

Belangrijke conclusies onderzoeksrapport Motivaction 2020

In juni 2020 is wederom een landelijk onderzoek afgenomen door Motivaction over de bekendheid en waardering van Mijnpensioenoverzicht.nl (MPO). *

Het onderzoek in 2020 is de derde meting op rij. In 2018 zijn we gestart met de 0-meting. Met deze onderzoeken krijgen wij meer inzicht in de bekendheid, het (bezoek)gedrag, de waardering en het gebruik van het platform. Ook meten we op welke onderdelen we vooruitgang boeken en waar meer aandacht, communicatie en technische aanpassingen nodig zijn.

Aanbevelingen

Gezien de stabiliteit in de cijfers, blijft een aantal aanbevelingen van vorig jaar relevant:

- › Stimuleer pensioenuitvoerders om op hun eigen kanalen aandacht aan MPO te besteden.
- › Stimuleer de pensioenuitvoerders om MPO extra onder de aandacht te brengen rond verzending van het UPO.
- › Een nieuwe baan is een belangrijk event voor jongeren om aan pensioen te denken. Stimuleer werkgevers om MPO onder de aandacht te brengen bij nieuwe werknemers.
- › Pensioen in zicht is voor ouderen (55-plus) een trigger om in te loggen. Het loont dus om ook communicatie op deze doelgroep te richten.

- › Ook onder degenen die op dit moment geen werkgeverspensioen opbouwen, is er interesse in het inkomen later. Het loont dan ook om hier in de communicatie aandacht aan te besteden. Eventueel kan er worden samengewerkt met de SVB.

De nieuwe aanbevelingen die volgen uit dit onderzoek zijn:

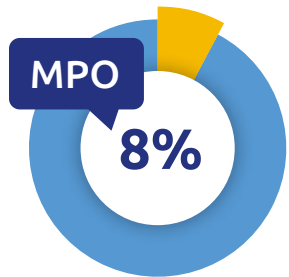
- › Bij het tabblad 'Vooruitblik' staat uitgelegd hoe de bedragen zijn opgebouwd (o.a. uitleg over inflatie). Behoud deze uitleg, want zonder begrijpen mensen het niet.
- › Probeer ook andere overheidswebsites melding te laten maken van MPO. Denk bijvoorbeeld aan het UWV of DUO.

Op de volgende pagina zijn de belangrijkste conclusies visueel weergegeven.

*Aan dit onderzoek deden 1537 respondenten mee tussen 18 en 80 jaar.

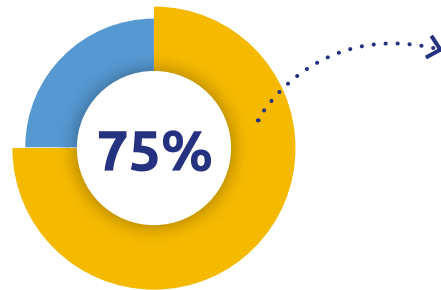
(Naams)bekendheid MPO

Spontane
naamsbekendheid



1 op de 12 (8%) noemt MPO **spontaan** als bron om inzicht te krijgen in het eigen opgebouwde pensioen.

Geholpen
naamsbekendheid



Driekwart kent MPO bij een **geholpen** naamsbekendheid. Dit cijfer is hetzelfde als in 2018 en 2019.

De bekendheid komt met name door:

- > 29% Eigen pensioenfondsen
- > 22% UPO (= gelijk aan 2019)
- > 11% Een campagne

25% van de jongeren (18 t/m 24 jaar) ziet een campagne als logische verwijzer naar MPO.



Mensen die geen pensioen opbouwen



Een vijfde van de mensen die **nu geen pensioen opbouwen**, wil graag inzicht in de eigen pensioensituatie. Ze weten echter niet waar deze informatie te vinden is.

Inloggen op MPO

Tweederde van de mensen die MPO kennen, **logt in**. Dit is hetzelfde als 2018 en 2019.

2/3 Logt in

50% hiervan uit nieuwsgierigheid. 'Hoeveel pensioen krijg ik later?' 'Hoeveel heb ik opgebouwd?'

30% hiervan door ontvangst UPO. (In 2019 was dit 27%.)



1/3 Logt niet in

35% hiervan denkt er niet aan.

18% hiervan heeft (nog) geen interesse in pensioen.

Tabblad Vooruitblik



Ongeveer 2/3 van de mensen die pensioen opbouwen, vindt 'Vooruitblik' **duidelijk** en vindt het **prettig** dat deze op MPO staat.



16% geeft aan dat de 'Vooruitblik' hen **onzeker** maakt.

NPS score

De NPS is in 2 jaar gestegen naar 1. Dit is nog geen significante stijging, maar wel positief. Ter vergelijking: de meeste grote pensioenfondsen hebben een veel lagere NPS.



Life-events

Maar **een klein deel** (minder dan 10%) denkt bij life-events aan pensioen.

Redenen om **wel** in te loggen:

- > Binnen 3 jaar met pensioen gaan **66%**
- > Een nieuwe baan **51%**

