

**MONTAE**  
CARIBBEAN

**CARIBBEAN PENSION SURVEY**

ONDERZOEK NAAR PENSIOENBEWUSTZIJN ONDER  
INWONERS DUTCH CARIBBEAN



1 februari 2017

## Inhoudsopgave

|    |                             |    |
|----|-----------------------------|----|
| 1. | Doelstelling en opzet ..... | 3  |
| 2. | Pensioenkennis .....        | 4  |
| 3. | Pensioencommunicatie .....  | 8  |
| 4. | Aanbevelingen .....         | 12 |
| 5. | Verantwoording .....        | 13 |
| 6. | Gebruik .....               | 14 |
| 7. | Over Montae Caribbean ..... | 15 |

## 1. Doelstelling en opzet

Door de stijging van de AOV-leeftijd moeten mensen langer doorwerken. Ook zijn er allerlei veranderingen in de pensioenregelingen van bedrijven en overheden. Toch blijkt steeds weer dat het pensioenbewustzijn van mensen laag is. Montae Caribbean wil iets doen aan dat lage pensioenbewustzijn. Daarom heeft Montae een onderzoek gehouden onder de bevolking van de Dutch Caribbean. Montae hoopt dat **pensioenuitvoerders** (pensioenfondsen, verzekeraars en de sociale verzekeringsbanken) en **werkgevers** met de resultaten van het onderzoek hun communicatie aan de deelnemers van pensioenregelingen kunnen verbeteren. Het uiteindelijke doel op lange termijn is het pensioenbewustzijn op de eilanden te vergroten.

### Doel van dit onderzoek is:

1. Inzicht verkrijgen in het kennisniveau over AOV en pensioen
2. In kaart brengen van de communicatiebehoeften over pensioenen

### Opzet

In de tweede helft van 2016 heeft Montae via Facebook, de internetsite [www.caribbeanpensionsurvey.com](http://www.caribbeanpensionsurvey.com) en gesprekken op straat circa 550 enquêtes afgenomen onder de bevolking van Aruba, Bonaire, Curaçao, Saba, Sint-Eustatius en Sint-Maarten. Hiervan waren 500 enquêtes bruikbaar voor het onderzoek. De enquêtes zijn vooral ingevuld op Aruba, Bonaire en Curaçao. De aantallen zijn naar onze mening voldoende representatief om onderbouwde conclusies te kunnen trekken voor deze drie eilanden. Gezien de geringe respons op Saba, Sint-Eustatius en Sint-Maarten kunnen we voor deze eilanden geen afzonderlijke conclusies trekken. In de laatste paragraaf van dit rapport is een verantwoording van het onderzoek opgenomen.

### Caribbean Pension Survey

Voor het in kaart brengen van het kennisniveau en de communicatiebehoeften is gekozen voor een onderzoek dat bestaat uit tien eenvoudige inhoudelijke vragen die binnen vijf minuten in te vullen zijn. De antwoorden op de vragen geven een duidelijk beeld van hoe het gesteld is met het pensioenbewustzijn op onze eilanden. De doelgroep van dit onderzoek is het algemene publiek en is niet gericht op mensen die in de pensioensector werkzaam zijn.

Het onderzoek heeft zich gericht op twee thema's:

- Pensioenkennis
- Pensioencommunicatie

Per thema geven wij de belangrijkste conclusies weer.

Voor vragen over dit onderzoek kunt u contact opnemen met:  
Stacey René ([stacey.rene@montaecaribbean.com](mailto:stacey.rene@montaecaribbean.com))  
Patrick Aberson ([patrick.aberson@montaecaribbean.com](mailto:patrick.aberson@montaecaribbean.com))  
Telefoon: +599 9 738 80 30



## 2. Pensioenkennis

Dit onderzoek richt zich op algemene vragen die voor iedereen van toepassing zijn. U kunt hierbij denken aan de vragen over de Algemene Ouderdomsvoorziening (AOV), het te verwachten pensioeninkomen en de mate waarin men zich met pensioen wil bezighouden. Omdat er een grote diversiteit aan pensioenregelingen is, hebben wij ons bij het onderwerp pensioenkennis niet gericht op vragen over de specifieke inhoudelijke kenmerken van de pensioenregeling die door de werkgever (2<sup>e</sup> pijler) wordt aangeboden.

### AOV

Over de AOV is het volgende duidelijk geworden:

- De deelnemers zijn goed op de hoogte dat men later een AOV ontvangt. Slechts 9% verwacht geen AOV te krijgen.
- Door 89% wordt aangegeven dat de AOV een soort pensioen is.
- Ook is men op de hoogte dat de AOV wordt uitgevoerd door een overheidsinstantie, slechts 13% is hiervan niet op de hoogte.
- De conclusie is dat ongeveer 10% onvoldoende op de hoogte is van de AOV.

### Onvoldoende op de hoogte van financieringssystematiek AOV

Belangrijk bij een eventuele discussie over de betaalbaarheid van de AOV is dat men weet op welke wijze de regeling gefinancierd wordt. De gedachte dat men premie heeft betaald en dus heeft gespaard, kan bij eventuele aanpassing van de AOV van grote invloed zijn op de discussie. Over de financieringssystematiek is men onvoldoende op de hoogte. Slechts een kleine meerderheid (53%) weet dat de hoogte van de AOV niet afhankelijk is van de huidige bijdrage. Circa 47% denkt dat de hoogte van de AOV afhankelijk is van de bijdrage die men nu levert.

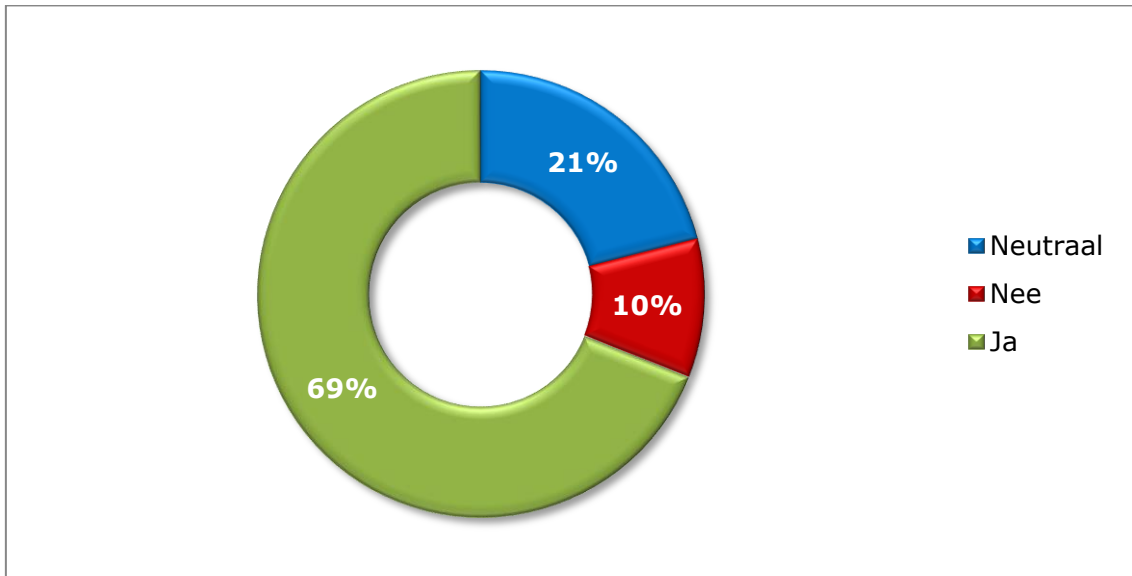
### Pensioen 2<sup>e</sup> pijler

- Van de respondenten geeft 59% aan een pensioenregeling (2<sup>e</sup> pijler) te hebben.
- Geen pensioenregeling heeft 36%.
- 5% van de respondenten weet niet of men een pensioenregeling heeft.

### Zelf bijdragen aan een goed pensioen?

Opvallend is dat veel mensen bereid zijn te betalen voor een goed pensioen. Op de vraag of men bereid is te betalen voor een goed pensioen geeft 69% van de respondenten aan dat men hiertoe bereid is.

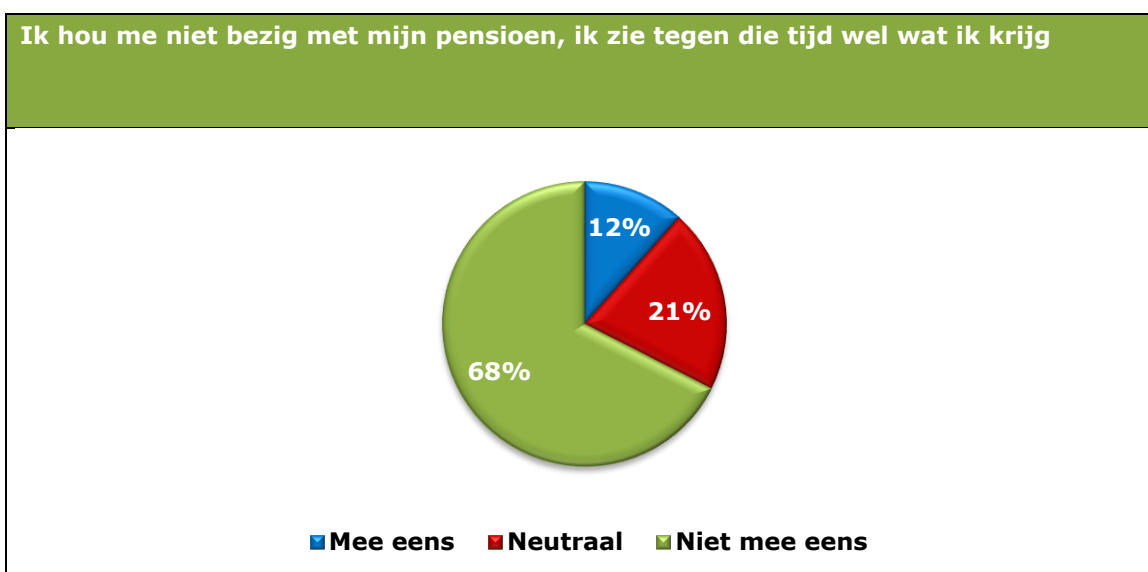
Grafiek 1: Bent u bereid te betalen voor een goed pensioen?



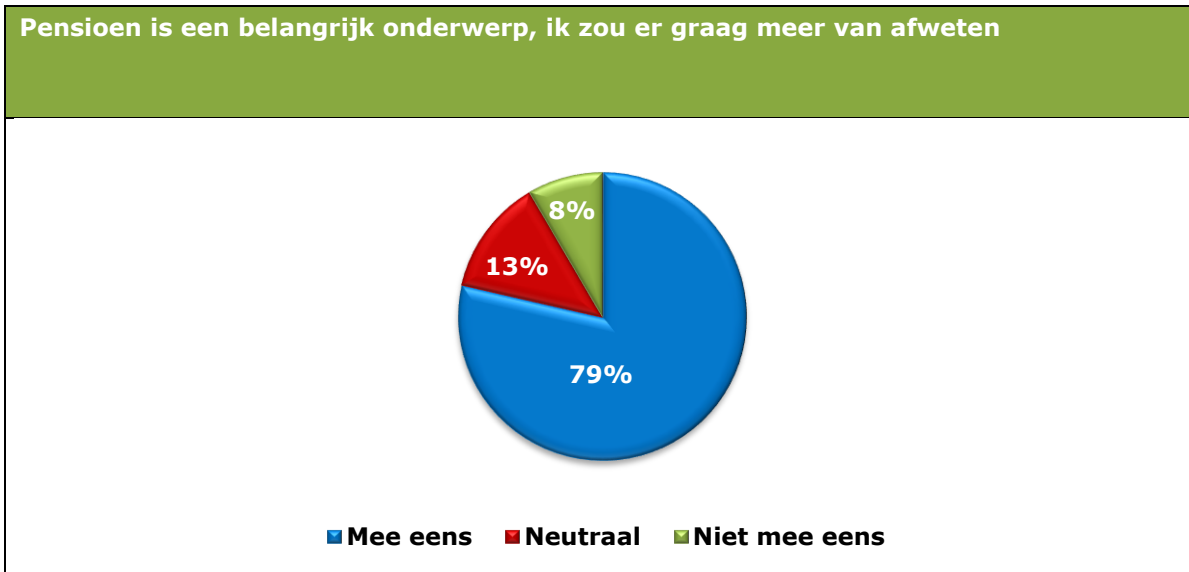
### Pensioenbewustzijn

De respondenten geven aan dat zij pensioen gerelateerde zaken een belangrijk onderwerp vinden en er voor de pensioendatum al mee bezig willen zijn. Dit is hoopvol. Er is behoefte bij de respondenten om meer over pensioenen te weten te komen. Wij hebben een aantal vragen over dit onderwerp gesteld zodat er ook een controle van de eerder gegeven antwoorden mogelijk is. De respondenten blijven consequent aangeven dat zij het onderwerp belangrijk vinden en er nu (voordat men met pensioen gaat) mee bezig willen zijn. De meerderheid (58%) vindt zichzelf hiervoor verantwoordelijk.

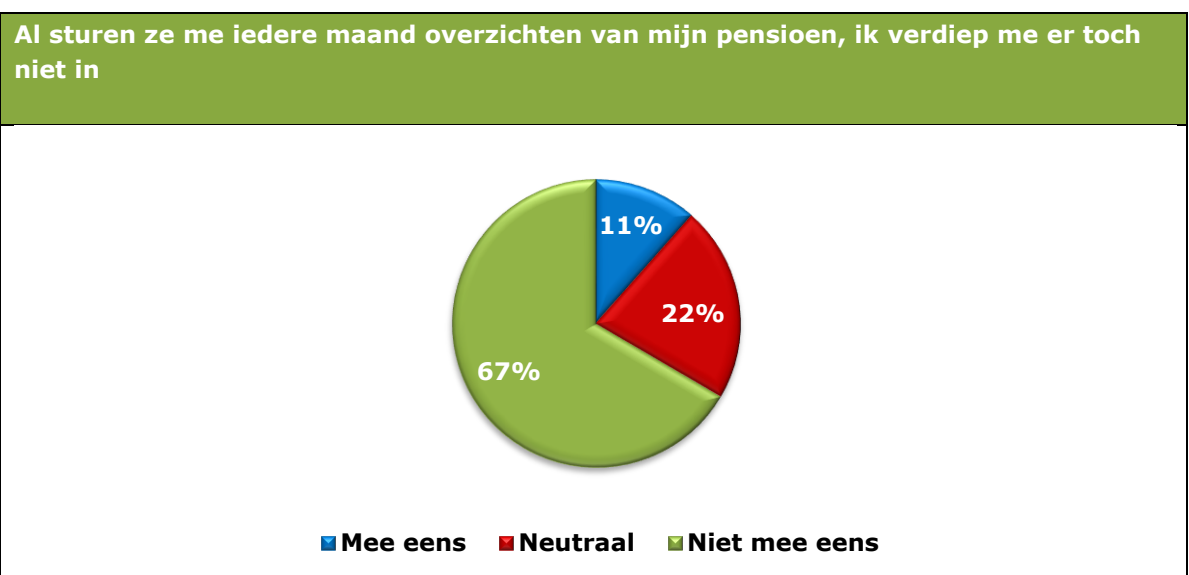
Grafiek 2a: Pensioenbewustzijn



Grafiek 2b: Pensioenbewustzijn



Grafiek 2c: Pensioenbewustzijn



Tussen de diverse eilanden zijn er geen duidelijke verschillen. Ook tussen mannen en vrouwen zijn de verschillen niet significant. Pensioenen vindt men een belangrijk onderwerp waar men meer van af wil weten.

#### **Pensioen kennis AOV en werkgeverspensioenen**

Het is altijd lastig voor mensen om in te schatten hoeveel geld/inkomen men vanaf de pensioendatum ontvangt en of dit voldoende is. In Nederland is een beweging dat pensioencommunicatie er meer op gericht is om mensen meer inzicht te geven in het totale inkomensplaatje na **pensionering**. Zowel aan de inkomstenkant als aan de uitgavenkant.

Van de respondenten geeft 55% aan dat men weet hoeveel geld/inkomen men later zal ontvangen. Zorgelijk is echter dat 75% aangeeft dat men niet weet of dit voldoende is. Meer dan 50% is overigens op de hoogte dat er mogelijkheden zijn om meer (aanvullend) pensioen op te bouwen.

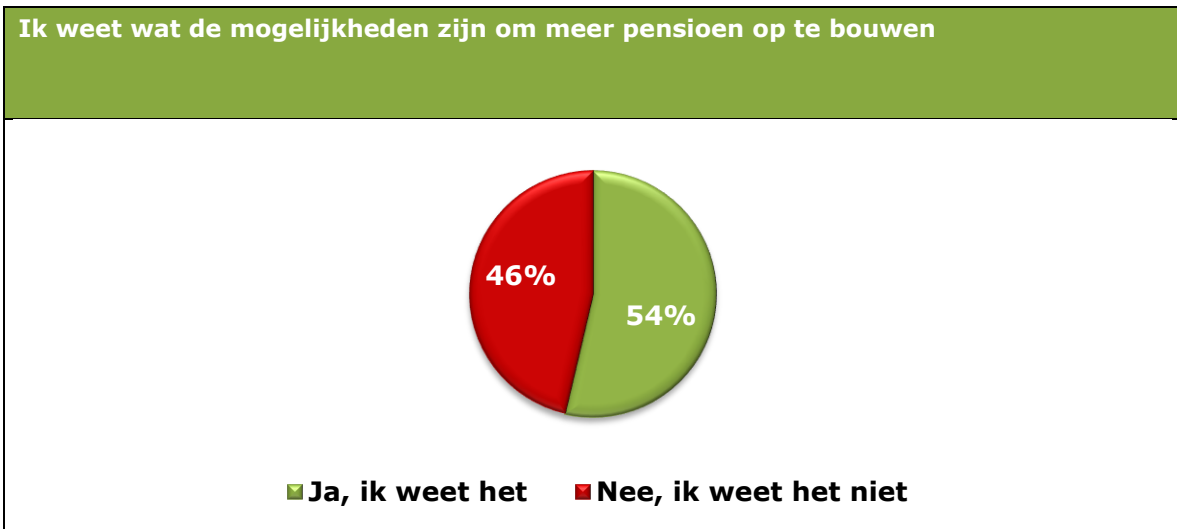
**Grafiek 3a: Pensioen kennis**



**Grafiek 3b: Pensioen kennis**



Grafiek 3c: Pensioen kennis



**Waar bouwt u het liefst pensioen op?**

Als men mocht kiezen dan bouwt 51% van de respondenten het liefst pensioen op bij een pensioenfonds. Gevolgd door een verzekeringsmaatschappij (21%) en een bank (15%). Door 13% wordt aangegeven dit het liefst zelf te regelen.

**Conclusie**

Op basis van de gestelde vragen is de conclusie dat over de AOV onduidelijkheid bestaat. Dit zit vooral in de financieringssysteem. Daarnaast wordt uit het onderzoek duidelijk dat men pensioen belangrijk vindt en er graag meer vanaf zou willen weten. Men weet niet of het pensioen dat men op pensioendatum gaat ontvangen voldoende is. Mensen bouwen het liefst pensioen op bij een pensioenfonds.

### 3. Pensioencommunicatie

Op alle eilanden is de afgelopen jaren de AOV-leeftijd verhoogd. Mensen moeten langer doorwerken. Ook zijn veel pensioenregelingen aangepast. Vaak is er rondom dergelijke wijzigingen veel communicatie. Uit het onderzoek blijkt dat mensen niet weten hoeveel inkomen zij ontvangen na pensionering. Ook hebben respondenten aangegeven dat zij graag meer van pensioen willen weten, ze zich erin willen verdiepen. Wij hebben onderzocht welke vorm van communicatie men wenst en in welke frequentie dit wenselijk is. De conclusie is dat de communicatiemiddelen anders moeten worden ingezet voor een nog efficiënter bereik. Belangrijk hierbij is dat er onderscheid wordt gemaakt in doelgroepen.

Volgens de respondenten vindt communicatie over pensioenen op dit moment als volgt plaats (meerdere antwoorden mogelijk).



Tabel 1: beleefde inzet communicatiemiddelen

|   |                         |     |
|---|-------------------------|-----|
| 1 | Per post                | 44% |
| 2 | Via de werkgever        | 42% |
| 3 | Via een presentatie     | 18% |
| 4 | E-mail                  | 18% |
| 5 | Persoonlijk gesprek     | 13% |
| 6 | Brochure, pensioenkrant | 12% |
| 7 | Telefonisch             | 5%  |

15% van de respondenten geeft aan dat men helemaal geen informatie van de uitvoerder ontvangt.

### Gewenste vormen van communicatie

E-mail, telefonisch contact of een persoonlijk gesprek zijn de meeste gewenste vormen om te communiceren over pensioenen. Opvallend hoog is de wens om per e-mail te communiceren. Bij jongere respondenten zien we de wens om ook per Facebook en Whatsapp te communiceren. Opvallend is dat communicatie per post niet hoog gewaardeerd wordt. Bij 45-plussers staat deze vorm van communicatie op plaats vijf. Bij de groep tot 35 jaar is de post als vorm van communicatie op de tiende plaats te vinden. Omdat 44% van de respondenten aangeeft dat op dit moment de post als communicatievorm dient, is het te overwegen andere vormen van communicatie belangrijker te maken.

Tabel 2: gewenste inzet communicatiemiddelen per leeftijdscohort

|                                     | 18 tot 35 jaar | 35 tot 45 jaar | 45 tot 65 jaar |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Telefonisch                         | 25%            | 42%            | 30%            |
| Per post                            | 5%             | 11%            | 11%            |
| Via een filmpje of animatie         | 3%             | 0%             | 0%             |
| E-mail                              | 38%            | 62%            | 41%            |
| Facebook                            | 15%            | 4%             | 3%             |
| Whatsapp                            | 13%            | 11%            | 3%             |
| Persoonlijk gesprek                 | 43%            | 38%            | 48%            |
| Via een presentatie                 | 8%             | 13%            | 8%             |
| Via een chat functie                | 5%             | 4%             | 1%             |
| Via een game                        | 0%             | 0%             | 0%             |
| Via een brochure of pensioenkrant   | 3%             | 0%             | 8%             |
| Via een app op smartphone of tablet | 8%             | 9%             | 3%             |
| Via mijn werkgever                  | 23%            | 22%            | 29%            |

(invullen meerdere opties mogelijk)

Zoals aangegeven is persoonlijk contact een belangrijke, gewenste vorm van communicatie. Helaas is dit ook een dure vorm van communicatie. Om alle deelnemers persoonlijk te woord te staan kost veel tijd. Minder tijdrovend in vergelijking met een individueel gesprek zijn chatfuncties, whatsapp, e-mail en telefonisch. Om bewustzijn te krijgen en om de mensen betrokken te laten raken bij het onderwerp pensioen kan een brochure met bijbehorende presentatie een goede stap zijn in de eerste communicatielaag. Ook de werkgever kan hierin

een rol spelen. Mensen moeten echter met hun vragen ergens terecht kunnen. Het alleen hebben van een brochure of eenmalig een presentatie verzorgen is onvoldoende om het pensioenbewustzijn te vergroten.

**Tabel 3: Top vijf gewenste inzet communicatiemiddelen per leeftijdscohort**

|                 | 18 tot 35 jaar      | 35 tot 45 jaar      | 45 tot 65 jaar                  |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------------------|
| <b>Nummer 1</b> | Persoonlijk gesprek | E-mail              | Persoonlijk gesprek             |
| <b>Nummer 2</b> | E-mail              | Telefonisch         | E-mail                          |
| <b>Nummer 3</b> | Telefonisch         | Persoonlijk gesprek | Telefonisch                     |
| <b>Nummer 4</b> | Via werkgever       | Via werkgever       | Via werkgever                   |
| <b>Nummer 5</b> | Facebook            | Via een presentatie | Per post                        |
| <b>Nummer 6</b> | Whatsapp            | Whatsapp of post    | Via een presentatie of brochure |

Tussen de drie eilanden Aruba, Bonaire en Curaçao zijn er verschillen wat betreft de communicatiewensen. Op Aruba en Curaçao heeft het persoonlijk gesprek de voorkeur. Op Bonaire ontvangt men graag de informatie per e-mail. Op Curaçao en Bonaire vindt men het ook prettig informatie telefonisch te ontvangen. Op Aruba heeft dit minder de voorkeur. Wat ook opvalt, is dat op Aruba de post ten opzichte van de andere eilanden meer de voorkeur geniet.

**Tabel 4: gewenste inzet communicatiemiddelen per eiland**

|                            | Aruba | Curaçao | Bonaire |
|----------------------------|-------|---------|---------|
| <b>Persoonlijk gesprek</b> | 38%   | 52%     | 32%     |
| <b>E-mail</b>              | 34%   | 48%     | 57%     |
| <b>Telefonisch</b>         | 19%   | 36%     | 32%     |
| <b>Via werkgever</b>       | 25%   | 25%     | 29%     |
| <b>Facebook</b>            | 2%    | 5%      | 11%     |
| <b>Whatsapp</b>            | 4%    | 7%      | 4%      |
| <b>Per post</b>            | 13%   | 6%      | 7%      |
| <b>Presentatie</b>         | 6%    | 10%     | 14%     |

*(invullen meerdere opties mogelijk)*

Tussen mannen en vrouwen zijn er twee belangrijke verschillen wat betreft communicatie. Mannen hebben een voorkeur voor communicatie via de werkgever. Bij vrouwen valt het op dat ze ten opzichte van mannen meer de voorkeur hebben voor telefonisch contact.

Tabel 5: gewenste inzet communicatiemiddelen naar geslacht

|                     | Man | Vrouw |
|---------------------|-----|-------|
| Persoonlijk gesprek | 45% | 44%   |
| E-mail              | 45% | 46%   |
| Telefonisch         | 22% | 37%   |
| Via werkgever       | 47% | 24%   |
| Facebook            | 10% | 5%    |
| Whatsapp            | 12% | 5%    |
| Per post            | 8%  | 11%   |
| Presentatie         | 7%  | 10%   |

*(invullen meerdere opties mogelijk)*

### Frequentie communicatie

De respondenten hebben aangegeven dat eens per jaar contact hebben met de pensioenuitvoerder het meest wenselijk is. Een frequentere vorm zoals maandelijks, of per kwartaal is niet populair. Door ons is niet onderzocht welke informatie men dan proactief van de uitvoerder wenst te ontvangen of dat het wenselijker is dat men zelf contact kan opnemen met de uitvoerder.

### Conclusie

Respondenten beleven dat post en communicatie via de werkgever de meest ingezette communicatiemiddelen zijn. Uit dit onderzoek blijkt de wens van de deelnemers anders te liggen. Een persoonlijk gesprek en e-mail krijgen de voorkeur. Communicatie via de werkgever blijft echter nog steeds van belang. Ook wordt duidelijk dat er, zeker onder de jongeren, een wens is voor nieuwe vormen van communicatie zoals Facebook en WhatsApp.

## 4. Aanbevelingen

In dit onderzoek zijn het kennisniveau en communicatiebehoefte van respondenten in kaart gebracht. De belangrijkste conclusies zijn dat er gaten zijn tussen de beschikbare en gewenste pensioen kennis en tussen de beleefde en gewenste inzet van communicatiemiddelen. Hierbij blijkt dat er verschillen zijn tussen jongeren en ouderen. Ook zijn er verschillen tussen de eilanden.

### Drie aanbevelingen voor quick wins

#### 1. Ga uit van One size fits One

Uit onze adviespraktijk blijkt dat het niet alleen blijft bij verschillen tussen eilanden en leeftijdscohorten. De verschillen zijn per bedrijf terug te vinden. Voor een effectief communicatiebeleid is het daarom aan te bevelen goed rekening te houden met de doelgroep(en). Vooraf onderzoeken wat hun wensen zijn, gaat pensioenuitvoerders enorm helpen om de juiste keuzes te maken voor de inzet van de juiste communicatiemiddelen. One size fits all is niet meer van deze tijd. Ga daarom uit van One size fits one.

#### 2. Op papier of op het scherm?

De huidige vorm van communicatie gaat volgens de respondenten vaak per post. Uit ons onderzoek blijkt dat dit niet aansluit bij de wensen van de respondenten. De voorkeur voor informatie per post is zelfs zeer laag te noemen. Het verdient aanbeveling dat de verzekeraars en pensioenfondsen onderzoeken of ook bij hen de communicatie per post zo laag scoort. Dit is immers een dure vorm van communicatie. Bij de respondenten is er een grote voorkeur voor e-mail. Deze relatief goedkope vorm van communicatie zou beter benut kunnen. Daarbij moet het verkrijgen van de juiste e-mailadressen prioriteit krijgen.

#### 3. Onderzoek wat deelnemers precies willen weten

Ons onderzoek heeft zich gericht op algemene pensioen kennis. We hebben gezien dat hier een flink gat is. Om dit gat te dichten is het voor de sociale verzekeringsbank, pensioenfondsen, verzekeraars en werkgevers nuttig om te weten over welk onderdeel van de regeling of over welke gebeurtenissen in leven en werk er vragen zijn. Wanneer er antwoord komt op deze vragen kan er meer inhoudelijk gerichte communicatie worden ingericht.

### Algemene aanbevelingen voor de sector

- Samenwerken voor betere pensioenvoorziening  
Er is een grote behoefte aan pensioen informatie. Pensioenfondsen, verzekeraars en werkgevers zouden hun handen in een moeten slaan om algemene informatie te verstrekken. Uit ons onderzoek blijkt dat de pensioen kennis verbeterd kan worden. Bij het langer moeten doorwerken en stijgende pensioen kosten hebben alle partijen er belang bij dat de deelnemers goed op de hoogte zijn van het pensioenstelsel.
- Er is bij alle deelnemers een grote behoefte aan gesprekken. Door veel uitvoerders wordt dit al gedaan. Ga hier vooral mee door! Pensioenfondsen en verzekeraars die dit nog niet (veelvuldig) doen raden we aan te kijken of er meer informatie verstrekt kan worden via gesprekken.

## 5. Verantwoording

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Onderzoeksmethode</b>         | dataverzameling via internet (Facebook en website) plus enquêtes op de straat ( passanten benaderen) |
| <b>Doelgroep</b>                 | de gehele bevolking van 18 jaar en ouder die leeft op een van de eilanden in de Dutch Caribbean      |
| <b>Veldwerkperiode</b>           | september – december 2016  |
| <b>Afgenomen enquêtes</b>        | 552  |
| <b>Aantal bruikbare enquêtes</b> | 500  |
| <b>Incentive</b>                 | Onder de deelnemers is een I-pad verloot, deze is inmiddels aan een respondent overhandigd           |

### Hoogst genoten opleiding

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <b>Basisonderwijs</b>       | 3%  |
| <b>MAVO/VSBO, HAVO, VWO</b> | 37% |
| <b>MBO/SBO</b>              | 20% |
| <b>HBO</b>                  | 28% |
| <b>WO(+)</b>                | 11% |

### De 500 deelnemers verspreid over de eilanden

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>Aruba</b>          | 24% |
| <b>Bonaire</b>        | 16% |
| <b>Curaçao</b>        | 54% |
| <b>Saba</b>           | 0%  |
| <b>Sint-Eustatius</b> | 4%  |
| <b>Sint Maarten</b>   | 3%  |

## De 500 deelnemers per leeftijdscohort

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| <b>18-25 jaar</b>       | 14% |
| <b>25-35 jaar</b>       | 17% |
| <b>35 - 45 jaar</b>     | 19% |
| <b>45 - 55 jaar</b>     | 23% |
| <b>55 - 65 jaar</b>     | 22% |
| <b>65 jaar en ouder</b> | 6%  |

## De 500 deelnemers naar geslacht

|              |     |
|--------------|-----|
| <b>Man</b>   | 31% |
| <b>Vrouw</b> | 69% |

Het hoge percentage vrouwen dat heeft deelgenomen is mogelijk te verklaren doordat zij wellicht actiever zijn op Facebook. Uit het onderzoek blijkt niet dat vrouwen meer interesse hebben in het onderwerp pensioen dan mannen.

## 6. Gebruik

Vindt u de hier gepresenteerde onderzoeksresultaten nuttig? U mag deze gebruiken en heeft hiervoor geen verdere toestemming nodig. Wel dient u bij gebruik de bron te vermelden. Voor dit onderzoek vragen wij u te vermelden: Montae Caribbean Pension survey 2016



## 7. Over Montae Caribbean

Montae is een adviesorganisatie die in 1997 is opgericht in Nederland en is uitgegroeid tot een organisatie met circa 60 medewerkers in Nederland, Curaçao en Bonaire. Montae is gespecialiseerd in alle facetten van collectieve pensioenen: pensioencommunicatie, pensioenrecht, governance, actuariaat, balans- en risicomanagement, bestuursondersteuning, pensioenuitvoeringsadvies en projectmanagement. Onze relaties zijn werkgevers, vakbonden, pensioenfondsen en pensioenuitvoerders, ministeries en toezichthouders.

Van onze relaties horen wij vaak terug dat wij ons onderscheiden als adviseur doordat wij niet aan de zijlijn staan en ons beperken tot adviezen, maar er ook zijn om samen met de klant de schouders eronder zetten om beleid en processen daadwerkelijk in te bedden in de organisatie.

Vanuit ons kantoor op Curaçao bedienen we samen met de collega's in Nederland onze klanten in de Dutch Caribbean en Suriname. Kijk voor meer informatie op:

[www.montaecaribbean.com](http://www.montaecaribbean.com).

---

Heeft u vragen of wilt u eens met ons praten?  
Neem dan contact met op via:

**Stacey René**

([stacey.rene@montaecaribbean.com](mailto:stacey.rene@montaecaribbean.com))

**Patrick Aberson**

([patrick.aberson@montaecaribbean.com](mailto:patrick.aberson@montaecaribbean.com))

Telefoon: +599 9 738 80 30

Montae Caribbean  
Schout bij nacht doormanweg 40  
Willemstad, Curaçao

[www.montae.nl](http://www.montae.nl)

+599 9738 8030

---

