

Communicatiebeleidsplan 2012
Stichting Pensioenfonds Jacobs Nederland

20 januari 2012
Communicatieplan

Bart van Grinsven
Syntrus Achmea

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
1 Communicatie	5
1.1.Communicatiestrategie	5
1.2.Communicatiedoelstellingen	5
1.2.1.Kennis	5
1.2.2.Houding	5
1.2.3.Gedrag	6
1.3.Communicatiedoelgroepen	6
1.4.Uitgangspunten voor communicatie over de pensioenregeling	7
1.5.Begrijpelijkheidstoets	7
2 Uitvoering	8
2.1.Wettelijk verplichte communicatie	8
2.2.Correspondentie/brieven	9
2.3.Populaire versie pensioenreglement	10
2.4.Website	10
2.5.Folders over 'pensioen-events'	10
2.6.Jacobs Pensioenperspectief en nieuwsleaflets	11
2.7.(Verkort) jaarverslag	11
2.8.Intranet JNL	12
2.9.Voorlichtingsbijeenkomsten op locatie	12
2.10.Woordvoering en persbenadering	12
3 Organisatie van de communicatie	14
3.1.Communicatiecommissie	14
4 Planning en begroting	15
4.1.Jaarplanning	15
4.2.Begroting	16

Voorwoord

Stichting Pensioenfonds Jacobs Nederland (SPJNL) voert voor Jacobs Nederland B.V. (JNL) de pensioenregeling uit voor (oud-)werknemers die vanaf 1 januari 2004 in dienst zijn getreden.

Het pensioen kan uit de volgende onderdelen bestaan:

- prepensioen, vanaf 60 jaar (standaard prepensioenleeftijd) of op zijn vroegst vanaf 55 jaar
- ouderdompensioen, vanaf 65 jaar tot de maand waarin de (gewezen) deelnemer overlijdt
- partnerpensioen voor de partner, als een (gewezen) deelnemer of pensioengerechtigde overlijdt
- wezenpensioen voor de kinderen tot 27 jaar, als een (gewezen) deelnemer of pensioengerechtigde overlijdt
- arbeidsongeschiktheidspensioen/premievrijstelling i.v.m. arbeidsongeschiktheid

Het fonds maakt gebruik van de zo genaamde generieke 'bolletjes' huisstijl van Syntrus Achmea.

SPJNL hecht er belang aan de communicatie richting alle doelgroepen planmatig aan te pakken. Het pensioenfonds is daar een paar jaar geleden mee gestart en merkt dat het een goede leidraad is in de planning en totstandkoming van alle middelen. Het fonds ziet communicatie als een belangrijke investering, maar streeft – zeker gezien de huidige financiële situatie – naar kostenbesparing, daar waar mogelijk.

Ook in 2011 was er weer veel onrust op de financiële markten. Dit heeft voor de pensioenfonds geleid tot lagere dekkingsgraden, ook bij SPJNL is de dekkingsgraad verder gedaald. De daling is het gevolg van een dalende rente en koersdalingen op de beurs. Het blijft daarom noodzakelijk om met (evt. aanvullende) informatie de (gewezen) deelnemers en pensioengerechtigden te informeren over de stand van zaken bij SPJNL.

De werkgevers-, werknemersorganisaties (sociale partners) en het kabinet sloten afgelopen jaar ook het pensioenakkoord. Het pensioenakkoord reikt oplossingen aan voor de huidige problemen: het feit dat Nederlanders steeds langer leven en het opvangen van schokken op de financiële markten.

Op dit moment is nog niet duidelijk wat het nieuwe pensioenakkoord concreet betekent voor de pensioenregeling van Stichting Pensioenfonds Jacobs Nederland. Het akkoord moet nog officieel worden vastgesteld door de sociale partners en goedgekeurd door de Tweede en de Eerste Kamer. Zodra het pensioenakkoord is goedgekeurd dan zullen de sociale partners, bij JNL de werkgever en de Ondernemingsraad, afspraken moeten gaan maken hoe e.e.a. verwerkt gaat worden in de pensioenregeling. Daarna zal het pensioenfondsbestuur de gemaakte afspraken gaan verwerken in het pensioenreglement. Als dit gebeurd is dan zal het pensioenfonds de (gewezen)deelnemers en gepensioneerden informeren over de wijzigingen.

Diverse middelen worden al ingezet om de communicatie over het pensioen bij de (gewezen) deelnemers en pensioengerechtigden onder de aandacht te brengen. Zo is er sinds juli 2011 een nieuwe website en een nieuwe pensioenplanner, worden er nieuwsbrieven uitgebracht en zijn er deelnemersbijeenkomsten.

Voor 2012 wordt gekeken waar digitale communicatie kan worden ingezet om in voorkomende gevallen snel en met minder kosten te kunnen communiceren.

Belangrijk is dat deelnemers antwoord krijgen op vragen als: Wat heb ik? Wat krijg ik? Wanneer moet ik actie ondernemen? Bij wie kan ik met mijn pensioenvragen terecht? Dit alles moet zoveel mogelijk in begrijpelijke taal!

In dit plan schetsen we welke communicatieactiviteiten SPJNL in 2012 zal ondernemen. De uiteindelijk gewenste situatie is dat alle doelgroepen zich bewust zijn van het belang van pensioen, de individuele mogelijkheden en welke verantwoordelijkheid ze daar zelf in hebben. Belangrijk is dat de informatie begrijpelijk is voor alle deelnemers en dat duidelijk is waar deze te vinden is. We streven een proactieve houding van de belanghebbenden na. Persoonlijk en herkenbaar communiceren staat voorop, waarbij we actie, interactie en transactie willen bewerkstelligen.

1.1. Communicatiestrategie

Het is van belang dat deelnemers goed op de hoogte zijn van de mogelijkheden die de pensioenregeling biedt. De volgende uitgangspunten zijn daarbij van groot belang:

- De communicatie is zo veel mogelijk toegesneden op de ontvanger
- De communicatiemomenten vinden gefaseerd plaats
- De communicatie vindt plaats via verschillende kanalen (multi-channeling).

Kortom, de communicatiestrategie omvat segmenteren, faseren en kanaliseren.

1.2. Communicatiedoelstellingen

Doelstelling bij elke activiteit is om de kernboodschap bij de doelgroepen duidelijk te communiceren. Hierin onderscheiden we: kennis, houding en gedrag.

1.2.1. Kennis

- De doelgroepen moeten op de hoogte worden gebracht van:
 - de rollen en verantwoordelijkheden rondom het pensioen bij JNL
 - de regeling op hoofdlijnen
 - het toeslagen-, premie- en beleggingsbeleid
 - algemene ontwikkelingen binnen SPJNL (bijv. dekkingsgraad en jaarcijfers)
- De doelgroepen moeten weten hoe hun persoonlijke pensioensituatie eruit ziet
- De doelgroepen moeten weten welke mogelijke effecten de huidige ontwikkelingen hebben op hun persoonlijke pensioensituatie;
- De doelgroepen moeten het belang kennen van ook zelf aan de slag gaan met hun pensioen;
- De doelgroepen moeten weten welke consequenties voortvloeien uit de keuzes die zij maken voor hun pensioen;
- De doelgroepen moeten weten dat ze keuzes moeten maken en welke in hun situatie het best passen;
- De doelgroepen moeten weten waar informatie over de regeling gevonden kan worden;
- De doelgroepen moeten weten waar ze terecht kunnen als ze aanvullende actie willen ondernemen.

1.2.2. Houding

- Alle doelgroepen voelen zich betrokken bij JNL als onderneming en hebben het gevoel dat er een goede pensioenregeling voor hen is geregeld waar een kundig bestuur uitvoering aan geeft (positief gevoel);

- De doelgroepen zijn ervan overtuigd dat SPJNL zich tot het uiterste inspant om de pensioenaanspraken jaarlijks te kunnen indexeren, maar dat er geen garanties zijn;
- De doelgroepen zijn zich bewust van hun eigen verantwoordelijkheid om aanvullende actie te ondernemen.

1.2.3. Gedrag

- De doelgroepen maken bij de gebeurtenissen die invloed hebben op hun inkomenspositie de voor hen juiste keuzes binnen de mogelijkheden die de pensioenregeling hen biedt.
- De doelgroepen halen bij de juiste kanalen de gewenste informatie.

1.3. Communicatiedoelgroepen

Er zijn verschillende groepen te onderscheiden, die elk op hun eigen wijze geïnformeerd moeten worden. We onderscheiden:

Primaire doelgroepen:

- Actieve deelnemers (951)
- Gewezen deelnemers (217)
- Pensioengerechtigden (120)

De verdeling man/vrouw is 90/10. De gemiddelde leeftijd van de actieve deelnemers 48 jaar. Ze hebben – met uitzondering van een paar medewerkers - over het algemeen een HBO-opleiding. Iedereen beschikt over een computer op het werk (met een eigen e-mail adres). De gemiddelde werktijd bedraagt 38,84 uur per week.

Intern betrokkenen:

- De werkgever
- Afdeling Human Resources
- Bestuur Pensioenfonds
- Verantwoordingsorgaan
- OR
- Intern toezichtsorgaan

Extern betrokkenen:

- DNB
- Accountant / actuaaris
- Stichting OPF
- Vermogensbeheerder basisregeling
- AFM
- Administrateur / Uitvoerder
- Robeco, vermogensbeheerder APR en prepensioen
- Zwitserleven, herverzekeraar

1.4. Uitgangspunten voor communicatie over de pensioenregeling

De pensioenregeling bestaat uit een basispakket en een keuzepakket. Voor alle duidelijkheid zetten we de uitgangspunten van de pensioenregeling van SPJNL op een rij:

Basispakket

- Voorwaardelijk geïndexeerde middelloonregeling
- Ouderdomspensioen, opbouwpercentage 1,75% van de pensioengrondslag (PG)
- Partnerpensioen op risicobasis, partnerpensioen 1,225% van de laatst geldende PG x deelnemersjaren (eindloon)
- Wezenpensioen
- Arbeidsongeschiktheidspensioen/premievrijstelling i.v.m. arbeidsongeschiktheid
- Voorwaardelijk toeslagverlening

Keuzepakket

- Aanvullend partnerpensioen op risicobasis
- Extra aanvullend partnerpensioen op risicobasis
- Aanvullende pensioenrekening (APR uitbesteed aan Robeco)

1.5. Begrijpelijkheidstoets

Het AFM houdt toezicht op de wijze waarop SPJNL communiceert. Hierbij wordt aandacht besteed aan de informatiedrager, het taalniveau, de communicatievorm en verwijzingen naar web/mail/telefoon. De verplichte informatie die de Pensioenwet voorschrijft, wordt verzorgd door Syntus Achmea. Syntus toetst deze uitingen door middel van gesprekken met deelnemers op aspecten als vormgeving, herkenbaarheid, overzichtelijkheid, leesbaarheid.

Indien nodig zal SPJNL (gewezen) deelnemers of gepensioneerden vragen om een reactie op de informatie die SPJNL aanbiedt. Hierbij worden dan o.a. bovengenoemde aspecten onder de loep genomen.

2 / Uitvoering

Zoals al eerder aangegeven, willen we elke boodschap op maat en gefaseerd communiceren. Hiervoor worden diverse middelen ingezet:

- wettelijk verplichte communicatie
- correspondentie/brieven
- website met pensioenplanner
- nieuwsbrief: Jacobs Pensioenperspectief en leaflets
- eventleaflets
- populaire versie van het pensioenreglement
- (verkort) jaarverslag
- bijeenkomsten op locatie
- intranet van JNL
- woordvoering en persbeleid

2.1. Wettelijk verplichte communicatie

De door de pensioenwet verplichte communicatie wordt “tijdig en in duidelijke en begrijpelijke bewoordingen” verstrekt. Het fonds richt zich hierbij op de gemiddelde deelnemer. We streven naar zo eenvoudig mogelijk taalgebruik in alle uitingen.

Het fonds verstrekt de wettelijk verplichte informatie schriftelijk. Voor naslag kan met terecht op de website van het pensioenfonds.

De volgende items zijn vanuit de pensioenwet verplicht:

Het Uniform Pensioenoverzicht

Het Uniform Pensioenoverzicht (UPO) wordt jaarlijks aan alle actieve deelnemers verzonden. De gewezen deelnemers moeten iedere vijf jaar een Uniform Pensioenoverzicht ontvangen.

Momenteel worden nieuwe UPO modellen (2012) ontwikkeld door de Verbond van Verzekeraars en de Pensioenfederatie. Eventuele wijzigingen zullen vooraf met de communicatiecommissie besproken worden.

Beëindigingsbericht

Iedere deelnemer die JNL verlaat, krijgt binnen drie maanden een beëindigingsbericht toegestuurd. Hierin staan onder andere de opbouw van het pensioen benoemd, de mogelijkheden voor waardeoverdracht en de toeslagverlening.

Welkomstbrief

Komt een deelnemer nieuw in dienst bij JNL, dan ontvangt hij binnen drie maanden een welkomstbrief van het fonds met onder meer zijn persoonlijke pensioengegevens.

Jaaropgave

Pensioengerechtigden ontvangen ieder jaar hun persoonlijke jaaroverzicht.

Jaarverslag

Het fonds is verplicht om elk jaar vóór 1 juli een jaarverslag bij De Nederlandsche Bank in te dienen.

Pensioeninformatie pensioengerechtigden

Elk jaar ontvangen pensioengerechtigden een opgave van het pensioenrecht, een opgave van de opgebouwde aanspraken op partnerpensioen en informatie over de toeslagverlening. Daarnaast ontvangen pensioengerechtigden elk jaar een persoonlijke jaaropgave.

Reglementswijzigingen

Pensioenfondsen zijn verplicht om reglementswijzigingen te communiceren zodra deze betrekking hebben op een of meerdere van zijn doelgroepen. De communicatietermijn van de wijzigingen is drie maanden vanaf het moment van accordering van de wijziging.

Toeslagenlabel en voorwaardelijkheidsverklaring.

Verleent het fonds wel of geen toeslag? Beide mogelijke uitkomsten worden elk jaar in de verplichte uitingen opgenomen. Het toeslagenlabel is een visuele weergave van de verwachte indexatie en de hoogte van de indexatie onder ongunstige omstandigheden. De voorwaardelijkheidsverklaring geeft een toelichting in woord (wettelijk verplichte tekst) over verleden en verwachting voor de toekomst.

Doelgroepen

Actieve deelnemers, gepensioneerden en gewezen deelnemers.

2.2. Correspondentie/brieven

Brieven worden ingezet daar waar informatie gesegmenteerd en snel moet worden overgedragen. Per onderwerp kan de boodschap op maat worden geschreven.

Alle 'standaardcommunicatie' wordt binnen Syntrus Achmea gecontroleerd door communicatie coaches op 'heldere taal'. De coaches overleggen regelmatig met de communicatieadviseurs.

Doelgroepen

Actieve deelnemers, gepensioneerden, gewezen deelnemers, intern en extern betrokkenen.

2.3. Populaire versie pensioenreglement

In 2009 is er een populaire versie van het pensioenreglement gemaakt. De hoofdpunten van het reglement worden in een 3-luik folders in begrijpelijke bewoording uitgelegd. De folder is voor alle niet-Nederlands sprekende deelnemers vertaald in het Engels. Beide versies zijn ook als pdf-bestand op de website geplaatst.

Doelgroepen

Actieve deelnemers, gepensioneerden, gewezen deelnemers, intern en extern betrokkenen.

2.4. Website

De website is dé centrale vindplaats en vraagbaak voor alles betreffende SPJNL en de pensioenregeling. In 2011 is er een nieuwe website beschikbaar gesteld waar informatie op een heldere en vindbare manier wordt gepresenteerd. Ontwikkelingen en wijzigingen worden zo snel mogelijk doorgevoerd op de website. Het helpt ook om te voldoen aan de PFG-richtlijnen; informatie aanbieden die het fonds op verzoek aan deelnemers beschikbaar moet stellen. Tevens kan steeds de meest actuele dekkingsgraad worden gecommuniceerd en kan informatie over het beleggings- en risicobeleid op de website worden geplaatst. Via de website is ook een pensioenplanner van het fonds te bereiken. Met deze rekentool kunnen deelnemers berekeningen uitvoeren en inzicht krijgen in de uitkomsten bij de inzet van de diverse flexibiliseringsmogelijkheden.

Het is van belang om in alle andere communicatie-uitingen zoveel mogelijk naar de website te verwijzen. Zo wordt de website regelmatig onder de aandacht gebracht en wordt het dé vindplaats van pensioeninformatie.

Doelgroepen

Actieve deelnemers, gepensioneerden, gewezen deelnemers, intern en extern betrokkenen.

2.5. Folders over 'pensioen-events'

Er zijn gebeurtenissen in een mensenleven die van invloed zijn op de opbouw van pensioen. Denk daarbij aan onderwerpen als minder gaan werken/scheiding/uit dienst. Hiervoor zijn folders opgesteld. Deze zijn als printbare bestanden op de website geplaatst. Deelnemers kunnen de informatie dus zelf uitprinten. Tevens zijn er geprinte versies gemaakt. Deze liggen bij HR voor eventuele vragen van deelnemers.

Indien er behoefte is aan een aanvulling op de bestaande onderwerpen, dan kan er snel en gemakkelijk een aanvullend leaflet worden gemaakt.

Doelgroepen:

Afhankelijk van het onderwerp: Actieve deelnemers, gepensioneerden en/of gewezen deelnemers

2.6. Jacobs Pensioenperspectief en nieuwsleaflets

De nieuwsbrief Jacobs Pensioenperspectief komt twee maal per jaar uit. Hierin schenkt SPJNL aandacht aan de ontwikkelingen binnen het fonds, maar ook aan de belangrijke zaken binnen pensioenland. Alle nummers samen vormen een belangrijke bron van informatie voor de deelnemers. Om een duidelijk overzicht te krijgen van de behandelde onderwerpen, vult Syntrus Achmea voor elke uitgave een matrix in, met de onderwerpen die in die nieuwsbrief zijn behandeld. Dit overzicht/deze matrix staat op de website.

Syntrus Achmea coördineert de totstandkoming in de vorm van redactionele ondersteuning, copywriting, vormgeving, opmaak, drukwerk en verspreiding. In elke uitgave kiezen we voor een cartoon die past bij het onderwerp op de 1^e pagina. Dit maakt de nieuwsbrief wat luchtiger en geeft ook herkenbaarheid. Enkele aandachtspunten zijn:

- Begrijpelijke taal;
- Aandacht voor gebeurtenissen die van belang zijn voor het pensioen (bijv. gebracht vanuit het perspectief van de deelnemer, in de vorm van een rubriek 'deelnemer aan het woord');
- Persoonlijke benadering;
- Korte(re) artikelen;
- Voor meer informatie/details vaker verwijzen naar de website.

Voor actualiteiten zet SPJNL vanaf 2012 ook nieuwsberichten uit in de vorm van leaflets. Op een dubbelzijdig A4-tje kunnen de deelnemers snel op de hoogte worden gebracht over de laatste ontwikkelingen. De opzet van de leaflets moet een snelle productie en verspreiding mogelijk maken.

Doelgroepen

Actieve deelnemers en gepensioneerden.

2.7. (Verkort) jaarverslag

Het fonds is verplicht om jaarlijks een jaarverslag uit te brengen. Hiermee informeert het fonds intern en extern betrokkenen, actieve deelnemers en gepensioneerden over de ontwikkelingen in het voorgaande jaar. Een verkort jaarverslag is een beter toegankelijk versie van het volledige verslag. Het (verkorte) jaarverslag wordt als pdf-bestand geplaatst op de website. In de nieuwsbrief melden we dat deze documenten op de website te vinden zijn. Voor meer informatie verwijzen we naar de uitgebreidere samenvatting op de website. Hiermee voldoet het fonds aan de wens van AFM om de deelnemers en gepensioneerden te informeren over het strategisch beleggingskader en de invulling van het bijbehorend risicobeheer.

Doelgroepen

Actieve deelnemers, gepensioneerden, intern en extern betrokkenen.

2.8. Intranet JNL

Voor korte, actuele berichten kan JNet van JNL worden ingezet. Dit medium kan ter aanvulling/ondersteuning van de eigen middelen worden ingezet. De boodschap en verzending moet in overleg met de werkgever worden vastgesteld. Denk daar bij aan de aankondiging dat het UPO binnenkort verzonden wordt, een herinnering voor een bijeenkomst, een verwijzing naar een nieuwsbericht op de website.

Doelgroep

Actieve deelnemers

2.9. Voorlichtingsbijeenkomsten op locatie

SPJNL hecht grote waarde aan het informeren van de jongere doelgroepen over hun pensioen. Daarom zal SPJNL uitleg geven aan de Young Graduates. Hiervoor wordt ruimte gevraagd op de agenda van één van de bijeenkomsten van de Jacobs Future Social Event-bijeenkomsten.

Bij belangrijke ontwikkelingen binnen het fonds worden bijeenkomsten georganiseerd om uitleg te geven. De inhoud van het programma wordt in samenwerking met Syntrus Achmea bepaald.

Bij de introductie van de nieuwe website en pensioenplanner zal SPJNL gebruik maken van een opgenomen trainingsmodule die te downloaden is op de website van SPJNL om deelnemers te informeren over de mogelijkheden van de website en de pensioenplanner. De deelnemers zullen via voor aankondigingen en per e-mail op de hoogte gesteld worden van deze faciliteit.

Doelgroep

Actieve deelnemers

2.10. Woordvoering en persbenadering

Het zijn roerige tijden in pensioenland. Hierdoor is het mogelijk dat het bestuur wordt benaderd door de pers om uitleg te geven over bijvoorbeeld de financiële situatie van het fonds, het beleggingsbeleid of andere zaken. Het is belangrijk om hierop voorbereid te zijn en een beleid op te stellen voor woordvoering en persbenadering.

Het is belangrijk dat u als pensioenfonds weet wat u gaat doen en wilt uitstralen wanneer de pers u benadert of wanneer u zelf de pers benadert. U bent niet verplicht te reageren, maar 'niet bereikbaar zijn' wordt ook als een reactie gezien en draagt doorgaans niet in positieve zin bij aan het imago. Wanneer u wel wenst te reageren, is de vraag wie de meest geschikte persoon is om de media te woord te staan. Criteria hierbij zijn: ervaring, voorbereiding en optimale beschikbaarheid.

Actualiteit

Ongeacht wie de woordvoering op zich neemt, is het belangrijk op de hoogte te zijn van de actualiteit binnen het fonds, de branche en de pensioenwereld. Zijn er bijvoorbeeld belangrijke fondsbesluiten genomen die in het nieuws zouden kunnen komen? Wat is de huidige dekkinggraad?

Proactief de pers benaderen

Mogelijk wil SPJNL de media zelf benaderen bij nieuwswaardige feiten. Hiervoor kan het fonds persberichten uitsturen of opiniestukken publiceren. Met als doel bijvoorbeeld het opbouwen van een positief imago voor het pensioenfonds. De voorzitter van SPJNL treedt op als woordvoerder namens het pensioenfonds.

3 Organisatie van de communicatie

In dit communicatieplan formuleert SPJNL haar communicatiebeleid en structureert de communicatie die plaats vindt in naam van SPJNL. Voor het uitvoeren van het plan is een communicatiecommissie ingesteld om de voortgang van de pensioencommunicatie te bespreken.

3.1. Communicatiecommissie

De commissiecommissie bewaakt in opdracht van het bestuur de uitvoering van het communicatieplan. De commissie bestaat uit Dick van Leeuwen en Luk Dierick. Zij zijn voor Syntrus Achmea het eerste aanspreekpunt voor communicatieonderwerpen. De commissie beoordeelt of en wanneer informatie over SPJNL naar interne en/of externe betrokkenen moet worden gestuurd. De commissie wordt geadviseerd door Bart van Grinsven, adviseur Pensioencommunicatie bij Syntrus Achmea.

De communicatiecommissie komt 3 keer per jaar samen en stelt dan een voortgangsrapportage op met daarin de activiteiten van de afgelopen periode. In deze rapportage wordt ook een financiële terugkoppeling gegeven van de communicatieprojecten die zijn afgerond.

Doelgroep

Bestuur

4 Planning en begroting

4.1. Jaarplanning

Na overeenstemming over de uit te voeren middelen en de invulling daarvan, stelt Syntrus Achmea een jaarplanning op. Los van de verplichte communicatie, gaan we uit van het volgende:

Q1

- Brief met uitleg over toeslagverlening aan pensioengerechtigden
- 1^e uitgave van Jacobs Pensioenperspectief

Q2

- Voortgangsbespreking van de communicatiecommissie + rapportage
- Nieuwsleaflet

Q3

- 2^e uitgave van Jacobs Pensioenperspectief
- Voortgangsbespreking van de communicatiecommissie + rapportage
- Verkort jaarverslag (op de website) + leaflet met kerncijfers

Q4

- Jaarlijkse deelnemersbijeenkomsten:
 - uitnodiging per e-mail
- Voortgangsbespreking van de communicatiecommissie + rapportage/evaluatie
- Nieuwsleaflet
- Opstellen communicatieplan 2013

Indien zich gedurende het jaar bijzondere ontwikkelingen voordoen die gecommuniceerd moeten worden, wordt op dat moment beslist welk medium daarvoor het best kan worden ingezet.

4.2. Begroting

Communicatieplan

Update beleidsplan, inclusief jaarplanning en begroting	€	1.650,00
Totaal in 2012	€	1.650,00

Communicatiecommissie overleg

Bespreking, inclusief voorbereiding, uitwerken verslag en reistijd	€	1.320,00
Totaal in 2012, uitgaand van 3 besprekingen per jaar	€	3.960,00

Correspondentie/brieven

Formulieren niet-standaard brieven (excl. printen, verzenden en porti) ¹ , stelpost, afhankelijk van lengte en onderwerp	€	660,00
Totaal in 2012, uitgaand van 2 brieven	€	1.320,00

Nieuwsbrief: JacobsPensioenPerspectief

Copywriting en productiecoördinatie	€	4.150,00
Illustratie	€	100,00
Opmaak, 4 pagina's A4	€	1.230,00
Drukwerk, uitgaand van full colour, oplage 1.275	€	980,00
Handling, op basis van seal met adressticker	€	675,00
Porti, stelpost	€	675,00
	€	7.810,00
Totaal in 2012 uitgaand van 2 nieuwsbrieven	€	15.620,00

¹ De wettelijk verplichte communicatie, zoals UPO en eventbrieven maken onderdeel uit van de uitvoeringsovereenkomst en worden daarom niet opgenomen in deze begroting.

Nieuwsleaflet

Copywriting en productiecoördinatie	€	2.075,00
Opmaak, 2 pagina's A4	€	615,00
Drukwerk, uitgaand van full colour, oplage 1.275	€	615,00
Handling, op basis van seal met adressticker	€	650,00
Porti, stelpost	€	675,00
	€	4.630,00
Totaal in 2012, uitgaand van 2 nieuwsleaflets	€	9.260,00

Verkort jaarverslag

Copywriting en productiecoördinatie	€	2.640,00
Opmaak (te plaatsen als pdf op de website), uitgaand van 6 pagina's A4	€	1.850,00
	€	4.490,00
Totaal in 2012	€	4.490,00

Leaflet kerncijfers

Copywriting en productiecoördinatie	€	990,00
Opmaak, 2 pagina's A4	€	615,00
Drukwerk, uitgaand van full colour, oplage 1.275	€	615,00
Handling, uitgaand van verzending bij nieuwsbrief	€	510,00
Porti, afhankelijk van evt. extra gewicht		PM
	€	2.730,00
Totaal in 2012	€	2.730,00

Coördinatie/advies algemeen

Algemene ondersteuning op het gebied van communicatie, uitgaand van
gemiddeld 3 uur per maand, stelpost

€ 5.940,00

Totaal in 2012 € **5.940,00**

Woordvoering/persbeleid

Afhankelijk van behoefte

PM

Genoemde bedragen zijn op basis van ervaringscijfers van eerdere producties voor SPJNL opgesteld.
Facturatie op basis van daadwerkelijk gemaakte uren en kosten.