

Ministerie van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid

> Retouradres Postbus 90801 2509 LV Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 1 A
2513 AA S GRAVENHAGE



Postbus 90801
2509 LV Den Haag
Parnassusplein 5
T 070 333 44 44
www.rijksoverheid.nl

Onze referentie
2018-0000119013

Datum 11 juli 2018

Betreft Kamervragen van de leden Van Weyenberg (D66) en Gijs van Dijk (PvdA)
over reclame door verplichtgestelde pensioenfondsen

Hierbij zend ik u de antwoorden op Kamervragen van de leden Van Weyenberg
(D66) en Gijs van Dijk (PvdA) over "reclame door verplichtgestelde
pensioenfondsen".

De Minister van Sociale Zaken
en Werkgelegenheid,

W. Koolmees

2018Z11615

Vragen van de leden Van Weyenberg (D66) en Gijs van Dijk (PvdA) aan de minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid over reclame door verplichtgestelde pensioenfondsen (ingezonden 18 juni 2018)

Datum

Onze referentie
2018-0000119013

1

Bent u bekend met de reclamecampagne van één van de grootste pensioenfondsen op nationale televisie?

Ja.

2

Bent u bekend met de blog van de directeur van Pensioenfonds Zorg en Welzijn uit augustus 2017, waarin hij aangeeft “kostenbeheersing halen we ook uit het feit dat pensioenfondsen door de verplichtstelling geen reclame hoeven te maken.”? 1)

Ja. In dit blog schetst de directeur van PFZW dat een van de voordelen van de verplichtstelling is dat een verplichtgesteld bedrijfstakpensioenfonds geen acquisitiekosten hoeft te maken.

3

Welk kader bestaat er voor verplichtgestelde pensioenfondsen voor promotie en reclame? Zijn reclames van pensioenfondsen onderworpen aan toezicht door de AFM?

Er zijn geen specifieke kaders waaraan (verplichtgestelde) pensioenfondsen moeten voldoen ten aanzien van promotie en reclame.

Het gedragstoezicht van de AFM is gericht op de naleving van de normen uit de Pensioenwet ten aanzien van voorlichting en informatieverstrekking. Informatieverstrekking die is opgenomen in reclame-uitingen valt daarmee onder het toezicht van de AFM en dient te voldoen aan de algemene eisen dat deze correct, duidelijk en evenwichtig dient te zijn.

4

Op welke manier kan een deelnemer inzicht krijgen in de kosten voor deze reclamecampagne? Wordt dit in het jaarverslag onder communicatiekosten geschaard? En in hoeverre worden de communicatiekosten verder gespecificeerd?

Het staat elke deelnemer vrij om vragen te stellen aan het pensioenfonds, zo ook over de kosten van deze reclamecampagne indien men daarin geïnteresseerd is.

In het jaarverslag van PFZW worden de communicatiekosten niet apart vermeld. De kosten voor communicatie zijn onderdeel van de totale

administratiekosten. Er is geen nadere specificatie van waaruit de administratiekosten bestaan. Het jaarverslag van PFZW is online in te zien op de website van het pensioenfonds.

Datum

5

Hoeveel pensioengeld is er uitgetrokken voor deze reclamecampagne?
Hoeveel euro is dat per actieve deelnemer?

Onze referentie
2018-0000119013

Volgens opgave van PFZW bedragen de kosten voor de massa mediale campagne van PFZW voor het jaar 2018 1,3 miljoen euro. Per actieve deelnemer bedragen de kosten € 1,08. Afgezet tegen het totale aantal deelnemers bij PFZW bedragen de kosten voor de campagne in 2018 € 0,48.

6

Wat vindt u er van dat een verplichtgesteld pensioenfonds pensioengeld gebruikt voor een generieke reclamecampagne op nationale televisie?

Het pensioenfondsbestuur is verantwoordelijk voor het besturen van het pensioenfonds. Daaronder valt onder meer de uitvoering van de pensioenregeling, het vormgeven van het beleggingsbeleid, maar ook de wijze waarop het pensioenfonds communiceert met haar (gewezen) deelnemers, pensioengerechtigden en overige aanspraakgerechtigden. Het bestuur richt zich in zijn taak op de belangen van de bij het pensioenfonds betrokken belanghebbenden. Het medezeggenschapsorgaan van een pensioenfonds, waarin de belanghebbenden zijn vertegenwoordigd, heeft de bevoegdheid om een oordeel te geven over het handelen van het bestuur. Naar ik aanneem zal het bestuur bij beslissingen inzake communicatie de kosten en effectiviteit van verschillende media overwegen.

7

Als een verplichtgesteld pensioenfonds wil communiceren met haar deelnemersbestand, is een gerichte brief of e-mail dan niet een doelmatigere manier van communiceren dan een generieke reclamespot op nationale televisie?

Zie het antwoord op vraag 6.

1) <http://pfzw.typepad.com/blog/2017/08/index.html>