



PENSIOEN GAAT IN ALS JE **BEGINT** MET WERKEN.
NIET ALS JE STOPT.
JE HEBT HET DAN OOK TOP VOOR ELKAAR
ALS JE **PENSIOEN AAN** STAAT.

PENSIOEN AAN

Pensioen Aan is een **bewustwordingscampagne** voor starters op de arbeidsmarkt. Het doel is om de starters eerder over hun pensioen na te laten denken zodat ze pensioen als actueel onderdeel van hun arbeidsvoorwaarden zien en niet iets van later.

Dat doen we door ze een **laagdrempelige introductie** op pensioen te bieden en begrippen die met pensioen te maken hebben op een begrijpelijke manier uit te leggen.

Het effect hiervan is dat starters meer bereid zijn om zich te verdiepen in de pensioeninformatie die ze van hun **werkgever en pensioenfonds** krijgen, en eerder actie ondernemen bij **life events** die invloed hebben op hun pensioen.



WAAROM DE INTERESSE EN HET VERTROUWEN IN PENSIOEN ZIJN TE LAAG

- “Ik snap het niet, ik heb er geen invloed op en morgen is het toch weer anders.”

HOE ONLINE EN POINT OF INTEREST

- Via de eigen kanalen van de starter: werkgever, social media, pensioencommunicatie.
- Complementair aan andere initiatieven als detijdvanjeleven.nl, Pensioen123 etc.

VOOR WIE STARTERS OP DE ARBEIDSMARKT

- De mensen die aan de start van hun carrière staan, schoon aan hun pensioen beginnen en met hun eerste werkcontract de mogelijkheid hebben om alles in 1 keer goed te bekijken.

VAN WIE JONGE WERKNEMERS IN DE PENSIOENSECTOR

- Pensioen Aan is een initiatief van jonge werknemers in de pensioensector. Mensen aan het begin van hun carrière bij PGGM, APG, MN en Syntrus Achmea. Deze jonge werknemers zijn de afzenders van de campagne Pensioen Aan.

WAT WEBSITE, SOCIAL MEDIA, SPRAAKMAKEND FILMPJE, BANNERING, ADVERTISING

- Responsive website pensioenaan.nl als platform
- Met informatieve filmpjes van de afzenders, beknopt woordenboek, links naar de websites van pensioenfondsen en links naar websites als detijdvanjeleven.nl, pensioenkijker.nl etc.
- Social media met jonge werknemers van APG, PGGM, MN en Syntrus Achmea als afzenders.
- Gerichte advertising (FNV Werkwijzer)
- Gerichte bannering (jobportals, werkgeverssites)
- Spraakmakend filmpje met viral-potentie

WANNEER VANAF 2015

- Eind juni starten we met een spraakmakend filmpje om de aandacht te trekken. Gedurende het jaar intensiveren we op relevante (baanoriëntatie) momenten onze presence online en in social media. De website vormt de vaste basis.

EFFECT VOOR STARTERS

- + Het icoon maakt van het abstracte begrip pensioen iets fysieks, iets eigens, dat je kunt delen.
- + Pensioen is geen losstaand ding meer, maar een vast onderdeel van je werkende leven.
- + Jonge mensen krijgen een beter besef van waar pensioen voor staat.
- + Vervolgcommunicatie wordt makkelijker (bij wisselen van werkgever en andere life-events).

VOOR WERKGEVERS

- + Betrokkenheid van werkgevers versterkt de band met de werknemers.
- + De campagne draagt bij aan goed werkgeverschap en employer branding.
- + Een beter pensioenbesef bij starters maakt communicatie door werkgevers makkelijker.

VOOR PENSIOENFONDSEN EN -UITVOERDERS

- + Een beter begrip van pensioen leidt tot meer vertrouwen in de sector.
- + De jonge werknemers als spreekbuis heeft een frisse uitstraling op de sector.
- + Door instromers op de arbeidsmarkt te benaderen en dat op te volgen, groeit het bereik langzaam maar zeker uit tot heel werkend Nederland.
- + De campagne is complementair aan inspanningen Pensioenfederatie.

