



Interactiviteit in online pensioenplanners vergroot betrokkenheid

Artikel: Brüggem, E. C., Post, T., & Schmitz, K. (2019). Interactivity in online pension planners enhances engagement with retirement planning – but not for everyone. *Journal of Services Marketing*, 33(4), 488–501.

Het artikel in het kort

Er komen steeds meer technologische mogelijkheden om mensen inzicht te geven in hun pensioen, bijvoorbeeld door middel van pensioencomputers. In een online omgeving bevordert de interactiviteit het gericht lezen en opvragen van informatie. De verwachting is ook dat interactiviteit de betrokkenheid en kennis vergroot. Uit het onderzoek blijkt dat interactiviteit een positief effect heeft op het aantal keren dat gebruikers klikken op opties. Interactiviteit heeft ook een positief effect op het voornemen van deelnemers om in de komende drie tot zes maanden hun pensioensituatie te checken. De effectiviteit van het ontwerp van een pensioenplanner kan niet worden gegeneraliseerd. Mannen prefereren bijvoorbeeld hoge niveaus van interactie, terwijl vrouwen een gemiddeld niveau verkiezen.

Achtergrond

Volgens recente cijfers van de Verenigde Naties zal het aantal mensen dat ouder is dan 60 jaar in 2050 zijn verdubbeld ten opzichte van het jaar 2007. In combinatie met de zeer lage rente zal dit de pensioenstelsels wereldwijd onder druk zetten. Bovendien wordt van pensioendeelnemers steeds meer zelfstandigheid verwacht bij de pensioenplanning.

Toch voelt het leeuwendeel van de pensioengerechtigden zich niet actief betrokken bij de eigen pensioenplanning. Onderzoek toont aan dat mensen vaak nog meer tijd besteden aan het uitzoeken van een restaurant of nieuwe televisie dan aan hun pensioen. Al deze zaken kunnen leiden tot een onvoldoende ouderdomsvoorziening. Maar hoe krijgen we de mensen in beweging?

‘Interactiviteit’ is de mate waarin een gebruiker direct invloed heeft op het wijzigen van de vorm en inhoud van de omgeving waarin beslissingen kunnen worden genomen. In zogenaamde ‘high involvement settings’ (zoals bijvoorbeeld het geval is bij online winkelen) leidt een hogere interactiviteit tot een positief effect op de koopattitude, betrokkenheid en het voorgenomen gedrag van de gebruikers. Bij pensioenen is echter sprake van een ‘low involvement setting’. In tegenstelling tot de winkelervaring leidt een inspanning op het gebied van pensioenen niet tot een direct merkbare opbrengst voor de gebruiker. Ook ervaart de pensioengerechtigde geen

directe druk om actie te ondernemen. Bovendien zijn pensioenbeslissingen - en daarvoor noodzakelijke informatie - complex van aard. Het is geen leuke bezigheid, in tegenstelling tot winkelen. Dit zijn allemaal redenen die leiden tot het uitstellen van pensioenbeslissingen.

Het is een interessante en belangrijke vraag of het toevoegen van interactiemogelijkheden aan pensioenapplicaties (bijvoorbeeld een online pensioen planner), net als bij ‘high involvement settings’, een positief effect heeft op de pensioen-‘drive’ en het gebruik van online pensioenplanners. Of leidt meer interactie juist tot meer verwarring?

‘Mannen handelen bij hoge interactiviteit, vrouwen bij een lager niveau van interactiviteit.’

Het onderzoek

In deze studie is onderzocht of interactiviteit effect heeft op het ‘pensioengedrag’. 285 mensen van een Nederlands online panel namen deel aan het onderzoek: 162 mannen en 123 vrouwen, gemiddeld 52 jaar oud. Ze waren ongeveer gelijk verspreid over drie experimentele situaties: (1) geen interactiviteit, (2) een gemiddeld niveau van interactiviteit en (3) een hoog niveau van interactiviteit. De verschillende versies van de online pensioenplanner zijn ontwikkeld samen met een bedrijf dat is gespecialiseerd in het ontwerpen van dergelijke planners.

De versie zonder (extra) interactiviteit gaf enkel de optie om de hoogte van het pensioen te bekijken (door erop te klikken). De versie met gemiddelde interactiviteit gaf tevens de mogelijkheid om variabelen aan te passen, zoals gewenste pensioenleeftijd, parttime-werkfactor en wijzigingen in het uitkeringsverloop.



De versie met hoge interactiviteit gaf daarnaast nog de mogelijkheid om aan te klikken 'heb ik een pensioentekort?' Dat gaf de mogelijkheid om een budgettool te gebruiken die het verschil inzichtelijk maakte tussen de verwachte uitgaven na het pensioen en het beschikbare pensioen.

Voorgenomen gedrag is gemeten aan de hand van antwoorden op zes vragen over de intentie om de eigen pensioensituatie te gaan bekijken en de intenties om informatie in te winnen bij werkgever, familie, vrienden, financieel adviseurs en eigen onderzoek. Het daadwerkelijke klikgedrag is gemeten aan de hand van het aantal klikken dat de deelnemers deden tijdens het gebruik van de online pensioenplanner.

De resultaten

Interactiviteit heeft een positief effect op het aantal keren dat gebruikers klikken op opties in de pensioenplanningstool. Er bestaat met name verschil in effect tussen de groep die geen interactiviteit ervoer en de twee groepen die wel een vorm van interactiviteit kregen aangeboden. Tussen de twee groepen met interactie (gemiddeld en hoog) vonden de onderzoekers geen wezenlijke verschillen voor het aantal klikken. Interactiviteit heeft ook een positief effect op het voornemen van deelnemers om in de komende drie tot zes maanden hun pensioensituatie te checken.

Mannen en vrouwen verschillen in voorkeur voor interactie. Mannen prefereren hoge niveaus van interactiviteit en vrouwen een gemiddeld niveau. Het effect van interactiviteit op het voorgenomen gedrag van deelnemers was bovendien verschillend tussen mannen en vrouwen. Mannen handelen met name bij hoge interactiviteit, terwijl vrouwen dat doen bij een lagere niveau van interactiviteit.

Hieruit blijkt dat de effectiviteit van het ontwerp van de pensioenplanner ten aanzien van interactiviteit niet kan worden gegeneraliseerd. Het hangt af van de sociale en economische omstandigheden (hier: het geslacht van de deelnemer).

Conclusie

De mogelijkheid tot interactiviteit binnen een omgeving waarin pensioen-deelnemers beslissingen moeten/kunnen nemen over hun pensioen leidt tot meer aandacht en actief gedrag bij de deelnemers. Mannen en vrouwen verschillen hierin echter. Dat vraagt om een toegespitste benadering van mannen en vrouwen en mogelijk zijn nog andere factoren van invloed.

1. DOEL VAN HET ONDERZOEK

Dit onderzoek probeert duidelijkheid te scheppen in de vraag of de onderzochte relaties in een pensioensetting anders verlopen dan in een 'high involvement' setting, zoals online winkelen.

2. OPMERKELIJK

Mannen en vrouwen reageren verschillend. Het is tevens belangrijk om andere karakteristieken van consumenten te ontdekken die leiden tot een andere reactie op communicatie(middelen).

3. NUT

Dit is het eerste onderzoek dat de effectiviteit test van interactiviteit op pensioengedrag. Interactiviteit is een veelbelovende optie in het stimuleren van de betrokkenheid en het beïnvloeden van gedrag bij pensioendeelnemers.

4. BELANGRIJKSTE BEVINDING

Meer interactiviteit bij pensioenkeuzes leidt tot meer aandacht en actief gedrag bij de deelnemers.