

# Belangrijke conclusies onderzoeksrapport Motivaction 2021

In juli 2021 is wederom een landelijk onderzoek afgenomen door Motivaction over de bekendheid en waardering van Mijnpensioenoverzicht.nl (MPO).\*

In 2021 is voor de vierde keer op rij de meting voor dit onderzoek uitgevoerd. 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. Het onderzoek is gebaseerd op de ervaringen met het oude MPO.nl, echter zijn er wel enkele vragen gesteld over de vernieuwde website.

## Aanbevelingen

Gezien de relatief stabiele cijfers, blijft een aantal aanbevelingen van vorig jaar nog steeds 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 het versturen van de UPO, naast de al aanwezige vermelding. Denk bijvoorbeeld aan het bijsluiten van een leaflet.
- › Een nieuwe baan is een belangrijk life-event voor mensen om aan pensioen te denken en in te loggen op MPO. Stimuleer werkgevers MPO onder de aandacht te brengen bij nieuwe werknemers.

- › Pensioen in zicht is voor ouderen (55-plus) een trigger om te willen weten hoe ze ervoor staan. Het loont dus om ook communicatie op deze doelgroep te richten.
- › Ook onder degenen die geen werkgeverspensioen opbouwen, is er interesse in de hoogte van hun inkomen later. Het is daarom de moeite waard om hier in de communicatie aandacht voor te genereren. Eventueel kan er worden samengewerkt met de SVB.
- › Probeer ook andere overheidswebsites melding te laten maken van MPO. Denk bijvoorbeeld aan het UWV of DUO.

De nieuwe aanbevelingen die volgen uit deze editie zijn:

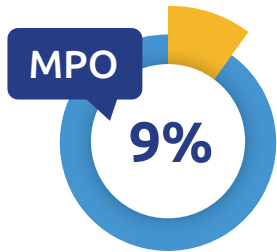
- › Communiceer duidelijk wie er achter MPO zit en het platform beheert.
- › Onderzoek op den duur opnieuw wat men van het nieuwe MPO vindt. Momenteel zijn nog te weinig Nederlanders met het nieuwe MPO in aanraking geweest om hier uitspraken over te kunnen doen.
- › En om de bevindingen in een context te plaatsen, is het belangrijk dat MPO haar doelen expliciteert: welke mate van bereik, doelgroepen, kanalen en events ambieert men met MPO.

Op de volgende pagina zijn de belangrijkste conclusies visueel weergegeven.

\*Aan dit onderzoek deden 1533 respondenten mee tussen 18 en 80 jaar.

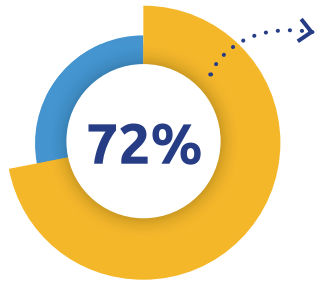
# (Naams)bekendheid MPO

Spontane  
naamsbekendheid



1 op de 12 (9%) noemt MPO **spontaan** als bron om inzicht te krijgen in het eigen opgebouwde pensioen.

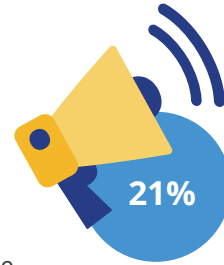
Geholpen  
naamsbekendheid



Ongeveer **driekwart** kent MPO bij een **geholpen** naamsbekendheid. Dit is stabiel ten opzichte van de metingen in 2018, 2019 en 2020.

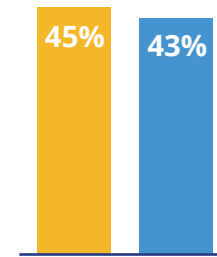
De bekendheid komt met name door:

- > **22%** Eigen pensioenuitvoerder (vorig jaar 29%)
- > **22%** UPO (= gelijk aan 2019 en 2020)
- > **7%** Een **campagne** (vorig jaar 11%)



**21% van de 45 t/m 54 jarigen** ziet een campagne als logische verwijzer naar MPO. Vorig jaar waren dit vooral jongeren (25%) van 18 t/m 24 jaar.

meest logische bronnen  
als verwijzer naar MPO



**Werkgever (45%)** en de **website van de pensioenuitvoerder (43%)** blijven de meest logische bronnen als verwijzer naar MPO.

De helft van de mensen heeft  
geen idee wie MPO beheert.



**14%** weet dat MPO een onafhankelijke stichting (samenwerking SVB, verzekeraars en pensioenfondsen) is. De rest denkt dat MPO een initiatief is van Rijksoverheid (**20%**) of een samenwerking van pensioenfondsen (**13%**).

## Inloggen op MPO

Ongeveer **tweederde (68%)** van de mensen die MPO kennen, **logt in**. Dat is een toename van 4 procent sinds de 0-meting.

**2/3 Logt in**

**40% hiervan uit nieuwsgierigheid.**

*'Hoeveel pensioen krijg ik later?'*

*'Hoeveel heb ik opgebouwd?'*

**32% hiervan door ontvangst UPO.**

(In 2020 was dit 30%.)



**1/3 Logt niet in**

**33%** hiervan denkt er simpelweg niet aan.

**26%** hiervan heeft (nog) geen interesse in pensioen. (In 2020 was dit 18%)

## Life-events



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

Belangrijkste redenen om in te loggen:

- > Binnen 3 jaar met pensioen gaan **63%**
- > Een nieuwe baan **53%**



## Vernieuwde website MPO



**13%** van de mensen die MPO kennen, heeft ingelogd na de lancering op 27 mei. Uit de open antwoorden blijkt dat niet iedereen tevreden is, maar het algemene sentiment is **positief**.

## Net Promotor Score

In 2021 is de NPS -2. Het verschil met voorgaande jaren is niet significant. De NPS schommelt al jaren rond de 0, wat een neutrale stabiele score is.\* Bezoekers van MPO zijn nu tevreden, maar nog niet zo enthousiast dat ze MPO massaal aanraden aan anderen.



\*NPS scores van de meeste pensioenuitvoerders zijn een stuk lager dan deze scores van MPO. In Nederland is de gemiddelde NPS score vaak negatief.