van belang om de rust, eenvoud, kleurgebruik en het stappenplan van prototype 2 te gebruiken met het eindscherm van prototype 1.

Figuur 16: Uitstraling prototype 2

Van dit onderzoek leren we dat het op veel punten aansluit bij de literatuur die erover is geschreven, alleen door de persoonlijke voorkeur van mensen zijn er afwijkingen te zien. Maar ook deze persoonlijke voorkeur, door bijvoorbeeld cultuur en godsdienst is beschreven. Het is onmogelijk om een prototype te ontwikkelen die door iedereen binnen de doelgroep als prettig wordt ervaren.

De schermelementen zoals omschreven door Thissen (2004) komen overeen met de uitkomsten van de testen. Ook wordt het onderdeel van de simulatie met de balans als een voordeel gezien. Deze vorm van gamification wordt door de selectie uit de doelgroep van prototype 1 ervaren als een pluspunt. Terwijl een enkele respondent van prototype 2 deze manier van interactie mist. Hierdoor wordt bevestigd dat interactie wordt ervaren als een belangrijk punt.

Een prototype dat naar verwachting na implementatie goed aansluit om de doelgroep pensioen bewuster te maken is gecreëerd vanuit dit onderzoek. De uitdaging zal zijn om de doelgroep zover te krijgen dat ze het artefact uit zichzelf gaan gebruiken, dit valt buiten de scope van het onderzoek. Maar zonder een goed plan om in te spelen op het pensioenbewustzijn van Nederlanders zal het artefact nooit het gewenste resultaat behalen.

Figuur 17: Eindscherm prototype 1

9.2 Validiteit

Elke onderzoeker streeft naar een valide en betrouwbaar onderzoek. In dit onderzoek wordt de validatieaanpak van Wieringa (2014) toegepast, omdat we ontwerptheorie toepassen. Het gaat om de interactie tussen een artefact en de probleemcontext, waarbij geen werkelijke implementatie gevalideerd kan worden.

Gedurende het gehele onderzoek staat DSRM van Peffers et al. (2007) centraal, waarbij gebruikt wordt gemaakt van het iteratieve proces in dit model. We doorlopen tweemaal de fases 'design & ontwikkeling', 'demonstratie' en 'evaluatie'. Dit draagt bij aan de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek.

Allereerst zijn de testen van de conceptschermen afgenomen binnen twee verschillende groepen; zes personen als selectie uit de doelgroep en zes experts werkzaam binnen Topicus. De selectie uit de doelgroep bestaat uit bekende die geselecteerd zijn op variatie aan achtergrond, leeftijd en branche waarin ze werkzaam zijn. De experts zijn geselecteerd op een variatie aan functies binnen de afdeling Experience, maar vallen bijna allemaal buiten de doelgroep en kijken met een andere visie naar de schermen. De mensen die deelgenomen hebben aan de testen waren tot op dat momenten nog niet betrokken geweest bij dit onderzoek. Bij beide groepen zijn dezelfde vragen gesteld en zijn de schermen in dezelfde volgorde laten zien, zodat hetzelfde gemeten is en dit draagt bij aan de betrouwbaarheid van het onderzoek. Deze

betrouwbaarheid kan lichtelijk zijn beperkt doordat de interviewer dit onderzoek voor de eerste keer heeft uitgevoerd. Hierdoor kan deze onbewust de respondent hebben beïnvloed, dit is ondervangen doordat de vragen opgesteld zijn in samenspraak met een UX-designer (Bryman, 2006).

De respondenten die de prototypes hebben getest, zijn te verdelen in twee groepen van zes personen, die allemaal in de trein deelgenomen hebben aan het onderzoek. Er is geen reden om aan te nemen dat deze groep een andere kijk heeft ten op zichten van pensioen als de eerdere selectie uit de doelgroep. De diversiteit bij deze groep is dus anders dan bij de selectie van de doelgroep van de conceptschermen. Door de gekozen testgroep kan het zijn dat de uitslagen minder betrouwbaar zijn, maar de uitslag sluit aan bij de literatuur waardoor de afwijking naar verwachting verwaarloosbaar is. Een andere onzekere factor is de survey vooraf en de survey achteraf. Wij nemen aan dat de mensen deze vragen op dezelfde, juiste manier interpreteren. Maar deze aanname kan niet bevestigd worden, omdat niet getest is hoe valide de surveys zijn. Ook gaat het om het testen van een prototype en dit is schatten, omdat het niet het werkelijke product is. Het wordt immers voor implementatie getest. Hierdoor kunnen we niet met volle zekerheid zeggen dat het prototype en de pensioenbewustzijnsmeting betrouwbaar zijn en kan de validiteit van het onderzoek zijn beperkt (Wieringa, 2014).

De mensen die benaderd zijn om aan dit onderzoek deel te nemen zijn maar een klein percentage van alle personen die binnen de doelgroep vallen. Aangezien er gebruik is gemaakt bij het testen van de prototypes van een aselechte steekproef is er altijd een kleine onnauwkeurigheid, toch is door het gebruik van een aselechte steekproef maar een kleine populatie nodig om tot een zeer nauwkeurig beeld te komen (Burns & Bush, 2006)

9.3 Risico's

In deze paragraaf bespreken we drie punten die mogelijk een zwak onderdeel kunnen zijn in het onderzoek. Allereerst dat er uiteindelijk twee prototypes zijn ontwikkeld, daarnaast de diepgang van de prototypes en tot slot de ervaring van de onderzoeker.

Momenteel zijn er twee prototypes ontwikkeld die beiden sterke en zwakke punten bevatten. Wanneer beide prototypes worden samengevoegd zoals in paragraaf 9.1 omschreven bestaat er een mogelijkheid dat de selectie uit de doelgroep hier anders op reageert dan verwacht. Het is dus van belang dat dit prototype nogmaals getest gaat worden door een aselechte steekproef uit de doelgroep.

Daarnaast gaat de informatie die gevraagd wordt bij de prototypes erg diep in op de stof. Mensen zullen onder andere hun pensioenoverzicht erbij moeten pakken om de data zo betrouwbaar mogelijk in te vullen. Het risico bestaat dat de gebruiker daar geen zin in heeft, een schatting invult en vervolgens een positievere uitkomst krijgt dan werkelijk het geval is.

Ook kan de onderzoeker het onderzoek beïnvloed hebben doordat het de eerste keer is dat deze dit proces heeft doorlopen. Zo is het de eerste keer dat de interviewer deze manier van testen heeft gebruikt bij de conceptschermen en prototypes, hierdoor kan het zijn dat de interviewer onbewust de respondent in een bepaalde richting stuurt.

Na de discussie van dit hoofdstuk gaan we door naar de conclusie en aanbevelingen van dit onderzoek.

10 Conclusie en aanbevelingen

Het laatste hoofdstuk van dit onderzoek bevat een conclusie van de deelvragen en de conclusie van het onderzoek. Tevens komen de beperking aanbod en worden enkele aanbevelingen gegeven voor verder onderzoek.

10.1 Conclusie onderzoek

De aanleiding van dit onderzoek is dat burgers er nog steeds bijna voetstoots vanuit gaan dat de overheid in de toekomst garant staat voor een onbezorgde oude dag. Met oog op het ouder worden van de Nederlandse bevolking, de economische schommelingen en veranderde maatschappelijke trends zullen de kosten van het pensioenstelsel blijven stijgen. Om kosten te besparen wijzigt de overheid de regels voor pensioenfondsen en de pensioenopbouw, daarnaast gaat ook de AOW-leeftijd omhoog. Helaas zijn veel Nederlanders zich niet bewust van deze veranderingen. Om in te spelen op deze veranderingen is dit onderzoek ontstaan. Allereerst beantwoorden kort de deelvragen en dan volgt de conclusie van de onderzoeksvraag.

10.1.1 Conclusie deelvragen

In paragraaf 1.4 zijn de deelvragen opgesteld die bijdrage aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag. In deze paragraaf worden alle deelvragen kort beantwoord, doorverwezen naar de plek waar het staat uitgelegd en tot slot verteld wat de invloed hiervan is op het onderzoek.

DV1. Hoe ziet het pensioenstelsel eruit in Nederland?

Het pensioenstelsel in Nederland is opgebouwd uit drie pijlers; AOW, collectieve pensioenopbouw en individuele pensioenopbouw. Deze informatie staat kort beschreven in paragraaf 2.1 en verdere uitleg in appendix A. Deze informatie is van belang om de inhoud van het artefact te ontwikkelen.

DV2. Wat zijn de karakteristieken voor personen tussen de 35 en 55 jaar?

De doelgroep is een grote, diverse groep en de behoeftes en wensen van mensen zijn zeer verschillend. Hierdoor kunnen mensen verschillend op dezelfde informatie reageren, dit heeft ook te maken met het pensioenbewustzijnsniveau; volledig pensioenonbewust, deels pensioenonbewust, deels pensioenbewust en volledig pensioenbewust. In paragraaf 2.2 wordt hierover meer uitgelegd. Door het opzetten van een customer journey en het gebruiken van persona's (appendix B) is ervoor gezorgd dat zoveel mogelijk mensen worden meegenomen tijdens de ontwikkeling van het artefact.

DV3. Hoe hebben bewustzijn en gedrag invloed op mensen binnen de doelgroep?

Bewustzijn en gedrag hebben altijd, bewust en onbewust, invloed op het handelen van mensen. Bewustzijn is volgens Maslow (Adams, 2016) een leerproces dat individuen ontwikkelen als ze relevantie ervan begrijpen. Net als gedrag zit het diep in mensen genesteld. In paragraaf 2.3 staat hierover meer beschreven. Door meer te weten over het bewustzijn en gedrag van mensen kunnen we proberen te begrijpen hoe we hier met een artefact op in moeten spelen om het beste resultaat te behalen.

DV4. Welke elementen dragen bij aan het verhogen van de klantbeleving?

De elementen die bijdrage aan het verhogen van de klantbeleving zijn schermelementen die zorgen voor een samenspel tussen functie en esthetiek. De elementen zijn oriëntatie, navigatie, informatie, schermlayout en interactie. Paragraaf 2.4 gaat hier dieper op in en de literatuur die hier beschreven staat is gebruikt bij het ontwikkelen van de conceptschermen en later ook doorgevoerd tijdens de ontwikkeling van prototypes.

DV5. Wat is het huidige marktaanbod dat moet leiden tot een hoger pensioenbewustzijn?

Het huidige marktaanbod is te vinden via applicaties, websites en social mediakanalen. Applicaties zijn vaak niet up-to-date, bij websites is de betrouwbaarheid slecht te controleren en social mediakanalen worden vaak ingezet als eenrichtingsverkeer. In paragraaf 4.1, 4.2, 4.3 en appendix C is meer uitleg te vinden. Wanneer Topicus een app wil ontwikkelen is het van belang dat deze regelmatig wordt bijgewerkt en als betrouwbaar wordt ervaren.

DV6. Hoe spelen andere bedrijven, met behulp van gamification, in op het bewustzijn van mensen?

Bedrijven spelen op verschillende manieren in op het gebruik van gamification. Het Amerikaanse leger gebruikt het als wervingstool en codeacademy wil mensen via een beloningssysteem onder andere leren programmeren. Meer over dit onderwerp staat in paragraaf 4.4. Hieruit leren we dat bedrijven op hele verschillende manier gebruik maken van gamification, hier staat altijd centraal dat de motivatie van de gebruiker begrepen moet worden. Anders heeft gamification gebruiken geen zin.

DV7. Hoe zien de conceptschermen eruit en waarom zijn ze op deze manier ontwikkeld?

Zoals omschreven in hoofdstuk 5 zijn de conceptschermen ontwikkeld aan de hand van de eerdergenoemde literatuur. Hierbij staan vier concepten centraal, alle met een andere invalshoek. Concept 1 heeft de toekomst als uitgangspunt, concept 2 is strak en statisch, concept 3 is ontwikkeld vanuit het nu en bij concept 4 wordt je vergeleken met andere mensen. Door verschillende visies te ontwikkelen gaan we testen welke ontwerpen bij de selectie van de doelgroep aanslaan.

DV8. Hoe worden de conceptschermen door de selectie uit de doelgroep ervaren?

Zoals in paragraaf 6.1 en appendix D.2 omschreven geeft de helft van de selectie van de doelgroep de voorkeur aan concept 3, vanwege het overzichtelijke stappenplan. Twee van de respondenten vinden concept 1 het aantrekkelijkste vanwege de balans met simulatie. Eén persoon vindt concept 4 het aantrekkelijkste, omdat er snel een beeld wordt geschetst hoe jouw pensioensituatie ervoor staat. Voor het onderzoek betekent het dat concept 1 en 3 als basis voor de prototypes.

DV9. Hoe ervaren de experts de conceptschermen?

De experts kiezen allemaal voor concept 3 vanwege het stappenplan en grafisch onderdeel, alleen vijf van de zes mensen wil deze combineren met een ander concept. Eén persoon wil het combineren met concept 1, twee mensen gaan voor de combinatie met concept 2 en twee personen willen het combineren met concept 4. Verdere uitleg staat in paragraaf 6.2 en appendix D.2. Dit versterkt het standpunt van de selectie van de doelgroep en zorgt ervoor dat we ook naar de sterke punten van concept 2 gaan kijken bij het ontwikkelen van de prototypes.

DV10. Welke ontwerpen leiden tot de beste klantbeleving en wat is daar de reden van?

Uiteindelijk worden vanuit de vier concepten twee prototypes ontwikkeld. Prototype 1 is ontstaan vanuit concept 1 en prototype 2 is een combinatie van concept 2 en 3. In hoofdstuk 7 zijn de stappen van alle prototypes beschreven en appendix E dient als aanvulling hierop. Het hoofdstuk voegt toe dat we beide prototypes nu volledig hebben ontwikkeld, waardoor de respondent tijdens het testen alle stappen echt kan doorlopen.

DV11. Hoe hebben de prototypes invloed op het bewustzijn en gedrag van de selectie uit de doelgroep?

Tijdens het testen van de prototypes zien we dat de respondenten de balans met simulatie van prototype als een sterk onderdeel ervaren, maar de hoeveelheid tekst bij de andere stappen wordt ervaren al overweldigend. Bij de testen van prototype komt juist naar voren dat de rust, eenvoud en de hoeveelheid tekst als prettig worden ervaren. Daarnaast is het stappenplan erg duidelijk, alleen het laatste scherm valt buiten de toon en wordt als incompleet ervaren. In hoofdstuk 8 en appendix F gaan we dieper op de testresultaten in. Wat bij het testen duidelijk naar voren is gekomen is dat zowel prototype 1, als prototype 2 sterke en minder sterke punten bevatten. Door de sterke punten samen te voegen, zal het artefact naar verwachting beter tot zijn recht komen.

10.1.2 Conclusie onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag die centraal staat in het onderzoek is *“Op welke wijze kan IT bijdragen aan het pensioenbewustzijn van Nederlanders tussen de 35 en 55 jaar?”*. Uit de vraag kunnen verschillende conclusies worden getrokken.

Allereerst blijkt uit onderzoek dat de doelgroep valt te verdelen in drie groepen, waarbij IT al dan niet bijdraagt aan het pensioenbewustzijn. Groep een bestaat uit personen die totaal niet bezig zijn met hun pensioen. IT zal bij hen alleen bijdragen wanneer ze worden ondersteund door iemand. Groep twee zijn mensen die aangeven zich (later) in het pensioen te gaan verdiepen. Bij deze groep kan IT bijdragen aan het pensioenbewustzijn. Tot slot is er groep drie en deze bestaat uit mensen die hun pensioen al geregeld hebben, hierbij is IT niet meer relevant. Een enkeling geeft aan IT wel aan te bevelen aan familie en vrienden.

Het onderzoek benadrukt nogmaals dat pensioenbewustzijn een proces is dat ontwikkeld moet worden. Wanneer de gebruiker de relevantie van de IT begrijpt en zich hierin herkent zal de website (sneller) gebruikt worden en draagt het bij aan het pensioenbewustzijn. Om ervoor te zorgen dat van uitstel geen komt, dienen we de gebruiker aantrekkelijk IT te bieden waarvan deze de relevantie ziet. Op deze manier kan de gebruiker zich hiermee identificeren en dit draagt bij aan het pensioenbewustzijn. Daarnaast moet de overheid ook bijdragen aan de bewustwording op het gebied van pensioen. Tijdens de testen komt naar voren dat ontwerpen die rust uitstralen, met een duidelijk stappenplan en niet te veel tekst. Daarnaast wordt de simulatie van de balans ook als prettig ervaren. Op deze interactieve manier kunnen mensen direct zien wat de invloed is op hun leven wanneer bepaalde wijzigingen worden gemaakt, ook wel gamification genoemd. Tot slot is het van belang dat de tool ten alle tijden up-to-date is.

Momenteel wordt er bij het prototype verwacht dat de eerste stap uit de gebruiker zelf komt, deze moet zich willen verdiepen in zijn persoonlijke situatie. De manier om mensen zover te krijgen om gebruik te maken van het artefact valt buiten de scope van dit onderzoek.

10.2 Beperkingen onderzoek

Enkele beperking die zich hebben voorgedaan tijdens dit onderzoek worden in deze paragraaf uitgelegd:

- De fantasie van de onderzoeker moest in dit project te maken zijn door een designer en de onderzoeker zelf, met behulp van de programma's Sketch, Photoshop en InVision. Hierdoor is er bijvoorbeeld een beperking met betrekking tot het ontwikkelen van animaties.
- We hebben overwogen om beide prototypes een andere inhoud te geven, de ene kort en krachtig en het andere prototype met meer vragen. Hierdoor is het mogelijk om te meten wat bij de testgroep zorgt voor een hoger pensioenbewustzijn en welke door hen sneller gebruikt zou

worden. Het bedrijf heeft aangegeven dat het dezelfde inhoud wenst, zodat er gemeten kan worden welk prototype qua uiterlijk leidt tot een hoger pensioenbewustzijn.

10.3 Aanbevelingen

Uit dit onderzoek komen enkele aanbevelingen naar voren, die hieronder in volgorde van uitvoerbaarheid zijn benoemd.

- Maak een nieuw prototype dat rust uitstraalt, een duidelijk stappenplan heeft, niet te veel tekst en aan het einde een interactieve simulatie met balans.

Hiermee wordt bedoeld dat prototype 2 als basis wordt gebruikt, met het overzichtsscherm van prototype 1. Door de huidige prototypes samen te voegen kunnen de sterke punten van beide prototypes worden samengevoegd tot een geheel.

- Voeg een chat functie toe, waardoor mensen die totaal niet bezig zijn met hun pensioen toch ondersteund kunnen worden tijdens het proces.

Momenteel missen de respondenten die totaal niet bezig zijn met hun pensioen ondersteuning tijdens het proces. Door het toevoegen van een chat functie kunnen deze mensen ondersteund worden zonder dat er fysiek iemand bij hoeft te zijn. Hierdoor kunnen ze het artefact gebruiken wanneer ze willen en is deze groep niet afhankelijk van anderen.

- Ontwikkel een prototype die dient als inleidende tool, met weinig vragen en gericht op het inventariseren van de huidige situatie. Wanneer de gebruiker (waarschijnlijk) een pensioengat heeft zal deze door worden gestuurd naar de tool die is ontwikkeld tijdens dit onderzoek.

De ontwikkelde prototypes gaan direct erg diep in op de stof. Er wordt veel informatie gevraagd van de gebruiker en dit kan ze afschrikken. Door inleidende tool erboven om te plaatsen worden gebruikers minder snel afgeschrikt en wanneer blijkt dat er (waarschijnlijk) een pensioengat is zal de gebruiker eerder geneigd zijn om alle gegevens in te vullen. In de tool die nu is ontwikkeld kan Topicus tevens producten aanbieden die aansluit bij de gebruiker, zoals een lijfrente spaarrekening.

- Om dit onderzoek te laten slagen is het van belang dat er een vervolg komt, zodat er onderzocht kan worden hoe je mensen zo ver krijgt om de website te gaan gebruiken en hoe ze website gaan gebruiken. Hierdoor zal het ontwikkelde artefact uit dit onderzoek beter tot zijn recht komen.

Aan de hand van dit onderzoek is een artefact ontwikkeld. Hierbij is alleen gekeken naar het product, niet naar de omgeving en hoe mensen dit product gaan vinden en gebruiken. Dit valt buiten de scope van dit onderzoek, maar is van belang om het artefact goed te laten werken. Wanneer mensen het immers niet kunnen vinden of niet gaan gebruiken heeft het geen zin om deze te implementeren.

Bibliografie

- Abcpensioen. (2014, februari 4). *abcpensioen*. Opgehaald van www.abcpensioen.nl/over-abc-pensioen/nieuws/werkgevers/verschil-in-aow-en-pensioenleeftijd-uitgelegd/
- Adams, L. (2016, maart). *Gordon training international*. Opgehaald van www.gordontraining.com/free-workplace-articles/learning-a-new-skill-is-easier-said-than-done/
- Aegon. (2016, februari). *Aegon*. Opgehaald van [www.aegon.nl](http://www.aegon.nl/particulier/pensioen): <https://www.aegon.nl/particulier/pensioen>
- Aldenhoven, S., & Reijnders, M. (2008). De impact van generatie Y op IT. *Compact 08/0*, pp. 43-48.
- Apple. (2016, januari 21). App Store. iOS - iPhone 5.
- Beer, P. d., Meer, P. v., Ruysseveldt, J. v., & Wielers, R. (2006). Ontwikkelingen op de Nederlandse arbeidsmarkt (1): werkgelegenheid, werkloosheid en inactiviteit. In J. van Ruysseveldt, & J. van Hoof, *Arbeid in verandering*. Kluwer BV.
- Berg, C. v. (2014, maart 5). *Klantcontact.nl*. Opgehaald van [www.klantcontact.nl](http://www.klantcontact.nl/gamification-vs-serious-games/): <http://www.klantcontact.nl/gamification-vs-serious-games/>
- Boerdonk, R. v. (2016). *Research Topics BIT @ Topicus*. Deventer.
- Bontekoning, A. (2011, december). De invloed van nieuwe generaties op de bedrijfsintelligentie. *Sigma*, pp. 6-9.
- Broucke, S. v. (2008). Het ontstaan van hiphop in een dynamisch veldperspectief. *Groniek*(179), 189-202.
- Bryman, A. (2006). Integrating quantitative and qualitative research: how is it done? *Qualitative Research*, 6(1), 97-113.
- Burns, A. C., & Bush, R. F. (2006). De omvang van een steekproef bepalen. In A. C. Burns, & R. F. Bush, *Principes van Marktonderzoek*. Pearson Benelux B.V.
- Cassell, J. (1998). 11 A Framework for Gesture Generation and Interpretation. In R. Cipolla, & A. Pentland, *Computer Vision for Human-machine Interaction* (pp. 191-216). Cambridge: Cambridge University press.
- Chang, D., Dooley, L., & Tuovinen, J. E. (2002). Gestalt theory in visual screen design: a new look at an old subject. *CRPIT '02 Proceedings of the Seventh world conference on computers in education conference on Computers in education* (pp. 5-12). Darlinghurst: Australian Computer Society, Inc.
- Codeacademy. (2016, mei). *Codeacademy*. Opgehaald van [www.codecademy.com](https://www.codecademy.com/learn): <https://www.codecademy.com/learn>
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., Noessel, C., Csizmadi, J., & LeMoine, D. (2014). Ch 3: Modeling Users: Personas and Goals. In A. Cooper, R. Reimann, D. Cronin, C. Noessel, J. Csizmadi, & D. LeMoine, *About Face: The Essentials of Interaction Design* (pp. 61-100). Indianapolis: John Wiley & Sons.
- Damman, M. (2015). Levensloop van invloed op pensioenplannen. *demos*, 4-7.
- Dennett, D. C. (1993). *Consciousness Explained*. Penguin Books Ltd.
- Department of Defence. (2016, mei). *America's Army*. Opgehaald van www.americasarmy.com: <https://www.americasarmy.com/>
- Digi.TV. (2012). *Tools and methods for measuring public awareness*. South-East Europe.

- Driessen, M., & Vries, J. d. (2013). *Verandering van werkgever, beroep en lonen*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Encyclo. (2016, januari). *Nederlandse Encyclopedie*. Opgehaald van www.encyclo.nl: <http://www.encyclo.nl/>
- Facebook. (2016, maart). *Facebook*. Opgehaald van [www.facebook.com: <http://www.facebook.com/search/top/?q=pensioen>](http://www.facebook.com/search/top/?q=pensioen)
- Gaalen, R. v. (2014, november/december). Veranderend demografisch gedrag van dertigers tussen Generatie X en Y. *Demos*, pp. 5-7.
- Google. (2016, januari 21). Google Play. Android - LG Magna.
- Google+. (2016, maart). *Google+*. Opgehaald van [plus.google.com: <https://plus.google.com/u/0/s/Pensioen/top>](https://plus.google.com/u/0/s/Pensioen/top)
- Goudswaard, K. (2003). Houdbare solidariteit in de 21ste eeuw. In J. Berghman, A. Nagelkerke, K. Boos, R. Doeschot, & G. Vonk, *Honder jaar Sociale Zekerheid in Nederland* (pp. 47-60). Delft: Eburon.
- Groh, F. (2012). Gamification: State of the Art Definition and Utilization. *RTMI*, 39-46.
- Groot, M. d. (2014, maart 4). *Marketingfacts*. Opgehaald van [www.marketingsfacts.nl: <http://www.marketingsfacts.nl/berichten/haal-meer-uit-je-klantverleiders>](http://www.marketingsfacts.nl/berichten/haal-meer-uit-je-klantverleiders)
- Grudin, J., & Pruitt, J. (2002). Personas, Participatory Design and Product Development: An Infrastructure for Engagement. *PDC*, 144-152.
- Hamari, J., & Koivisto, J. (2013). Social Motivations To Use Gamification: An Empirical Study Of Gamifying Exercise. *Proceedings of the 21st European Conference on Information Systems*. Utrecht: AIS Electronic Library.
- Het Arbeidsrechtkantoor. (2016, januari). *Het Arbeidsrechtkantoor*. Opgehaald van [www.hetarbeidsrechtkantoor.nl: <http://www.hetarbeidsrechtkantoor.nl/>](http://www.hetarbeidsrechtkantoor.nl/)
- HM Government. (2016, februari). *The National Archives*. Opgehaald van [www.nationalarchives.gov.uk: \[http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/123970/journey_mapping1.pdf\]\(http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/123970/journey_mapping1.pdf\)](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.cabinetoffice.gov.uk/media/123970/journey_mapping1.pdf)
- Horai, J., Naccari, N., & Fatoullah, E. (1974). The effects of expertise and physical attractiveness upon opinion agreement and liking. *Sociometry*, 601-606.
- Horde, C. d. (2015, september 30). Grote fondsen waarschuwen tegen individueel pensioensparen. *Het Financieele Dagblad*.
- Hrčková, A., & Garaj, A. (2015). Games & Gamification: application of gamification in library environment. In P. Minaříková, & L. Strouhal, *Design, innovation, participation: Bobcatsss 2015 Proceedings & Abstracts* (pp. 84-91). Brno: Flow, o.s.
- Hsu, S. H., Chang, J.-W., & Lee, C.-C. (2013). Designing Attractive Gamification Features for Collaborative Storytelling Websites. *Cyberspsychology, Behavior, and Social Networking*, 428-435.
- i4Process. (2015, maart 3). *I4 Process*. Opgehaald van [www.4process.com: <http://www.i4process.com/3083/customer-journey-part-1/>](http://www.i4process.com/3083/customer-journey-part-1/)
- Jansen, H. (2005). De kwalitatieve survey - Methodologische identiteit en systematiek van het meest eenvoudige type kwalitatief onderzoek. *Kwalon*, 10, pp. 15-34.
- Kim, B. (2015). Designing Gamification in the Right Way. *Library Technology Reports*, 51(2), 29-35.

- Knaap, T., Bovenberg, A. L., Bettendorf, L. J., & Broer, D. P. (2003). *Vergirzings, aanvullende pensioenen en de Nederlandse economie*. Hardinxveld-Giessendam: ISO Groep.
- Laren, J. v. (sd). *LiveWall*. Opgehaald van [www.livewallconcepts.nl: http://www.livewallconcepts.nl/blog/gamification-en-online-marketing](http://www.livewallconcepts.nl/blog/gamification-en-online-marketing)
- Larsson, L. (2015). Framework for Increased Intrinsic Motivation using Gamification Strategies in E-learning.
- LinkedIn. (2016, maart). *LinkedIn*. Opgehaald van [www.linkedin.com: https://www.linkedin.com/vsearch/f?keywords=pensioen&trk=tyah&trkInfo=clickedVertical%3Ahistory%2CentityType%3AqueryHistoryName%2CclickedEntityId%3Ahistory_pensioen%2Cidx%3A0](https://www.linkedin.com/vsearch/f?keywords=pensioen&trk=tyah&trkInfo=clickedVertical%3Ahistory%2CentityType%3AqueryHistoryName%2CclickedEntityId%3Ahistory_pensioen%2Cidx%3A0)
- Loorbach, T. (2010, november 2). *Internet Marketing Universiteit*. Opgehaald van [www.imu.nl: https://imu.nl/internet-marketing-kennisbank/zoekmachine-optimalisatie/interactie-op-je-website-verhoogt-je-positie-in-google/](https://imu.nl/internet-marketing-kennisbank/zoekmachine-optimalisatie/interactie-op-je-website-verhoogt-je-positie-in-google/)
- Maibach, E. (1993). Social marketing for the environment: using information campaigns to promote environmental awareness and behavior change. *Health promotion international*, 209-224.
- MBDi. (2016, maart). *MBDi*. Opgehaald van [www.mbdi.com: http://www.mbdi.com/workshoprefmaterials/Four_levels_of_competency.pdf](http://www.mbdi.com/workshoprefmaterials/Four_levels_of_competency.pdf)
- Mijnpensioenoverzicht.nl. (2016, februari). *mijnpensioenoverzicht.nl*. Opgehaald van www.mijnpensioenoverzicht.nl: https://www.mijnpensioenoverzicht.nl/pensioenregister/
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. (2012). *Pensioen in duidelijke taal*. Den Haag.
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. (2016, januari). *Rijksoverheid*. Opgehaald van www.rijksoverheid.nl: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/pensioen
- Negro, R. d. (2016, februari 12). Stage opdracht bespreken. (R. v. Boerdonk, Interviewer)
- Nenonen, S., Rasila, H., Junnonen, J.-M., & Kärnä, S. (2008). Customer Journey - a method to investigate user experience. *Proceedings of the Euro FM Conference Manchester*, 54-63.
- Nibud. (2016, februari). *Nibud*. Opgehaald van [www.nibud.nl: http://www.nibud.nl/consumenten/levenssituaties/pensioen/](http://www.nibud.nl/consumenten/levenssituaties/pensioen/)
- NN group. (2016, februari). *Nationale Nederlanden*. Opgehaald van [www.nn.nl: https://www.nn.nl/Particulier/Pensioen.htm](https://www.nn.nl/Particulier/Pensioen.htm)
- Peffer, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007). A Design Science Research Methodology for Information Systems Research. *Journal of Management Information Systems*, 45-78.
- Pensioenfederatie. (2015). *Handreiking Pensioencommunicatie 2015 - Overzicht wijzigingen Wet Pensioencommunicatie*. Den Haag: Pensioenfederatie.
- Pensioen kijker.nl. (2016, januari). *pensioen kijker.nl*. Opgehaald van www.pensioen kijker.nl: www.pensioen kijker.nl
- Reichert, S. J. (2010). *Het Nederlandse pensioensysteem - een overzicht van de belangrijkste aspecten*.
- Renderment Uitgeverij BV. (2012, mei). *DOCPLAYER*. (J. Verbeek, Red.) Opgehaald van [docplayer.nl: http://docplayer.nl/1250699-Het-nederlands-pensioenstelsel-staat-al-jaren-flink-onder-druk-zo-daalden-de-dekkingsgraden-van-veel-pensioenfondsen-en.html](http://docplayer.nl/1250699-Het-nederlands-pensioenstelsel-staat-al-jaren-flink-onder-druk-zo-daalden-de-dekkingsgraden-van-veel-pensioenfondsen-en.html)
- Rigby, C. S. (2015). 4 Gamification and motivation. In S. P. Walz, & S. Deterding, *The Gameful World: Approaches, Issues, Applications* (pp. 113-138). Cambridge: The MIT Press.

- Smeitink, R. (2016, februari 10). Doorspreken opdracht. (R. v. Boerdonk, Interviewer)
- Susi, T., Johannesson, M., & Backlund, P. (2007). *Serious Games - An Overview*. Skövde: Institutionen för kommunikation och information.
- SVB. (2016, januari). *Sociale Verzekeringsbank*. Opgehaald van [www.svb.nl: https://www.svb.nl/int/nl/aow/index.jsp](http://www.svb.nl/int/nl/aow/index.jsp)
- Thissen, F. (2004). *Screen Design Manual - communicating Effectively Through Multimedia*. Springer-Verlag: Berlin Heidelberg.
- Topicus. (2016). *Topicus*. Opgehaald van [www.Topicus.nl](http://topicus.nl/): <http://topicus.nl/>
- Tuijl, H. v. (sd). Hoofdstuk 1 - Het menselijk bewustzijn. In H. Van Tuijl, *Oorsprong - Bewustzijn en het Proces van Creatie*. Haarlem: AB publicaties.
- Twitter. (2016, maart). *Twitter*. Opgehaald van [twitter.com: https://twitter.com/search?vertical=default&q=pensioen&src=typd](https://twitter.com/search?vertical=default&q=pensioen&src=typd)
- Veer, N. v., Sival, R., & Meer, I. v. (2016). *Nationale Social Media Onderzoek 2016*. Amsterdam/Enschede: Newcom Research & Consultancy B.V.
- Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2000). 3 Onderzoekmodel. In P. Verschuren, & H. Doorewaard, *Het ontwerpen van een onderzoek* (pp. 39-58). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Visser, J., Oosterveld, P., & Kloosterboer, M. (2012). *Pensioencommunicatie: behoeften en barrières*. Amsterdam: TNS NIPO.
- Vonken, J., & Iking, E. (2016). 2. Neuromarketing: hoe ons onderbewuste over pensioen denkt. In A. Bronner, E. Brüggen, P. Dekker, E. de Leeuw, L. Paas, A. Smidts, & J. Wieringa, *Ontwikkelingen in het marktonderzoek 2016* (pp. 27-39). Amsterdam: Spaar en Hout Haarlem.
- Waard, P. d. (2016, juni 6). 'Ondanks Negatieve voorspellingen weinig zorgen over pensioen'. *de Volkskrant*.
- WebWise Team. (2012, oktober 10). *BBC WebWise*. Opgehaald van [www.bbc.co.uk: http://www.bbc.co.uk/webwise/guides/about-facebook](http://www.bbc.co.uk/webwise/guides/about-facebook)
- Wieringa, R. J. (2014). *Design Science Methodology for information Systems and Software Engineering*. Springer: Heidelberg.
- Wijzer in geldzaken. (2009). *Nieuw meetinstrument: 'De pensioenbewustzijn-meter'*. Den Haag.
- Wijzer in geldzaken. (2012). *Pensioenbewustzijn - Werkgevers spelen cruciale rol bij vergroten pensioenbewustzijn*. Den Haag: Wijzer in geldzaken.
- YouTube. (2016, maart). *YouTube NL*. Opgehaald van [www.youtube.com: https://www.youtube.com/results?search_query=pensioen](https://www.youtube.com/results?search_query=pensioen)
- Zijlstra, W. (2011, augustus 26). Generatie Y is ramp voor werkgevers. *ZBC kennisbank*.
- ZZP Nederland. (2016, januari). *Stichting ZZP Nederland*. Opgehaald van [www.zzp-nederland.nl: http://www.zzp-nederland.nl/](http://www.zzp-nederland.nl/)

Appendices

Appendix A: Pensioenstelsel in Nederland

In Nederland is het gebruikelijk dat werknemers gedurende alle arbeidsjaren sparen voor hun pensioen. Dit wordt gedaan door het betalen van AOW-premie, aanvullend pensioen op te bouwen via de werkgever en door individuele pensioenopbouw. Pensioen wordt voor veel werknemers gezien als een belangrijke, maar ingewikkelde arbeidsvoorwaarden. Momenteel staat het pensioenstelsel hevig onder druk, dit heeft te maken met de economische crisis, de opbouw van het stelsel en het groeiende aantal zelfstandige zonder personeel (zzp'er) (Horde, 2015; Renderment Uitgeverij BV, 2012). Om te begrijpen waarom het van belang is dat we ons gaan verdiepen in onze oudedagsvoorziening gaan we eerst de opbouw van het huidige pensioenstelsel uitleggen. Vervolgens komen de veranderingen van het pensioenstelsel aan bod.

A.1 Huidige pensioenstelsel

Allereerst wordt de opbouw van het pensioenstelsel uitgelegd met de verschillende pijlers en belangrijkste uitzonderingen. Vervolgens komt het toekomstige pensioenstelsel aanbod, zoals deze nu bekend is.

Opbouw

Het klassieke Nederlandse pensioenstelsel is opgebouwd uit drie pijlers: AOW, collectieve pensioenopbouw en individuele pensioenopbouw (Figuur 3). Je persoonlijke situatie bepaalt uit welke pijler(s) je geld ontvangt. Er zijn 4 opties:

- Geld ontvangen uit pijler 1;
- Geld ontvangen uit pijler 1 en 2;
- Geld ontvangen uit pijler 1 en 3;
- Geld ontvangen uit pijler 1, 2 en 3.

Pijler 1 – AOW

Sinds 1957 ontvangt iedereen die in Nederland woont of heeft gewoond dit type basispensioen van de Rijksoverheid, dit wordt ook wel ouderdomspensioen genoemd. De hoogte van het bedrag is afhankelijk van je persoonlijke status (alleenwonend of samenwonend) en het aantal jaren dat je AOW hebt opgebouwd. De AOW-opbouw wordt bepaald door het aantal jaren dat je in Nederland woont of werkt, ieder jaar bouw je 2% AOW-pensioen op met (minimaal 2% en maximaal 100%). Wanneer je in het buitenland hebt gewoond of gewerkt kan het zijn dat je minder hebt opgebouwd (Reichert, 2010; SVB, 2016).

Tot 2013 was de AOW-leeftijd 65 jaar, maar sinds 1 januari 2014 zit deze in een stijgende lijn naar 67 jaar in 2023. Iedere vijf jaar wordt de pensioensleeftijd opnieuw gewaardeerd op basis van de verwachte gemiddelde leeftijd. De AOW wordt verkregen uit de inkomsten die gecreëerd worden door de huidige beroepsbevolking en uit de algemene middelen van de overheid. De gepensioneerde betaald niet mee aan deze premie, maar indirect betalen ze wel mee via de algemene middelen (Abcpensioen, 2014).

Pijler 2 – Collectieve pensioenopbouw

In deze pijler staat het pensioen dat is opgebouwd via de werkgever en wordt gezien als aanvulling op het basispensioen van de Rijksoverheid, maar werkgevers zijn niet verplicht om dit voor hun medewerkers te regelen. Als de werkgever mee doet aan het collectieve pensioen kan hij deze onderbrengen bij een pensioenfonds of een verzekeraar.

Het pensioenfonds is vervolgens ook nog te verdelen in drie soorten: bedrijfstakpensioenfonds (type branche), ondernemingspensioenfonds (een concern of onderneming) en beroepspensioenfonds (vrije

beroepen). Het voordeel van een pensioenfonds is dat het stichtingen zijn en financiële problemen in het bedrijf hebben geen directe gevolgen op het pensioen van de werknemers. Bij de pensioenfondsen die via de verzekeraar lopen zit het anders in elkaar, deze wordt gefinancierd via premies die mensen in het verleden hebben betaald en vermeerderd met het rendement daarop. De economische fluctuaties kunnen dit deel van de oudedagsvoorziening beïnvloeden (Abcpensioen, 2014; Pensioenkijs.nl, 2016).

Pijler 3 – Individuele pensioenopbouw

Deze laatste pijler is bedoeld als aanvulling van het AOW-pensioen en eventueel het collectieve pensioen. Momenteel maken vooral werknemers die geen pensioenregeling hebben bij de werkgever en zelfstandige hier gebruik van. Tot 1 januari 2015 was het voor zzp'ers namelijk niet de mogelijkheid om collectief pensioen op te bouwen (ZZP Nederland, 2016). Het voordeel van pensioen opbouwen via deze weg is dat het fiscaal aantrekkelijk sparen is voor extra pensioen. Dit kan gebruikt worden om het pensioengat op te vullen of eerder met pensioen te gaan en kan worden gedaan door middel van lijfrente, koopsommen, levensverzekeringen, individuele beleggingen en spaarrekeningen (Reichert, 2010).

Uitzonderingen

Veranderingen in de privésituatie en veranderingen in de werksfeer kunnen ervoor zorgen dat de pensioenopbouw anders loopt dan vooraf bedacht. Daarnaast zijn er ook nog belastingregels die in acht moeten worden genomen. In de onderstaande paragraaf gaan we kort de mogelijke veranderingen in de privésituatie uitleggen en de gevolgen die dit met zich meebrengt. Daarna worden de veranderingen en gevolgen in de werksituatie behandeld en tot slot bespreken we de belastingregels.

Veranderingen privésituatie

Een aantal gelegenheden die zich voor kunnen doen in het privéleven van mensen kunnen invloed hebben op het pensioen. Veranderingen die zich kunnen voordoen en invloed hebben op het pensioen zijn trouwen, samenwonen, kinderen krijgen, scheiden, arbeidsongeschikt raken, verhuizen naar het buitenland, verhuizen naar Nederland en overlijden. Het effect op het pensioen is per verandering anders, daarom gaan we ze beknopt uitleggen (Pensioenkijs.nl, 2016).

Trouwen en samenwonen; in de meeste gevallen is het partnerpensioen meeverzekerd. Dit pensioen is bestemd voor de partner na het overlijden van de persoon die pensioen opbouwt. Bij samenwonen worden er vaak eisen gesteld en zal de partner zelf aangemeld moeten worden. Ook bij een tweede huwelijk ontvangt de eerste partner nog deels pensioen, mits hierover afspraken zijn gemaakt met de ex-partner.

- *Kinderen krijgen;* het krijgen van kinderen heeft alleen invloed op het pensioen wanneer de pensioengerechtigde sterft, in veel gevallen hebben de kinderen dan recht op een (half)wezen uitkering van de overheid. Een kind ontvangt deze uitkering als één of beide ouders overlijden, de leeftijd tot wanneer dit wordt uitgekeerd verschilt per regeling (18 tot 21 jaar). Tevens kan het langer doorlopen als het kind studeert of arbeidsongeschikt is.
- *Scheiden;* bij een scheiding heeft de ex-partner wettelijk gezien recht op een deel van het pensioen, zowel partnerpensioen, als ouderdomspensioen. Als er bij de scheiding gezamenlijk afspraken worden gemaakt die afwijken van de wet is dat mogelijk.
- *Arbeidsongeschikt raken;* bij arbeidsongeschiktheid loopt de opbouw van ouderdomspensioen in sommige gevallen door, dit ligt aan de regeling. Bij langdurige ziekte kan men aan de voorwaarde voldoen om een uitkering uit de Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen (WIA) te ontvangen.
- *Verhuizen naar het buitenland;* het pensioen dat in Nederland is opgebouwd blijft bestaan, alleen is het in de meeste gevallen niet altijd mogelijk om het pensioen te blijven opbouwen. Dit is per pensioenuitvoerder anders.
- *Verhuizen naar Nederland;* in veel gevallen wordt er dan minder pensioen ontvangen. Per jaar dat in Nederland wordt gewoond of gewerkt wordt 2% AOW opgebouwd.

- *Overlijden*; het partnerpensioen staat vermeld bij trouwen en samenwonen, daarnaast bestaat er ook nog een Algemene Nabestaandenwet. De hoogte van deze wet ligt aan de leefsituatie en het eigen inkomen van de partner die achterblijft.

Veranderingen werksituatie

Naast veranderingen in het privéleven kunnen zich ook veranderingen voordoen in de werksituatie. Uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (Driessen & Vries, 2013) komt naar voren dat de mobiliteit onder jongeren en hoogopgeleiden het grootst is. Daarnaast zijn in Nederland steeds meer mensen in deeltijd gaan werken (Beer, Meer, Ruyssveldt, & Wielers, 2006). Tot slot kunnen verlof, werkloos worden, gaan werken in het buitenland en zzp'er worden ook invloed hebben op de hoogte van het pensioen. Vandaar dat we kort de invloed van een nieuwe baan, werken in deeltijd, verlof nemen en het krijgen van ontslag op de hoogte van het pensioen gaan uitleggen (Pensioenkijs.nl, 2016):

- *Nieuwe baan*; het pensioen dat bij de vorige werkgever is opgebouwd blijft behouden. Bij een nieuwe baan in de dezelfde sector is de kans groot dat de pensioenopbouw bij dezelfde pensioenuitvoerder door wordt gezet. Bij een nieuwe baan bij een andere pensioenuitvoerder is het belangrijk dat wordt uitgezocht wat het meest gunstige, qua pensioenopbouw, is voor u als werknemer.
- *Deeltijdwerk*; het percentage dat wordt gewerkt van een fulltimebaan is ook het percentage pensioen dat opgebouwd wordt. Bij de berekening van het pensioen wordt er rekening gehouden met een drempelbedrag, ook wel franchise genoemd, dit is een vast bedrag dat van het salaris wordt afgetrokken.
- *Verlof*; tijdens zwangerschapsverlof verandert er niets, zowel het salaris als de pensioenopbouw blijven doorlopen. De invloed van andere soorten verlof kunnen het beste besproken worden met de werkgever of de pensioenuitvoerder.
- *Werkloos worden*; het pensioen dat is opgebouwd blijft staan, maar er zal verder geen pensioenopbouw plaatsvinden in pijler 2.
- *Werken in het buitenland*; er wordt onderscheid gemaakt in vier soorten arbeid:
 - o *Starten als zzp'er in het buitenland*; het is mogelijk om AOW op te bouwen als de persoon in aanmerking komt voor een detacheringsverklaring. Dit is mogelijk in verschillende landen onder bepaalde voorwaarden.
 - o *Uitgezonden worden door een werkgever naar het buitenland*; de regels zijn hetzelfde als een starten zzp'er in het buitenland.
 - o *Werken voor een buitenlandse werkgever*; informatie inwinnen voor vertrek is het beste, aangezien het in sommige gevallen mogelijk is om pensioen op te bouwen en eventueel ook een ouderdomspensioen te ontvangen van de overheid.
 - o *Grensarbeid (wonen in Nederland en werken in het buitenland of vice versa)*
- *Zzp'er worden*; in de meeste geval zal de persoon zelf het pensioen op moeten bouwen. Enkele bedrijfstakken en beroepen hebben een verplichte pensioensregeling, deze gelden ook voor zzp'ers.

Belastingregels

De belastingdienst heeft regels opgesteld voor de pensioenopbouw. Zo gelden er gunstigere belastingregels en is het niet mogelijk om onbeperkt pensioen op te bouwen. Tevens is pensioenopbouw mogelijk over een salaris van maximaal € 100.000,- (fulltime), over het salaris wat boven deze grens ligt kan geen pensioen opgebouwd worden (Pensioenkijs.nl, 2016).

A.2 Veranderingen pensioenstelsel

Nederlanders worden steeds ouder en hier is het huidige pensioenstelsel niet op ingesteld. Daarnaast is het pensioenstelsel dat we kennen gevoelig voor schommelingen op de economische markt en veranderende maatschappelijke trends. Om de kosten en gevoeligheid van het huidige stelsel te verlagen gaat de AOW-leeftijd omhoog en wijzigt de overheid regels voor pensioenfondsen en pensioenopbouw.

De eerste pijler, het AOW, wordt voor een groot deel gefinancierd door het omslagstelsel. Deze manier van financieren houdt in dat “de werkenden premies betalen, waarmee op dat moment uitkeringen aan de uitkeringsgerechtigden worden betaald” (Encyclo, 2016). Aangezien de pensioenkosten maar blijven stijgen wordt een steeds groter deel gefinancierd uit algemene middelen, waaraan alle Nederlanders meebetalen. Daarnaast zal het aantal mensen dat een AOW ontvangt blijven stijgen ten opzichte van het aantal werkende en hierdoor zullen de kosten die het AOW met zich meebrengt blijven stijgen. Er vinden al wijzingen plaats met de pensioengerechtigde leeftijd, deze zijn besproken in paragraaf 3.1.1. Ook worden er aanpassingen gemaakt aan de hoogte van het AOW, hierdoor kan het zijn dat je op de gepensioneerde leeftijd minder AOW ontvangt dan verwacht (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2016).

Over wijzingen die betrekkingen hebben op de werkgeverspensioenopbouw, pijler 2, kunnen we geen eenduidig antwoord geven, maar de kans dat er hierop gekort wordt is groot. De regels worden bepaald door de pensioenuitvoerder, maar er zijn wel enkele regels opgesteld om de werknemer te beschermen tegen schijnconstructies van de werkgever. De opbouw van het individueel pensioen (pijler 3) wordt vanaf 1 januari 2016 beter beschermd. Wanneer de persoon namelijk in de bijstand terecht komt zal deze in eerste instantie het opgebouwde pensioenvermogen niet hoeven aan te spreken, mits het bedrag lager is dan € 250.000,- (Het Arbeidsrechtkantoor, 2016).

Om het eventuele pensioengat op te vangen dat ontstaat door het verlagen van de AOW en het werkgeverspensioen is het van belang dat mensen bewust hun pensioen en pensioenopbouw in de gaten houden. Hierdoor kunnen ze ervoor zorgen dat wanneer ze de pensioengerechtigde leeftijd bereiken, ze niet voor verrassingen komen te staan. Dit houdt ook in dat wijzigingen met betrekking tot de pensioenfondsen en pensioenopbouw in de gaten moeten worden gehouden, deze wijzigingen worden hieronder uitgelegd (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2016).

Wijzigingen pensioenfondsen

In het wetsvoorstel ‘Variabele pensioenuitkering’ bestaat de mogelijkheid om te kiezen tussen een vast of variabel pensioen. Bij een vast pensioen ook wel kapitaalovereenkomst genoemd, staat het pensioen vast en weet de pensioengerechtigde hoeveel deze gaat ontvangen. Bij een variabel pensioen of terwijl premieovereenkomst wordt een deel belegd en staat de hoogte van het pensioen dus nog niet vast. Voordat deze wet ingevoerd kan worden zal deze eerst nog door de Tweede en Eerste kamer behandeld moeten worden. Als ze beide de wet goedkeuren wordt deze gepubliceerd in het Staatsblad en zal de wet op 1 juli 2016 in kunnen gaan (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2016).

Aanpassingen pensioenopbouw

Op 1 januari 2015 heeft het kabinet al twee wijzingen doorgevoerd (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2016):

- Het opbouwpercentage van de collectieve pensioenopbouw is verlaagd van 2,15% naar 1,875%.
- Bij een inkomen hoger dan €100.000,- is het niet mogelijk om pensioen op te bouwen via de gewone weg. Het is wel mogelijk om pensioen op te bouwen via een vrijwillige netto pensioenregeling die de werkgever kan aanbieden.

Appendix B: Persona's

Figuur 18: Persona 1

Figuur 19: Persona 2

Figuur 20: Persona 3

Figuur 21: Persona 4

Figuur 22: Persona 5

Figuur 23: Persona 6

Appendix C: Marktaanbod

Het aanbod op de Nederlandse markt is te onderscheiden in apps, websites en social mediakanalen.

C.1 Apps

Apps worden gedownload via de app stores van de verschillende besturingssystemen (iOS, Android en Windows). Bij het vergelijken van deze stores beperken we ons tot Nederlandse apps. Daarnaast is besloten om alleen te kijken naar de besturingssystemen iOS en Android. Aangezien Topicus momenteel alleen apps voor deze platformen ontwikkeld. In de stores kunnen we onderscheid maken door apps die aan worden geboden door twee groepen. Namelijk apps van pensioenuitvoerders en apps van externen. Deze twee soorten apps gaan we hieronder wat verder belichten aan de hand van voorbeelden.

Apps van pensioenuitvoerders

Bij de pensioenapps hebben we gekeken naar twee verschillende soorten apps die in beide stores beschikbaar zijn. Voor de uitvoerders hebben we allereerst een pensioen app van Aegon en daarna de pensioen app van Nationale Nederlanden.

Aegon

De app van Aegon is in beide stores makkelijk te vinden, aangezien deze 'Mijn Aegon' heet. De app kunnen we beschouwen als redelijk up-to-date. Hij is namelijk in december 2015 in beide stores voor het laatst bijgewerkt (gecontroleerd op 5 februari 2016). Het nadeel hiervan is dat de app nog niet is ingesteld op de pensioenregels die sinds 1 januari 2016 van kracht zijn en dat de pensioengerechtigde leeftijd nog is ingesteld op maximaal 65 jaar. Een ander nadeel is dat de app alleen volledig toegankelijk is voor mensen die Aegon als pensioenuitvoerder hebben.

De app is niet specifiek voor pensioenen bedoeld, maar geeft inzicht in jouw financiële situatie. In het pensioenoverzicht bent kun je 'Mijn Pensioen Situatie', 'Mijn AOW-leeftijd' en 'documenten' zien. Bij 'Mijn Pensioen Situatie' kun je je salaris, overige regelingen, AOW en Aegonpensioen inzien. Zowel het netto-inkomen, als het bruto-inkomen. Bij 'Mijn AOW-leeftijd' staat de pensioengerechtigde leeftijd weergegeven en het totaal inkomen wat verwacht wordt, vanaf die dag. Daarnaast kun je ook extra inkomen voor later inzien. Dit kun je alleen zien als je bent ingelogd en dus producten afneemt van Aegon.



Figuur 24: Mijn Pensioenoverzicht (Google, 2016)

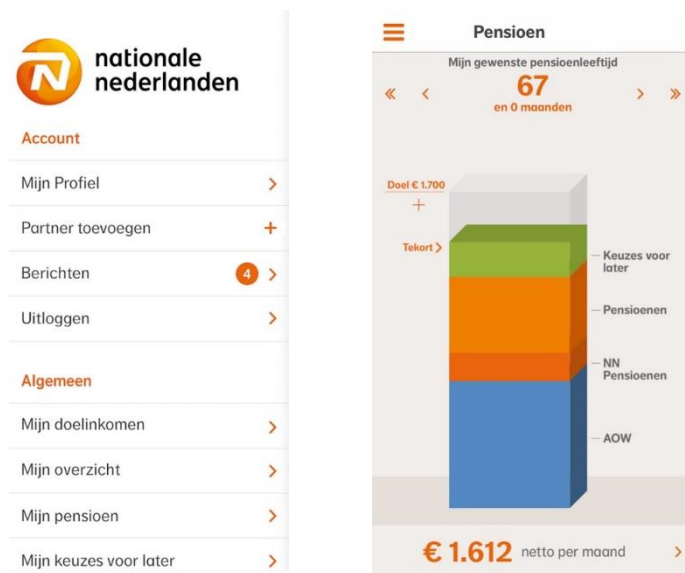
Om de klantbeleving van de app te bepalen is gebruik gemaakt van de beoordelingen in de stores. Bij de iOS store staat geen klantbeoordeling gemeld, aangezien niet genoeg mensen deze versie hebben beoordeeld. Je zou anders een vertekend beeld kunnen krijgen van de app. In de Google store wordt de app beoordeeld met een 3,7. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen verschillende versies. Daarnaast staat in de meest recente apps vermeld dat mensen het een inzichtelijke app vinden, alleen crasht deze vaak en is hij niet bijgewerkt en de nieuw wet- en regelgeving (Apple, 2016; Google, 2016).

Nationale Nederlanden

De app van Nationale Nederlanden heet in beide stores 'Mijn Pensioencoach' en is bij beide in november 2015 voor het laatst bijgewerkt (gecontroleerd op 5 februari 2016), hierdoor is deze niet bijgewerkt naar de laatste wet- en regelgeving. Het voordeel van deze app is dat het een duidelijk stappenplan is dat je moet invullen en uiteindelijk heb je inzicht over je gehele pensioen. Het nadeel is dat de pensioenleeftijd

momenteel ligt op maximaal 70 jaar en 0 maanden. Terwijl de voorspellingen voor jongeren momenteel al hoger liggen (zie **Fout! Verwijzingsbron niet gevonden.**), daarom is deze app niet geschikt voor iedereen.

Deze app is specifiek voor pensioenen bedoeld en alles in het menu is hier ook op gespecificeerd. Nadat het stappenplan eenmaal volledig is ingevuld komt het overzicht tevoorschijn. In het stappenplan wordt onder andere naar je uniform pensioenoverzicht (UPO) gevraagd, individuele pensioenopbouw en gewenste maandinkomen na pensionering. In dit overzicht is het mogelijk om de gewenste pensioenleeftijd aan te passen. Bij aanpassingen wordt dan ook direct duidelijk welke invloed dit heeft op het netto-inkomen per maand (vanaf de aangegeven leeftijd).



Figuur 25: Menu en overzicht Mijn Pensioen app (Google, 2016)

De klanten hebben deze app beoordeeld in de store. In de iOS store ontvangt deze app 3 sterren, maar dat is voor alle versies die ooit zijn uitgekomen. De recensies van de Google store komen uit op een 3,8 en de meest gehoorde punten zijn dat het een handige en overzichtelijke app, maar dat deze erg vaak crasht en niet op alle apparaten na behoren werkt.

Apps van externen

De externen die hier bedoeld worden zijn bijvoorbeeld bedrijven die onlineproducten ontwikkelen, maar welke niet gespecialiseerd zijn op het financiële vlak. Bij de apps van externen over pensioen gaan we er niet zo diep op in als bij de pensioenuitvoerders. We zien namelijk een grote gelijkenis met alle apps die door externe partijen in de store zijn geplaatst. Deze worden namelijk één keer gebouwd en vervolgens niet of nauwelijks meer bewerkt. Dit heeft als gevolg dat de meeste van deze apps al enkele jaren oud zijn, niet meer up-to-date en de klant zal er niet tot nauwelijks meer wat aan hebben. De app blijft wel in de store staan, maar zal steeds verder verouderen.

C.2 Websites

Op het gebied van pensioenen is er veel te vinden op het internet. Aangezien iedereen iets op het internet kan publiceren hoeft de informatie niet altijd up-to-date te zijn. Allereerst gaan we kijken naar websites van de overheid, vervolgens websites van de pensioenuitvoerders Aegon en Nationale Nederlanden en tot slot naar de website van het kenniscentrum.

Websites van de overheid

Als mensen algemene informatie willen over het begrip pensioen denken ze al snel aan de website van de overheid www.rijksoverheid.nl. Deze site is informatief, maar de stof is erg droog en complex gedocumenteerd. Een andere grote speler van informatieve sites is de Stichting Pensioenregister. Dit is een samenwerking tussen het ministerie en verschillende bedrijven die er zijn om de consument te informeren. Zij beheren de sites www.pensioenkiijker.nl en www.mijnpensioenoverzicht.nl. Deze sites zijn inzichtelijk, duidelijk en informatief.

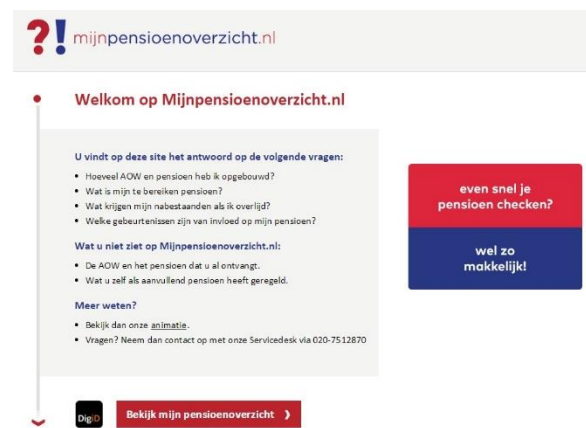
Op de pensioenkiijker-site vindt je informatie over pensioenopbouw, als je bijna met pensioen gaat en voor



gepensioneerde. Ook zijn er een drietal onderwerpen uitgelicht, zodat mensen niet de site hoeven te doorzoeken: informatie speciaal voor de werkgevers, de pensioenplanner en pensioenbegrippen.

Figuur 26: Printscreen www.pensioenkiijker.nl (2016)

Op de site van mijnpensioenoverzicht.nl is de informatie van de Sociale Verzekeringsbank en uw pensioenuitvoerders te vinden. Na het inloggen met uw DigiD-code staat er genoteerd van wie de site uw gegevens heeft ontvangen. U kunt dan vinden hoeveel pensioen u tot nu toe hebt opgebouwd bij (verschillende) pensioenuitvoerder(s). Mocht er niet wijzigen ziet u op welke leeftijd(en) u AOW en ander pensioen gaat ontvangen. Daarnaast is er informatie te vinden over een veranderde werk- of privésituatie. Ook is het mogelijk om inzicht te krijgen in het totale nettoloon dat u samen met uw partner ontvangt. Hiervoor moeten wel beide personen inloggen via DigiD.



Figuur 27: Printscreen www.mijnpensioenoverzicht.nl (2016)

Websites van pensioenuitvoerders

De (meeste) pensioenuitvoerders hebben een website waar informatie op is te vinden voor werknemers, werkgevers en pensioengerechtigde. De inzichtelijkheid van deze website verschilt per pensioenuitvoerder. Hieronder bespreken we de pensioenuitvoerders waarvan we ook de apps hebben beschreven: Aegon en Nationale Nederlanden.

Aegon

Aegon is wereldwijd aanbieder van pensioenen, verzekeringen en vermogensbeheer. Maar het onderwerp pensioenen is op de homepage erg makkelijk te vinden. Als je hierop klikt kom je op een deel van de website die volledig is gericht op pensioenen. Het menu is onderverdeeld in drie onderwerpen: 'Wat past bij mij?', 'Pensioen-producten' en 'Inzien en wijzigen'.



In het onderdeel 'Wat past bij mij?' zijn de categorieën aanvullend pensioenopbouw, mijn lijfrente komt vrij, mijn pensioen bij Aegon en pensioenadvies te vinden. Bij deze koppen is informatie te vinden, maar ook producten die afgenomen kunnen worden bij Aegon. In het onderdeel 'Pensioen-producten' zijn de koppen aanvullend pensioenopbouw, lijfrente uitkeren, lijfrente uitstellen en pensioen uitkeren vermeld. Hier worden de pensioen-producten die Aegon verkoopt verder uitgelegd. Tevens is het mogelijk om ze direct online af te sluiten. Tot slot hebben we het onderdeel 'Inzien en wijzigen'. Hier kan er worden ingelogd in het afgesloten deel voor Aegon-klanten. Daarnaast is het mogelijk om een mail te sturen en worden veel gestelde vragen over pensioenen uitgelegd.

Figuur 28: Printscreen www.aegon.nl (2016)

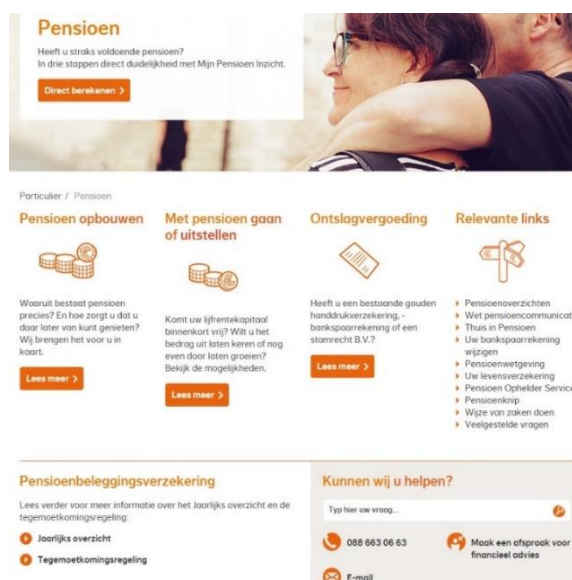
Het nadeel van de Aegon-website is de berekeningen die je kunt uitvoeren geen duidelijk beeld geven als je niet bent ingelogd. Tevens verwijzen ze direct door naar een aantal van de producten die Aegon aanbiedt. Als je geen klant bent Aegon is het niet mogelijk om een overzicht te krijgen over je gehele pensioenopbouw. Het voordeel van de website is dat de producten duidelijk worden uit gelegd hoe ze werken, voor wie ze bestemd en wat de voor- en nadelen zijn. Tevens worden vergeleken met alternatieven producten bij Aegon. Mocht je willen is alles online te regelen via deze pensioenuitvoerder.

Nationale Nederlanden

Nationale Nederlanden is een financiële voor particuliere en zakelijke klanten in Nederland. Het onderwerp pensioenen is dan ook van de onderwerpen, maar deze is direct boven aan de website te vinden.

Het eerste wat opvalt op de website is het direct berekenen van uw pensioen inzicht. In drie stappen is de persoonlijke pensioensituatie zichtbaar. Ook wordt duidelijk welke keuzes het inkomen beïnvloeden. Tevens kan er een afspraak worden gemaakt met een adviseur.

De andere koppen gaan over pensioen opbouwen, met pensioen gaan of uitstellen, ontslagvergoeding, relevante links, pensioenbeleggingsverzekering en contact informatie van Nationale Nederlanden.



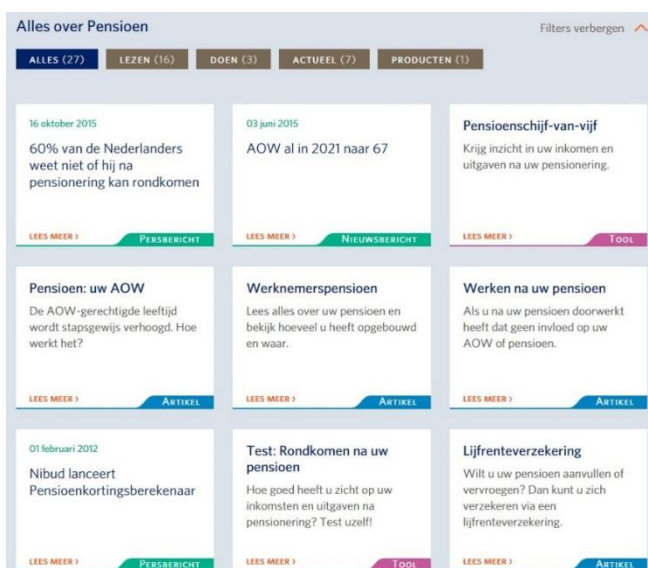
Figuur 29: Printscreen www.nn.nl (2016)

Binnen de meeste koppen kan men de producten vinden die Nationale Nederlanden aanbiedt, wat u kunt doen, berekeningen uitvoeren, wat het betekent en waar u nu staat.

Het nadeel van de website is dat als je rechtsboven in de hoek op inloggen drukt je op de verkeerde plek inlogt. Deze is namelijk alleen bestemd voor sparen, banksparen en hypotheek. Als je wilt inloggen om de (collectieve) pensioenregeling via de werkgever in te zien moet op de inlogsite even doorklikken. Het voordeel aan deze site is dat alle koppen op dezelfde manier zijn opgebouwd. Dit zorgt voor structuur en duidelijkheid in de pensioenomgeving.

Website van het kenniscentrum

Het Nibud is een stichting die huishoudens informeert en adviseert over financiële zaken. Op deze manier willen ze ervoor zorgen dat de Nederlandse bevolking zelfstandig is op financieel vlak. Het onderwerp



Figuur 30: Printscren www.nibud.nl (2016)

pensioen is makkelijk te vinden op de website, maar het onderdeel is erg rommelig weergegeven. Automatisch staan alle onderwerpen door elkaar: lezen, doen, actueel en producten. Het vreemde is deze onderwerpen niet corresponderen met de tags de blokken.

Het is een informatieve site, waar de consumenten aan de hand van verschillende testen zijn pensioen kan berekenen. Alleen de nieuwsberichten zijn niet erg up-to-date: één bericht uit 2012, 4 berichten uit 2014 en twee berichten uit 2015. Hierdoor kan de consument gaan twijfelen aan de betrouwbaarheid van de pensioeninformatie die verder is te vinden op de site.

C.3 Social mediakanalen

Facebook

Facebook is een social netwerksite waarop leden hun persoonlijke interesses delen met andere mensen (WebWise Team, 2012). Op het gebied van pensioenen vinden we Facebookpagina's van bedrijven die de financiële markt bedienen. Daarnaast zijn er groepen over pensioenen die met pensioen gaan te vinden, om de informatie te kunnen inzien dien je in de meeste gevallen lid te worden (Facebook, 2016). Facebook is dan ook geen representatief medium om te gebruiken tijdens dit onderzoek.

YouTube

YouTube fungeert als distributiekanaal van filmpjes die iedereen kan uploaden en binnen enkele minuten kunnen ze wereldwijd worden bekeken. Wanneer we gaan zoeken op het onderwerp pensioen zien we bijna 31.000 resultaten. Kijkend naar informatieve filmpjes valt op dat deze vooral door bedrijven uit de pensioen branche zijn gepubliceerd, daarnaast zijn er ook interviews/documentaires te vinden die te maken hebben met het onderwerp pensioen. Het kanaal kan worden gebruikt om op een passieve manier informatie te vergaren. Over de betrouwbaarheid kunnen we niet veel zeggen (YouTube, 2016).

LinkedIn

LinkedIn is een social netwerksite welke zich richt op professionals. Op een eenvoudige manier kun je je netwerk op de hoogte brengen van functie- en baanwijzigingen. We vinden op LinkedIn bij het invullen van de zoekterm 'pensioen' dan ook content over jobs, groepen, mensen en bedrijven. Aangezien we doormiddel van dit onderzoek bij willen dragen aan pensioenbewustzijn, richten we ons op de groepen. De groepen zijn veelal gericht op mensen uit een bepaald werkveld of die informatie willen van een bepaalde pensioenuitvoerder. De volgende groepen zijn met elkaar vergeleken premiepensioeninstelling, Wft Pensioen, Pensioen-Netwerk en PBM Pensioenprofessionals. De verschillende groepen hebben als overeenkomst om de leden te informeren over artikelen die zijn gepubliceerd. De informatie wordt veelal

door dezelfde mensen gepubliceerd en een enkele keer wordt hierop gereageerd, maar ook dit medium wordt vooral passief gebruikt (LinkedIn, 2016).

Google+

Google+ is te vergelijken met Facebook, LinkedIn en Twitter, maar het is de social netwerksite van Google. Je kunt mensen in kringen indelen en kunt bij een post kiezen voor welke kring de informatie zichtbaar wordt. Op deze wijzen kun je zakelijk en privé scheiden. Wanneer we 'pensioen' invullen bij de zoektermen krijgen we collecties, mensen en pagina's, communities en berichten te zien. Alleen bij berichten staan recente berichten weergegeven die zinvol kunnen zijn. Hierin staan vooral doorverwijzingen naar artikelen over pensioen, welke worden gepubliceerd op persoonlijke titel en door pensioenuitvoerders. Ook dit is een passieve manier van informatie verstrekken (Google+, 2016).

Twitter

Twitter is een social netwerksite waarbij snel korte berichten (140 tekens) uitgewisseld kunnen worden met andere gebruikers. Deze korte tweets over pensioenen worden zowel door bedrijven, als op persoonlijke titel verstuurd. Aangezien de berichten kort zijn, wordt er in de meeste gevallen naar een artikel/internetsite doorverwezen die gaat over het onderwerp. De gebruiker wordt niet getriggerd om te gaan lezen, maar moet dit doen vanuit eigen beweging (Twitter, 2016).

Appendix D: Vragen en uitwerkingen testen eerste ontwerp

Deze appendix is een toevoeging op hoofdstuk 6. In dit hoofdstuk zijn kort de test uitslagen van de zowel de selectie uit de doelgroep, als van de experts weergegeven. De vragen die bij beide groepen gesteld zijn, zijn hetzelfde en hieronder weergegeven. Vervolgens zijn in paragraaf D.2 uitgebreidere uitwerkingen te vinden van de testresultaten.

D.1 Vragen

De vragen die gesteld zijn bij het testen van de eerste indruk bij de doelgroep en experts zijn onder te verdelen in drie blokken. Allereerst de vragen die gesteld zijn bij het eerste scherm, vervolgens vragen bij de overzichtsschermen en tot slot enkele afsluitende vragen.

Eerste schermen

De volgende vragen zijn gesteld voor de eerste schermen:

- Wat is je eerste indruk? Beschrijf het in een paar woorden.
- Wat trekt aan?
- Wat schrikt af?
- Wat verwacht je wat er mee kunt? / Wat verwacht je in de volgende schermen?

- Wat is je eerste indruk? Beschrijf het in een paar woorden.
- Is duidelijk wat het doel is? / Is de boodschap duidelijk?
- Wat zou je doen als je dit scherm te zien zou krijgen?

Overzichtsschermen

De volgende vragen zijn gesteld bij de overzichtsschermen:

Afsluitende vragen

Na het zien van alle vier de concepten wordt de volgende afsluitende vragen gesteld:

- Van welk concept zou je gebruik willen maken?
- Waarom kies je voor dit concept?

D.2 Uitwerkingen

Allereerst worden de testresultaten van de selectie uit die de doelgroep concreter beschreven en vervolgens wordt hetzelfde gedaan voor de experts.

Selectie uit de doelgroep

Allereerst zijn de testen bij de selectie uit de doelgroep uitgevoerd. Deze testen zijn bij de mensen aan keukentafel afgenomen, met behulp van een laptop. Net als in paragraaf 6.1 worden eerste alle concepten doorgenomen en vervolgens de voorkeur. Niet overal staan de antwoorden van alle respondenten, dit omdat mensen soms hetzelfde antwoord hebben gegeven of omdat ze er geen concreet antwoord op hebben gegeven. Concept 1

Over het eerste scherm (figuur 9) van concept 1 zijn de volgende positieve punten benoemd:

- Dit scherm vind ik duidelijk, daarnaast spreken de opties mij aan.

- De tekst met de gegeven opties zijn duidelijk.
- De plaatjes zijn leuk.
- De rechterkant van het scherm spreekt me aan omdat deze niet zo druk voelt, tevens is de kleur leuk.
- “Ja, ik denk dat iedereen zich wel ergens in kan herkennen”.
- Het scherm is simpel.

Daarnaast hebben sommige mensen aangegeven dat er ook punten zijn die ze minder aanspreken:

- De kleuren zijn flets en spreken me niet aan, daarnaast vind ik de personen op de plaatjes uit.
- Veel tekst en vlak qua kleuren.

- Op de plaatjes staan oudere mensen, dit is een groot leeftijdsverschil met mezelf.

Bij het laatste scherm (figuur 10) zijn de onderstaande punten ervaren als aantrekkelijk:

- Het scherm is duidelijk en ik vind het een duidelijk plaatje.
- Het is erg duidelijk.
- Als dit mijn situatie is zou ik het verveld vinden, maar wel duidelijk weergegeven.
- Er is goed te zien wat ik te kort kom en wat ik eraan kan doen.
- “Ziet er enigszins alarmerend uit”.

Terwijl deze punten zijn ervaren als negatief:

- De kleur die is gebruikt vind ik niet mooi.
- De kleuren zijn flets.
- Er staat een taalfout in.

Vervolgens wordt gevraagd of het doel/ de boodschap duidelijk is:

- “Ja, de boodschap is dat je nu moet gaan nadenken hoe je later als je met pensioen gaat je inkomen wilt hebben”.
- Nee, het is niet helemaal duidelijk.

En tot slot de vraag of mensen actie zouden ondernemen:

- Ja, als dit mijn scherm was zou ik wel iets gaan doen.
- Ja, misschien zou ik wel actie ondernemen.
- Ik zou meer gaan werken.
- Meer sparen lijkt me wel erg verstandig.
- Ik zou wel iets willen veranderen aan mijn huidige uitslag.

Concept 2

De eerste indruk bij het overzichtsscherm (figuur 11) is als volgt:

- Minder duidelijk dan de vorige.
- Ook hier vind ik het kleur gebruik niet mooi.
- Afschrikweekend, de kleur rood valt erg op.
- Het is een opsomming.

- Ik wil doorklikken. Het gebruik van ‘netto per maand’ vind ik erg duidelijk, dit mis ik vaak op andere websites.
- Het doet me denken aan de belastingdienst met moeilijke termen. Hier zou ik graag meer uitleg over willen, maar de vinkjes van het stappenplan geven me een goed gevoel. Tevens vind ik de button om actie te ondernemen veel te klein.

Daarna wordt gevraagd het doel/ de boodschap duidelijk is:

- Ja, maar dit duurt aanzienlijk langer.
- “Ik vind de boodschap niet zo duidelijk, maar de gedachtegang klopt wel.”
- Ja, het is voor mij wel duidelijk.

Tot slot de vraag of ze actie zouden ondernemen na het zien van dit scherm:

- Ik zou minder snel actie ondernemen, als bij de vorige.
- Ik zou doorklikken en nietsdoen.
- Ik zou schrikken, maar verder geen niet direct actie ondernemen.
- De uitslag zou ik wegglikken.

Concept 3

Positieve punten die zijn benoemd bij het eerste scherm (figuur 12):

- Heel eenvoudig en wel heel duidelijk.
- Mooi, duidelijk en leuke er zijn leuke icoontjes gebruikt.
- Ik heb geen positieve punten.
- “Ik zou direct doorklikken, het spreekt me namelijk aan.”
- Duidelijk en ik vind deze sterker dan 1. Ook vind ik het gebruik van de fellere kleur mooi en het stappenplan maakt het duidelijker.
- Extreem helder, een prettig stappenplan en dat maakt het gewoon heel duidelijk. Een heel eenvoudig scherm.

De volgende dingen zijn als negatief ervaren:

- “Het scherm zegt niet heel veel, het kan over van alles gaan.”
- Ik vind het niks. Erg onpersoonlijk en de plaatjes van het stappenplan vind ik ook niet leuk.
- Voor mij zijn er geen negatieve punten te vinden over dit scherm.
- “Nee, tenzij ik een transgender ben.”

De eerste indruk over het laatste scherm (figuur 13) is:

- “Helemaal duidelijk, maar hier komt niet bij staan wat je nodig hebt. Er staat wel wensen, maar je krijgt niet te zien wat je nodig hebt/ te kort komt.”
- Het is superduidelijk voor mij.
- Ook dit scherm vind ik niet leuk en erg saai.
- Weinig informatie. Het is een resultaat van, maar ik mis de uitleg.
- Prettig dat het is vermeld in ‘netto per maand’.
- Simpel antwoord, maar de staat van paraatheid mist.

Het doel/ de boodschap van het scherm is wel/niet duidelijk, omdat:

- Het is wel duidelijk, maar ik mis wat informatie over wat ik te kort kom bijvoorbeeld.
- Ja, voor mij is het duidelijk. Maar dit heeft er misschien ook mee te maken dat ik pas al mijn financiën uit heb laten zoeken.
- Het is wel duidelijk.

Wanneer ik er zo voor stond met mijn pensioen, dan zou ik:

- Geen actie ondernemen.
- Niet doen, het is prima voor mij.
- Slikken en vervolgens actie ondernemen.
- Ik zou klikken op het bedrag, want ik wil de opbouw graag weten.
- Ik zou het scherm afsluiten, maar de dialoog is fris en simpel.

Concept 4

Scherf A (figuur 14) geeft mij als eerste indruk:

- Zegt niets.
- Ik vind het een positief en duidelijk scherm.
- Lachwekkend, het is geen feestje.
- Goedkoop omschreven, het geeft me een facebook gevoel.
- Mooi scherm en goed weergegeven.
- Duidelijk, menselijk en positief Ook vind ik het stappenplan links duidelijk.

Voor mij is de boodschap/ het doel wel/niet duidelijk, omdat:

- Ja, het zet mij wel aan tot nadenken.
- Ja, de boodschap is duidelijk. Maar ik heb niks met mezelf vergelijken met andere.

Ik zou het volgende doen als ik dit mijn situatie zou zijn:

- Ik zou geen actie ondernemen.
- Ik heb pas actie ondernomen op het gebied van pensioen, maar anders zou ik het nu misschien wel doen.
- Zou ik geen actie ondernemen, ik vind het erg onduidelijk en lachwekkend.
- Ik zou een borrel pakken en niks veranderen aan mijn pensioen.
- Ik zou het scherm wegglikken.
- Ik zou het scherm wegglikken, maar het zorgt bij mij wel voor een vorm van bewustzijn.

Mijn eerste indruk van scherm B (figuur 15) is:

- Duidelijk, maar niks zeggend.
- Door dit scherm word je wakker geschud, maar het is wel positief en leuk gebracht.
- Ook dit scherm vind ik erg lachwekkend.
- Dit is natuurlijk een minder scherm.
- Net als scherm A vind ik het goedkoop omschreven en doet het me denken aan facebook.
- Dit scherm is alarmerend, maar ik had dan wel een varken verwacht wat triest zou kijken.

Het doel/ de boodschap is voor mij wel/niet duidelijk:

- Ja, het doel is duidelijk.
- Ja, maar ik vind het weinig toegevoegde waarde hebben om te vergeleken te worden met andere mensen.
- Simpel, maar ik zou de knop wat nadrukkelijker maken om de boodschap duidelijker te maken.

Als dit mijn situatie was dan zou ik:

- Ik zou wel gaan nadenken.
- Als ik doorgestuurd zou worden naar een website, zou ik gaan onderzoeken wat ik eraan kan doen om mijn situatie te veranderen.
- Maar hier zou ik wel verder gaan kijken.
- Ik zou het scherm wegklikken.

Voorkeur

Van het volgende concept zou ik gebruik willen maken met de volgende reden:

Experts

De zes experts die zijn geïnterviewd hebben allemaal tijdens werktijd deelgenomen aan de test. De overeenkomst tussen deze personen is dat ze allemaal werkzaam zijn bij Topicus.Finance bij de afdeling Experience. De functies die ze binnen deze afdeling bekleden zijn verschillend. Ook hier staat niet overal zes opsomming weergegeven, omdat deze dubbel of niet concreet zijn.

Concept 1

Over het eerste scherm (figuur 9) van concept 1 zijn de volgende positieve punten benoemd:

- Trekt direct de aandacht, visueel, goede tekst en duidelijke knoppen.
- Ik vind het leuk dat je er plaatjes zijn gebruikt en de titel bovenaan spreekt me ook aan.
- De foto's, de titel en de rustig spreken me aan.

- Ik zou concept 1 met de balans gebruiken. Deze is voor mij het duidelijkste met at je moet doen en wat je verwacht te ontvangen.
- Concept 3 voelt voor mij duidelijk, overzichtelijk, transparant en betrouwbaar.
- Mijn voorkeur ligt bij concept 1, omdat het visueel aantrekkelijk is, de balans is duidelijk en het voelt gewoon makkelijker.
- Concept 3 heeft mijn voorkeur vanwege het overzichtelijke stappenplan.
- Mijn voorkeur gaat uit naar concept, maar wil ik graag meer uitleg op het eindscherm.
- Mijn eerste voorkeur gaat uit naar concept 4 en als ik dan bij scherm B uit kom zou ik graag doorverwezen worden naar concept 3. Ik verwacht bij alle concepten wel dat ik het bijvoorbeeld kan printen, opslaan voor later of kan opslaan als pdf.
- De simpelheid spreekt me aan en ik vind het prettig dat de belangrijkste keuzes grof genoemd zijn.
- Ik vind het logo leuk.
- Duidelijke vragen en ook de drie opties zijn duidelijk.

Daarnaast hebben sommige mensen aangegeven dat er ook punten zijn die ze minder aanspreken:

- Ik vind het een lange tekst, ik zou overal drie regels doen.
- De leeftijd van de mensen op de plaatjes vind ik erg hoog, hierdoor voel ik me niet zo snel aangesproken.
- De kleur bruin vind ik saai en de mensen zijn wel erg oud.
- Het beeld vind ik niet positief door de plaatjes met de oude mensen.
- Ik zou de voettekst verplaatsen naar boven en de knoppen duidelijker maken.

Bij het laatste scherm (figuur 10) is dit mijn eerste indruk:

- De wip staat verkeerd om, maar ik vind het een mooi beeld.
- Bruine balk vind ik niet mooi, bovenste menu is niet duidelijk en ik snap niet waarom er voor deze balans is gekozen.
- Vind de visuele herhaling goed, het menu is wel erg klein en de kleur rood zorgt ervoor dat ik zie dat er iets niet goed is.
- Logica achter de balk ontbreekt voor mij.
- Balans vind ik leuk, maar had meer simulatie verwacht.
- Ik vind de weegschaal en de gekozen metafoor vreemd.

Vervolgens wordt gevraagd of het doel/ de boodschap duidelijk is:

- Ja, deze is duidelijk.
- Ja als ik ga lezen wordt het wel duidelijk voor me.
- De boodschap is duidelijk, maar het vertrouwen mist. Daarnaast mis ik een tijdspannen. Ga ik het redden of is mijn situatie uitzichtloos.
- Niet helemaal. De term evenwicht is verkeerd en ik zou de boodschap zakelijker brengen. Tevens hoort de balans andersom. Ik zou meer kleur verwachten om het duidelijk te maken.
- Ja het is duidelijk, maar ik kan er niet zoveel mee.

En tot slot de vraag of mensen actie zouden ondernemen:

- Ik zou het eindscherm gaan invullen en klikken op herberekenen.
- Als het me niet lukt om het gewenste evenwicht te behalen zou ik teruggaan naar ambities.
- Ik zou via een zoekmachine opzoeken hoe ik mijn pensioen kan aanvullen.

Concept 2

De eerste indruk bij het overzichtsscherm (figuur 11) is als volgt:

- Visueel scherm en ik zie direct dat het iets financieels uitdrukt. Het is minder beeldend, maar prikkelt wel.
- Checkbars gevoel en het is duidelijk dat ik bij laatste stap ben. Moet het plaatje echt gaan lezen en snap tekst aan de rechterzijde niet.
- Druk en saai, maar het tekort is wel direct duidelijk.
- Netjes de verschillende elementen getoond en geeft duidelijk aan wat je tekortkomt. Het lijkt alsof alles uit het individuele pensioen komt.
- De andere was speelser, maar hier is wel uitleg. Ik had het alleen gedetailleerder verwacht, met bijvoorbeeld nog twee zinnen met uitleg.
- Het lijkt alsof je al in pijler 3 pensioen mist, in plaats van dat je 'gewoon' een tekort hebt.

Daarna wordt gevraagd het doel/ de boodschap duidelijk is:

- Nee, ik vind de teksten erg dicht op elkaar staan. Zou het iets rustiger vormgeven dan wordt het duidelijker.
- De boodschap is duidelijk.

Tot slot de vraag of ze actie zouden ondernemen na het zien van dit scherm:

- Ik zou mijn doelen bijstellen, alleen de knop waar ik op kan drukken valt niet op.
- Ik zou op de i'tjes klikken en op de knop drukken, maar deze staat wel erg ver weg.
- Ik zou schrikken en op de button klikken.
- Ik zou klikken op de button en ook via een zoekmachine informatie opzoeken.

Concept 3

Positieve punten die zijn benoemd bij het eerste scherm (figuur 12):

- Duidelijk, simpel en mooie icoontjes.
- Simpele optie, alleen het stappenplan is niet in het midden uitgelijnd. Leuk met die icoontjes.

- “Ik vind het wel wat hebben, waarom? Dat is een goede vraag. Komt rustig over, werken met iconen vind ik een goede in deze sfeer.”
- Het is simpel met maar één klik en voelt persoonlijk. Daarnaast spreken de iconen, het stappenplan en de grote tekst mij aan. Ook lijkt het heel kort.
- Leuke en een duidelijke flow.
- Duidelijke stappen en duidelijke keuzes.

De volgende dingen zijn als negatief ervaren:

- Ik mis de uitleg waarvoor het dient.
- Ik vind het aardig wat stappen.
- “Het bruin vind ik het saai maken.”
- Ik mis context.

De eerste indruk over het laatste scherm (figuur 13) is:

- Kort en krachtig, maar had visueel meer verwacht.
- Duidelijk, maar weinig informatie. Ik wil graag weten hoe het opgebouwd is.
- Duidelijk, de benodigde informatie is dikgedrukt. Maar ik weet niet wat ik nu moet.
- Het is nietszeggend, want ik mis de betekenis.
- Goede indruk, ik zou alleen de tekst veranderen in ‘inkomsten’. En refereren naar wat je overhoudt.
- Ik mis een vergelijking, hierdoor is het lastig in de context te plaatsen.

Het doel/ de boodschap van het scherm is wel/niet duidelijk, omdat:

- Ja, de boodschap is voor mij duidelijk.
- Ja, het is concreet, maar ik mis de betekenis.
- Het is voor mij minder duidelijk, doordat ik de context mis.

Wanneer ik er zo voor stond met mijn pensioen, dan zou ik:

- “Ik zou niet doen, ik mis een trigger”.

- Ik zou op het geldbedrag klikken voor meer informatie.
- Ik zou het scherm dan ook wegglikken.
- Ik zou geen actie ondernemen. Geeft geen idee het voldoende is ja of nee.
- Als de verwachting klopt zou ik geen verdere actie ondernemen, anders zou ik meer informatie opzoeken via een zoekmachine.

Concept 4

Scherf A (figuur 14) geeft mij als eerste indruk:

- Weer een duidelijk stappenplan en heb het idee dat ik word beloond.
- Grappig feitje, maar ik heb er weinig aan.
- Rustig en saai.
- Deprimerende boodschap, de term ‘toereikend’ is wazig, ik mis feiten en ik word er niet enthousiast van.
- Positief scherm, ik vind het leuk om vergeleken te worden met anderen.
- Duidelijk boodschap, maar geen cijfers.

Voor mij is de boodschap/ het doel wel/niet duidelijk, omdat:

- Ja, geen poespas en als ik het helemaal lees is het duidelijk.
- Nee, ik snap niet wat je duidelijk probeert te maken.
- Ja, maar het is nietszeggend.

Ik zou het volgende doen als ik dit mijn situatie zou zijn:

- Ik zou niets ondernemen.
- Ik zou nietsdoen, want ik mis informatie.
- Ik achterblijven met veel vragen en het scherm wegglikken.
- Toch zou ik blij en tevreden wegglikken.
- Ik zou lekker kunnen slapen.

Mijn eerste indruk van scherm B (figuur 15) is:

- Het scherm is negatief, maar wordt met een positieve insteek gegeven. Dit kan wel beter.
- Ook dit een grappig feitje, ik vind het goed dat er een doorverwijzing is.

- Sad. Het is duidelijk dat ik een vervelend leven ga hebben.
- Ik vind het positief gebracht.
- Het scherm is deprimerend. Ook hier vind ik de term 'niet toereikend' wazig en mis ik feiten. Gelukkig is er nog een klein beetje hoop
- Duidelijke boodschap, maar mis cijfers.

Het doel/ de boodschap is voor mij wel/niet duidelijk, omdat:

- Ja. En er is nog iets te doen aan mijn situatie.

Als dit mijn situatie was dan zou ik:

- Doorklikken, ik wil het oplossen
- Moet zou me wel in mijn schoenen zakken en ik andere bronnen raadplegen.
- Ik zou nog wel even op de knop drukken om te kijken wat ik eraan kan doen.
- Ik zou doorklikken, maar het trekt me niet. Tevens mis ik een onderbouwing.

Voorkeur

Van het volgende concept zou ik gebruik willen maken met de volgende reden:

- Concept 4, dan concept 3.
- Ik zou concept 3 en 4 combineren. Concept 4 prikkelt sterk bij scherm B en concept 3 heeft een duidelijk stappenplan.
- Combinatie van concept 2 en 3. Concept 3 vind ik grafisch het leukst en deze zou ik combineren met concept 2 voor meer informatie op het laatste scherm.
- Ik combineer concept 1 en 3. De foto's van concept 1 hebben wel iets, maar het roept een negatief gevoel bij me op. Concept 3 spreken de rust en iconen mij aan, ik mis alleen een verdere stap.
- Een combinatie van 3 en 4. Ik vind de manier van uitvragen en het grafisch deel van concept 3 leuk en hou van het waardeoordeel van concept 4.
- Ik zou concept 3 en 4 mixen. Ik mis wel overal het afzetten tegen lasten.
- Combineren van concept 2 en 3. Want bij concept 3 vind ik de opbouw goed en bij concept 2 is het eindoverzicht duidelijk.

Appendix E: Uitleg stappen prototypes

In deze bijlage staat de extra uitleg die hoort bij hoofdstuk 7. Hierbij gaat het dus om de ontwikkelde schermen en de eventuele extra uitleg, zoals de informatie die achter de i'tjes staat en de informatie die kan verschijnen wanneer een bepaald antwoord wordt gekozen.

E.1 Prototype 1

Stap 1 – Toekomst

Dit is het allereerste scherm dat de gebruiker te zien krijgt.

Figuur 31: Prototype 1, Stap 1 - Toekomst

Stap 2 – Wensen

Wanneer een toekomst is gekozen wordt de gebruiker doorgestuurd naar het volgende scherm:

Figuur 32: Prototype 1, Stap 2 - Wensen

In dit scherm zijn er verder geen vragen die verder uitklappen. Achter extra inkomsten kan wel geklikt worden op de i van informatie. Wanneer hierop geklikt wordt verschijnt de volgende informatie; 'Bijvoorbeeld een schenking of overwaarde van het huis.'

Stap 3 – Mijn gegevens

Voor het invullen van de persoonlijke gegevens krijgt de gebruiker het volgende scherm te zien:

Figuur 33: Prototype 1, Stap 3 - Mijn gegevens

In het scherm is één i te vinden achter de buitenland vraag. Wanneer er op de i wordt gedrukt verschijnt de volgende informatie; 'Wanneer u na uw 17^{de} levensjaar tot uw AOW-leeftijd een aantal jaren in het buitenland heeft gewoond, wordt u voor ieder jaar in het buitenland wonende met 2% gekort op uw AOW-uitkering.'

Stap 4 – Uitgaven

Deze stap zorgt ervoor dat ons prototype niet is zoals bestaande tools, hier worden in de meeste gevallen de vaste lasten niet meegenomen. Het scherm ziet er als volgt uit:

Figuur 34: Prototype 1, Stap 4 - Uitgaven

Bij de verschillende maandelijkse uitgaven is extra informatie te vinden. Bij lasten woning staat er 'Wanneer u een woning heeft gekocht, dient u hier de maandelijkse lasten van de hypotheek in te vullen. Wanneer u een woning huurt dient u hier de huur inclusief servicekosten in te vullen.' Vervolgens bij vaste woonlasten staat bij de i; 'Denk hierbij aan onder andere gas, water, licht, internet en gemeentelijke heffingen.' Daarna staat bij huishoudelijke uitgaves; 'Denk hierbij aan boodschappen, maar ook uitgaves bij de drogist, kapper en cadeautjes.' Ook bij verzekeringen staat extra informatie; 'Denk hierbij aan onder andere de zorgverzekering, WA-verzekering, opstalverzekering, aansprakelijkheidsverzekering en inboedelverzekering.' Tot slot zijn er nog de overige vaste lasten, hierbij is de volgende informatie te vinden 'Denk hierbij aan onder andere abonnementen, loterijen en contributies.'

Stap 5 – Inkomsten

Dit scherm is een van de belangrijkste informatiebronnen waar de informatie van het inkomen uit wordt gegenereerd wat de gebruiker vanaf de pensioenleeftijd zal ontvangen.

Figuur 35: Prototype 1, Stap 5 - Inkomsten

Bij de vraag over de pensioenopbouw bij werkgevers wordt tweemaal de mogelijkheid geboden om meer informatie te vragen. Wanneer geklikt wordt op 'ja en ik wil mijn UPO uploaden' komt de volgende extra informatie naar voren 'Ga naar www.mijnpensioenoverzicht.nl, klik vervolgens op 'Bekijk mijn pensioenoverzicht', 'Bekijk mijn pensioenoverzicht', 'Bekijk mijn te bereiken pensioen' en klik dan rechtsboven in de hoek op 'Download gegevens of samenvatting' en sla op als XML-bestand. Upload vervolgens het XML-bestand hier.'. Wanneer de gebruiker klikt op 'Ja, ik wil de gegevens handmatig toevoegen', dan is er ook extra uitleg mogelijk. Namelijk 'Ga naar www.mijnpensioenoverzicht.nl, klik vervolgens op 'Bekijk mijn pensioenoverzicht', 'Bekijk mijn pensioenoverzicht', 'Bekijk mijn te bereiken pensioen' en klik dan rechtsboven in de hoek op 'Download gegevens of samenvatting' en sla op als PDF-bestand. Vervolgens kunt u de gegevens uit het PDF-bestand overnemen.'.

Stap 6 – Balans

Wanneer alle stappen zijn doorlopen krijgt de gebruiker het volgende scherm te zien, wanneer gekozen is voor het invullen van de uitgaven. Wanneer die uitgaven niet mee zijn genomen wordt het woord uitgaven vervangen door gewenste inkomen.

Figuur 36: Prototype 1, Stap 6 - Balans

E.2 Prototype 2

Stap 1 – Jij

De eerste stap gaat over jou als persoon.

Figuur 37: Prototype 2, Stap 1 - Jij

Stap 2 – Situatie

In de tweede stap wordt de situatie van de gebruiker in kaart gebracht. Hierbij staan de jaren in het buitenland, het bruto jaarinkomen en het partnerpensioen centraal.

Figuur 38: Prototype 2, Stap 2 - Situatie

In dit scherm kan op twee plekken om extra informatie worden gevraagd. Allereerst bij de jaren die je in het buitenland hebt gewoond. Hierbij staat de extra uitleg: 'Wanneer je van je 18^{de} tot je AOW-leeftijd een aantal jaren in het buitenland hebt gewoond, wordt je voor ieder jaar in het buitenland met 2% gekort op je AOW-uitkering.'. Vervolgens staat bij bruto jaarinkomen de volgende informatie, 'Je bruto jaarinkomen kun je vinden op je salarisstrook, jaaropgave of betaalspecificatie.'.

Wanneer de gebruiker ervoor kiest om het partnerpensioen mee te berekenen worden alle vragen, behalve de lasten stap, tweemaal gevraagd. Eenmaal voor de gebruiker en eenmaal voor de partner. De vragen die bij stap 1 en 2 al zijn doorlopen verschijnen in het huidige scherm onder de ja. Deze vragen dienen ook worden ingevuld voor de partner, aangezien een partner direct invloed heeft op de hoogte van het AOW.

Stap 3 – Lasten

Stap 3 geeft de gebruiker de mogelijkheid om zijn maandelijkse lasten mee te laten nemen in de berekening.

Figuur 39: Prototype 2, Stap 3 - Lasten

Figuur 40: Prototype 2, Stap 3 – Lasten (wanneer ja gekozen)

Wanneer ja wordt gekozen vouwen de maandelijkse lasten die ingevuld dienen te worden uit, zoals weergegeven in figuur 40. Dit scherm is in eerste instantie ingevouwen om meer rust uit te stralen. Ook hierbij is het mogelijk om extra uitleg te ontvangen door op de i'tjes te klikken. Bij lasten woning staat er 'Wanneer u een woning heeft gekocht, dient u hier de maandelijkse lasten van de hypotheek in te vullen. Wanneer u een woning huurt dient u hier de huur inclusief servicekosten in te vullen.'. Vervolgens bij vaste

woonlasten staat bij de i; 'Denk hierbij aan onder andere gas, water, licht, internet en gemeentelijke heffingen.'. Daarna staat bij huishoudelijke uitgaves; 'Denk hierbij aan boodschappen, maar ook uitgaves bij de drogist, kapper en cadeautjes.'. Ook bij verzekeringen staat extra informatie; 'Denk hierbij aan onder andere de zorgverzekering, WA-verzekering, opstalverzekering, aansprakelijkheidsverzekering en inboedelverzekering.'. Tot slot zijn er nog de overige vaste lasten, hierbij is de volgende informatie te vinden 'Denk hierbij aan onder andere abonnementen, loterijen en contributies.'.

Natuurlijk kan de gebruiker ervoor kiezen om de maandelijkse lasten niet mee te willen nemen in de berekening. Figuur 40 zal dan niet verschijnen en er wordt direct door gegaan naar stap 4. In stap 7 zal het verschil merkbaar zijn doordat alleen de inkomsten worden weergegeven.

Stap 4 – Privé

In stap 4 geeft de gebruiker informatie over zijn persoonlijke pensioenopbouw.

Figuur 41: Prototype 2, Stap 4 - Privé

Bij deze stap wordt bij beide stappen de mogelijkheid gegeven voor extra informatie. Bij de eerste vraag staat de informatie 'Bijvoorbeeld doordat je zelf spaart of belegt.'. Bij de tweede vraag staat er onder het i'tje de volgende informatie 'Bijvoorbeeld een schenking of overwaarde van het huis'.

Naast deze informatie klappen beide vragen uit wanneer er ja wordt geantwoord. Wanneer de vraag wordt gesteld of je zelf pensioen opbouwt worden er twee mogelijkheden geboden: 'Ja, ik had al € gespaard en spaar € per maand tegen % rente.' of 'Ja, mijn belegd vermogen is € . Hiervan beleg ik € voor mijn pensioen met een verwacht rendement van € .'. Ook hier is de lijfrenteverzekering/lijfrentespaarrekening buiten beschouwing gelaten, aangezien Topicus dit product wil verkopen aan de consument wanneer alle stappen zijn doorlopen. Bij de vraag over extra inkomsten wordt bij het beantwoorden met ja de mogelijkheid gegeven om het verwachte bedrag in te vullen.

Stap 5 – Werk

Stap 5 bevat vragen die werk gerelateerd zijn.

Figuur 42: Prototype 2, Stap 5 - Werk

De eerste vraag over het werkgevers pensioen geeft de mogelijkheid om extra informatie te krijgen onder het i'tje staat 'Deze informatie kun je vinden op www.mijnpensioenoverzicht.nl bij samenvatting of navragen bij je (eerdere) werkgever(s)'. Wanneer op Ja wordt geklikt wordt er onder de vraag een extra vraag uitgevouwen 'Wat is je jaarlijkse bruto-pensioenuitkering dat is opgebouwd via (eerdere) werkgever(s)?'. Ook bij de tweede vraag over het dienstverband wordt bij Ja extra informatie uitgerold. Namelijk de vraag 'Ik wil vanaf mijn ..ste levensjaar .. uur per week gaan werken in plaats van .. uur.'. Beide vragen hebben invloed op de hoogte van het pensioen dat wordt/is opgebouwd via de werkgever.

Stap 6 – Wensen

Stap 6 bevat de wens omtrent pensioenleeftijd en de vraag of de gebruiker nog wil werken na pensionering.

Figuur 43: Prototype 2, Stap 6 - Wensen

Wanneer er bij werken na pensionering ja wordt gekozen, komt een uitrol met '.. uur per week'.

Stap 7 – Pensioen

Het laatste scherm is het overzichtsscherm over de hoogte van het pensioen. Als de gebruiker de lasten heeft ingevuld, wordt onderstaande scherm getoond.

Figuur 44: Prototype 2, Stap 7 - Pensioen met lasten

Wanneer de gebruiker zijn lasten niet invult verschijnt dit eindscherm.

Figuur 45: Prototype 2, Stap 7 - Pensioen zonder lasten

Appendix F: Vragen en uitwerkingen testen pensioenbewustzijn

Als toevoeging op hoofdstuk 8 is deze appendix gecreëerd. Hierin leggen we de vragen uit die gesteld zijn aan de selectie van de doelgroep op het pensioenbewustzijn te meten. De vragen vooraf worden achteraf nogmaals gesteld, alleen op een iets andere manier. Daarnaast stellen we achter nog enkele openvragen over het prototype. De vragen zijn zowel bij prototype 1 als prototype 2 gesteld.

F.1 Vragen

Allereerst komen acht meerkeuzevragen aanbod die vooraf zijn gesteld. Hierbij gaat één vraag inhoudelijk in op het pensioen en de andere vragen gaan over hoe mensen zelf naar het pensioen kijken. Daarna krijgt de gebruiker het prototype 1 of prototype 2 te zien en vervolgens komt er een tweede vragenlijst. Deze bestaat uit acht meerkeuzevragen over pensioen en 3 openvragen die dieper op het prototype ingaan.

Survey vooraf

1. Uit welke 3 pijlers bestaat het pensioenstelsel in Nederland?
 - a. AOW, aanvullend pensioen vanuit de werkgever en eigen vermogen
 - b. AOW, pensioen voor zelfstandige ondernemers en eigen vermogen
 - c. AOW, aanvullend pensioen vanuit de werkgever en pensioen voor zelfstandige ondernemers
 - d. Ik weet het niet
2. Hoe bewust bent u bezig met uw pensioen?
 - a. Ik ben er niet mee bezig
 - b. Ik weet dat het er is, maar daar kijk ik later wel naar
 - c. Ik ben van plan om me erin te gaan verdiepen
 - d. Ik heb mijn pensioen goed geregeld
3. Ik laat me goed informeren over mijn pensioen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
4. Ik weet hoe ik ervoor sta wanneer ik met pensioen ga
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
5. Door mijn pensioen nu goed te regelen, heb ik daar later voordeel bij
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
6. Pensioeninformatie vind ik lastig te begrijpen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
7. Ik leef nu en houd mij nog niet bezig met mijn pensionering
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
8. Het is niet zinvol om mijn gehele pensioen te begrijpen, want de regels veranderen nog wel
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens

Survey achteraf

1. Het prototype stimuleert mij om me in mijn pensioen te verdiepen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens

2. Ik ga me bewuster bezighouden met mijn pensioen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
3. Het prototype zorgt ervoor dat ik ga nadenken over mijn pensioensituatie
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
4. Ik begrijp hoe ik ervoor sta wanneer ik met pensioen ga
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
5. Wanneer ik nu mijn pensioen regel, kom ik later niet voor verrassingen te staan
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
6. De pensioeninformatie begrijp ik
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
7. Ik hou rekening met de toekomst door vooruit te plannen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
8. De veranderingen in de economie hebben geen invloed op mijn pensioen
 - a. Helemaal oneens
 - b. Oneens
 - c. Neutraal
 - d. Eens
 - e. Helemaal eens
9. Zou jij het prototype gebruiken en waarom?
10. Wat vind je sterk aan het prototype?
11. Wat kan er verbeterd worden aan het prototype om jouw bewuster te maken van je eigen pensioen?

F.2 Uitwerkingen

Allereerst is prototype 1 uitgewerkt en vervolgens de uitwerkingen van de surveys van prototype 2. Om het bewustzijn te kunnen meten de surveys vooraf en achteraf van dezelfde persoon tegen elkaar afgezet. Hierbij staan de volgende vragen gelijk aan elkaar (survey vooraf = survey achteraf): 2=2, 4=4, 5=5, 6=6, 7=7 en 8=8. Vraag 1 en 3 van de survey zijn gesteld om de testpersoon beter te kunnen begrijpen. Daarnaast zijn vraag 9, 10 en 11 van de survey achteraf bestemd om de respondent zijn mening over het prototypes te ontdekken.

Prototype 1

Testpersoon 1

- Deze persoon weet hoe het pensioenstelsel is opgebouwd en laat zich neutraal informeren over het pensioen.
- Ze weet het dat het pensioen er is, maar kijkt er later naar. Na het zien van het prototype wil ze zich bewuster gaan bezighouden met haar pensioen.
- Vooraf weet ze niet hoe ze er voor staat, maar achteraf snapt ze hoe het gesteld is met haar situatie.
- Ze is er niet van overtuigd dat ze er later voordeel bij heeft om nu al haar pensioen te regelen.
- Voor het prototype vindt ze pensioeninformatie lastig te begrijpen, achteraf staat ze neutraal in het begrijpen van pensioeninformatie.
- Ze leeft nu en houdt geen rekening met de toekomst.
- Daarnaast denkt ze dat pensioenregels blijven veranderen en dat de economie invloed heeft op haar pensioen.

Bij deze persoon zien we dat ze zegt dat zich bewuster bezig gaat houden met haar pensioen na het zien van het prototype. Dit is ook terug te zien in de feedback over de balans. Maar ze ervaart het nog niet als nuttig om vooruit te plannen. Het bewustzijn is lichtelijk geprikkeld, maar voor de werkelijke stap om te gaan ondernemen ontbreekt. Een reden hiervoor kan zijn dat ze aangeeft dat minder vragen ervoor kan zorgen dat ze bewuster wordt van haar eigen pensioen.

Testpersoon 2

- Hij weet hoe het pensioenstelsel is opgebouwd, maar vindt niet dat hij zich goed laat informeren.
- Daarnaast is hij van plan om later naar zijn pensioen te gaan kijken, maar het prototype zorgt er wel voor dat hij zich bewuster wil gaan bezighouden met zijn pensioen.
- Hij heeft dan ook geen idee hoe zijn persoonlijke situatie is, maar heeft achteraf een iets beter beeld.
- Hij is er dan ook nog niet over uit of hij later voordeel ondervindt als het pensioen nu geregeld wordt.
- Zijn visie over het begrijpen van de pensioeninformatie is dan ook neutraal gebleven.
- Het leven vindt nu plaats en hij is het dan ook oneens met vooruitplannen.
- Ook hij denkt dat de regels nog wel veranderen en dat de invloed heeft op zijn pensioen.

Het prototype zet hem dan ook wel aan het denken, hij dacht dat met werken er genoeg pensioen opgebouwd wordt. De toegevoegde waarde om nu je toekomst te regelen ontbreekt bij deze persoon, dit komt doordat de hoeveelheid vragen afschrikt. Toch zorgt de simulatie wel dat de persoon zich beter wil gaan verdiepen in zijn pensioensituatie.

Testpersoon 3

- Deze persoon weet hoe het pensioenstelsel opgebouwd is en laat zich goed informeren.

- Vooraf geeft hij aan dat zijn pensioen goed geregeld is en het prototype draagt niet bij aan zijn bewustzijn.
- Hij weet hoe hij ervoor staat bij pensionering en begrijpt de balans volledig.
- Hij gelooft dan ook dat je pensioen nu regelen ervoor zorgt dat je later niet voor verassingen komt te staan.
- Vooraf geeft hij aan dat de moeilijkheid van pensioeninformatie begrijpen neutraal is en achteraf begrijpt hij het beter.
- Hij ervaart het dan ook als zinvol om zijn pensioen te begrijpen, maar begrijpt dat de economie hier nog invloed op zal uitoefenen.

Hij geeft aan de website niet te gebruiken, aangezien hij zijn pensioen al heeft geregeld via zijn financieel adviseur. Toch geeft hij aan dat de kleuren en simulatie leuk zijn, maar het vertrouwen vanuit een bank of financiële instantie mist.

Testpersoon 4

- Ze weet hoe het pensioenstelsel eruitziet, maar laat zich niet goed informeren over haar pensioen.
- Ze is van plan om zich in haar pensioen te gaan verdiepen en het prototype stimuleert haar hierbij.
- Op dit moment kent ze haar eigen situatie niet en het prototype zorgt ervoor dat ze het iets beter begrijpt.
- Ze denkt dat als ze het pensioen nu regelt dit later voordelen geeft en komt ze niet voor een verassing te staan.
- Het begrijpen van de pensioeninformatie is vooraf lastig, maar na het prototype begrijpt ze de invloed veel beter.
- Vooraf is ze neutraal over het bezighouden met pensioen, terwijl ze het achteraf eens is dat je rekening kunt houden met de toekomst door vooruit te plannen.
- Daarnaast staat ze neutraal tegen over het begrijpen van pensioen, maar

begrijpt ze dat de economie invloed uitoefent op het pensioen.

‘Door het model ga ik wel echt nadenken over mijn eigen situatie. Het is iets wat ik normaal altijd maar uitstel, maar zie wel dat ik later anders voor problemen kan komen staan’. Hierbij stimuleert de simulatie van het pensioen, alleen de hoeveelheid tekst per stap schrikt af.

Testpersoon 5

- Ze weet niet hoe het pensioenstelsel in Nederland is opgebouwd en is ook niet bezig met haar pensioen.
- Ze laat zich niet goed informeren over haar pensioen en is nog aan het twijfelen of ze zich bewuster bezig gaat houden met haar pensioen.
- Ze weet niet hoe ze er zelf voor staat, maar snapt het prototype.
- Ze is neutraal in de voordelen van het pensioen nu regelen.
- Ze vindt pensioeninformatie dan ook lastig te begrijpen, al begrijpt ze het prototype wel.
- Ze is het helemaal mee eens dat ze in het nu leeft en zich nog niet verdiept in haar pensioen. Maar na het prototype is ze iets afgezwakt, al staat ze nog steeds achter haar standpunt.
- Ook vindt ze het helemaal nuttig om alles te begrijpen, aangezien de regels nog wel veranderen. En staat ze neutraal in de invloed van de economie op haar pensioen.

Na het zien van het prototype vindt ze het verstandig om zich te verdiepen in haar pensioen, maar liever doet ze dit niet alleen. Ze is hierbij getriggerd door het kleurgebruik van de balans. Toch blijft ze het onderwerp saai en moeilijk vinden.

Testpersoon 6

- Deze vrouw begrijpt de opbouw van het pensioenstelsel en heeft haar pensioen goed geregeld.
- Ze laat zich dan ook goed informeren over haar pensioen en ze gaat zich door

het prototype niet per se bewuster bezighouden met haar pensioen.

- Ze weet hoe ze er voor staat en vindt het prototype erg duidelijk hierin.
- Door alles nu goed te regelen komt ze in de toekomst niet voor verrassingen te staan.
- Tegenover het begrijpen van pensioeninformatie staat ze neutraal, al is het door het prototype wel iets verhoogt.

‘Zelf zou ik het niet gebruiken, aangezien ik alles al goed heb geregeld’. Ze begrijpt dat het voor andere mensen hun pensioen wel inzichtelijker maakt. Het beginscherm en de balans dragen hieraan bij. Ze kan wel begrijpen dat de hoeveel informatie die wordt gevraagd mensen afschrikt die weinig interesse hebben in hun pensioen.

Prototype 2

Testpersoon 1

- Hij weet hoe het pensioenstelsel is opgebouwd in Nederland, maar kijkt later wel naar zijn eigen pensioen.
- Hij vindt dat hij zich niet goed laat voorlichten, maar het prototype stimuleert hem hierin.
- Hij weet niet precies hoe hij ervoor staat als hij met pensioen gaat, dit blijft na het zien van het prototype gelijk.
- Ook staat hij neutraal tegen over het regelen van je pensioen nu, wat later zorgt dat je niet voor een verrassing komt te staan. Ondanks is hij het een met ik leef nu en houd me nog niet bezig met mijn pensionering.
- Hij vindt pensioeninformatie normaal lastig te begrijpen, maar snapt het prototype wel.
- Tot slot staat hij neutraal tegen over het nu van het regelen van je pensioen nu, aangezien de economie er nog invloed op heeft.

‘Aangezien ik mijn hele werk voor een baas dacht ik dat alles wel goed zou komen. Maar blijkbaar kan ik alsnog te weinig geld hebben’. Hij vindt de

stappen erg sterkt, het is duidelijk, simpel en niet te druk. Toch mist hij bij de laatste stap uitleg over de verschillende dingen die hij kan aanpassen zodat hij geen tekort heeft later.

Testpersoon 2

- Meneer weet niet hoe de drie pijlers van het pensioen zijn opgebouwd en geeft aan totaal niet bezig te zijn met zijn pensioen.
- Hij laat zich helemaal niet goed informeren en de stimulatie van het prototype ervaart hij als neutraal.
- Hij weet zijn eigen situatie totaal niet, maar snapt het prototype wel.
- Hij staat neutraal tegenover de voordelen van je pensioen nu regelen en plant zijn toekomst niet door het pensioen nu al te regelen.
- Hij vindt pensioeninformatie dan ook lastig te begrijpen en in het prototype begrijpt hij de informatie neutraal.
- Toch vindt hij het zinvol om zijn pensioen te begrijpen, maar volgens hem heeft de economie geen invloed op de hoogte van haar pensioen.

Met hulp zou hij gebruik maken van de website, aangezien hij momenteel niet op de hoogte is van zijn eigen situatie. Positief vindt hij het stappenplan, de rustige opmaak en de kleur. Hij vindt het alleen erg veel vragen als je nog geen idee hebt. Daarnaast schrikt het laatste scherm volgens hem af.

Testpersoon 3

- Volgens mevrouw bestaat het pensioenstelsel uit de pijlers AOW, pensioen vanuit de werkgever en pensioen voor zelfstandige ondernemers. Daarnaast geeft ze aan zich te willen gaan van verdiepen in haar pensioen.
- Op dit moment laat ze zich niet goed informeren, maar het prototype stimuleert haar om daar verandering in te brengen.

- Op dit moment heeft ze geen idee hoe ze ervoor staat, maar door het prototype krijgt ze wel inzicht.
- Ze weet alleen nog niet of het voordeel op levert om je pensioen nu te regelen voor later.
- Pensioeninformatie vindt ze dan ook lastig te begrijpen, maar in het prototype is het allemaal duidelijk.
- Aangezien de regels nog veranderen vindt ze het totaal zinloos om haar pensioen te begrijpen. Ze weet dan ook dat de economie invloed uitoefent op haar pensioen.

‘De stappen zijn erg duidelijk, maar het is niet duidelijk wat ik moet veranderen om wel genoeg geld te hebben later’. Het laatste scherm vindt ze dan ook informatief, maar mist een prikkel om iets te veranderen.

Testpersoon 4

- Hij weet hoe de pijlers zijn opgebouwd en heeft zijn pensioen goed geregeld.
- Hij laat zich goed informeren en gelooft dat het prototype stimuleert om je te verdiepen in je pensioen.
- Meneer begrijpt zijn eigen situatie, maar snapt ook het prototype.
- Tevens gelooft hij dat het regelen voor je pensioen ervoor zorgt dat je niet voor verrassingen komt te staan en dit leidt tot voordelen later.
- De pensioeninformatie is voor hem goed te begrijpen en hij begrijpt het prototype ook.
- Ondanks dat de economie en wijzigingen van regels invloed hebben op je pensioen, vindt hij het nuttig om alles te regelen.

Meneer zou het prototype zelf niet gebruiken, maar wanneer hij niets geregeld had zou hij door de website wel geprikkeld worden om te gaan nadenken. De sterke punten zijn volgens hem het stappenplan, het is duidelijk en oogt rustig qua kleur en hoeveelheid. Tevens wordt er veel extra informatie gegeven, wanneer je dit nodig hebt. ‘Ik

had bij de laatste stap verwacht er anderen aan zou worden gegeven wat ik aan kan passen om mijn pensioen wel te bereiken. Nu moeten mensen terug in de stappen en maar iets veranderen in de hoop dat het goed komt. Is verwarrend als je er geen verstand van hebt.'

Testpersoon 5

- Deze meneer weet hoe het pensioenstelsel is opgebouwd en heeft het zelf goed geregeld.
- Het prototype stimuleert hem om zich te verdiepen in het pensioen en hij laat zichzelf in het dagelijks leven goed voorlichten.
- Hij snapt zijn eigen situatie, maar begrijpt ook het prototype.
- Tevens gelooft hij dat het regelen voor je pensioen ervoor zorgt dat je later niet voor verassingen komt te staan.
- De pensioeninformatie is voor hem goed te begrijpen en hij begrijpt het prototype ook.
- Ondanks dat de economie en wijzigen van regels invloed hebben op je pensioen, vindt ook deze meneer het nuttig om alles te regelen.

Meneer heeft als ondernemer alles geregeld voor zijn pensioen, aangezien hij eerder wil stoppen met werken. 'Maar mensen die niets hebben geregeld krijgen door deze website wel een duidelijk beeld over hoe ze ervoor staan en ik adviseer hen dan ook om het te gebruiken'. De stappen die worden doorlopen zijn erg duidelijk, de site straalt rust uit en het is duidelijk waar je je bevindt in het proces. Alleen het laatste scherm

komt niet overeen met zijn verwachting. Het staaftdiagram geeft een belastingdienst gevoel. Hij zou een speels element toevoegen, 'zodat je kunt spelen met je kunt wat er verandert als je iets aanpast. Dan zou ik de website aan vrienden en familie aanbevelen'.

Testpersoon 6

- Mevrouw weet niet hoe het pensioenstelsel is opgebouwd en van plan om later een keer naar haar pensioen te kijken.
- Ze laat zich dan ook niet goed informeren, maar het prototype heeft haar wel gestimuleerd om dit te gaan doen.
- Momenteel heeft ze geen idee hoe ze ervoor staat, maar het prototype type was voor haar niet onduidelijk.
- Ze heeft geen idee of het een voordeel is om nu je pensioen te regelen voor later en wat de economie voor een invloed hierop heeft.
- Normaal is pensioeninformatie lastig te begrijpen, maar het prototype heeft voor meer duidelijkheid gevraagd.

Het prototype heeft mevrouw wakker geschud. Waar ze vooraf dacht dat het goed zou komen als je altijd werkt, heeft ze nu ingezien dat dit niet het gevoel hoeft te zijn. Ze vindt de website duidelijk en leuk gemaakt, tevens is het prettig dat het mogelijk is om zoveel extra informatie te krijgen. Alleen de laatste pagina is saai vergeleken met de andere stappen en er mist interactie.