

VDB/Compton

PERSBERICHT

Eéns hopen we allemaal met pensioen te gaan. Maar hoe denken we erover, tegen de tijd dat het bijna zover is? Veel mensen blijken er dan erg tegenop te zien. Plotseling wordt ervaren, dat het werk tot dan toe veel inhoud aan het leven gegeven heeft. De beroepsbezigheden en de eraan verbonden sociale kontakten vallen weg, van de ene dag op de andere. Wat ervoor in de plaats komt is een vrijheid, die door velen als een dreigende leegte wordt beleefd. Juist vaak omdat het werk een te overheersende rol heeft gespeeld, waardoor er minder aandacht is besteed aan een wijze van "invullen" van de vrije tijd die vooruit loopt op al die komende vrijheid.

Een groot aantal toekomstig gepensioneerden leven met de angst, zich straks "uitgerangeerd" te voelen, niet meer nuttig en nodig in een maatschappij, waarin de nadruk ligt op jong en produktief zijn en waar welvaart vaak hoger wordt gewaardeerd dan welzijn. Een niet gering probleem, waar in de afgelopen jaren veel artikelen over zijn geschreven. Wie die artikelen leest krijgt over het algemeen een niet zo rooskleurig beeld.

Gelukkig zijn er ook een groot aantal mensen die met plezier kunnen denken aan hun op handen zijnde pensionering. Mensen die er bewust naar toe leven en er plannen voor maken, vaak ondanks de beperktere mogelijkheden die zij in het vooruitzicht hebben door verminderende inkomsten.

Niettemin is er alle aanleiding, aan dit onderwerp aandacht te besteden door middel van een voorlichtende campagne. Er zijn bedrijven, die hun werknemers in dit opzicht een goede begeleiding geven, maar zij vormen een minderheid. Ook zijn er instanties die aan iedereen alle gewenste informatie kunnen geven over de pensioentijd en alles wat daarmee samenhangt, maar lang niet iedereen zal zich tot die instanties wenden. Voorbereiding op het pensioen is en blijft vooral een zaak van ieder persoonlijk. Met een campagne in belangrijke media hoopt de Stichting Ideële Reclame daar een goede bijdrage toe te kunnen leveren.

Er zijn een aantal omstandigheden die een dergelijke campagne actueel maken.

Onze gemiddelde pensioentijd is namelijk een steeds langere periode aan het worden. Enerzijds door de toegenomen levensverwachting, anderzijds door het dalen van de leeftijd waarop we met pensioen gaan, al dan niet gebruik makend van een VUT-regeling. Ook kan in aanmerking worden genomen, dat een belangrijk percentage van de mensen op een of ander tijdstip in hun loopbaan arbeidsongeschikt worden verklaard, waardoor de gemiddelde leeftijd waarop we met werken ophouden nog verder daalt.

VDB/Compton

Voor de campagne "Pensioenvoorbereiding", waartoe de Stichting Ideële Reclame het initiatief heeft genomen, is een serie advertenties gemaakt, alsmede een TV-filmpje voor uitzending door de STER.

Via een advertentiecoupon en een postbusnummer kan een speciaal samengesteld boekje worden aangevraagd, dat in kort bestek op veel factoren van het met pensioen gaan ingaat.

Naast praktische informatie over onderwerpen als financiën, wonen en gezondheid, bevat het een veertiental gesprekken met mensen die binnen niet al te lange tijd gepensioneerd worden of die dit al zijn.