



Pensioen tastbaar maken

Rapportage kwantitatief onderzoek onder werkgevers

Irene Zondervan, Henk Heinen

M211724

30 juni 2022

Validering propositie OVERmorgen

Kwantitatief onderzoek

Na een kwalitatieve fase waarin diverse HR-managers en werkgevers het platform is voorgelegd met de vraag wat het voor hen oplost en toevoegt, hebben we vervolgens een kwantitatieve validering uitgevoerd. Het doel van dit onderzoek is antwoord geven op de vraag of de introductie van OVERmorgen aansluit bij de wensen en behoeften van werkgevers met betrekking tot hun rol naar werknemers op het gebied van pensioenvoorlichting.

Concreet is getoetst of het platform tegemoet komt aan de uitgangspunten:

- Draagt het bij aan het onderwerp pensioen bespreekbaar maken voor de werknemer en diens werkgever?
- Draagt het bij aan drempelverlaging voor de werknemer om zich te informeren over pensioen en meer breed over gevolgen van bepaalde veranderingen in het arbeidscontract?
- Spreekt deze wijze van informeren die doelgroep aan die zich anders niet bezighoudt met de financiële gevolgen van gedrag en pensioen?

Overige vragen die gesteld zijn, betreffen de triggers en barrières voor de werkgevers/HR-managers om het platform intern aan de eigen medewerkers aan te bieden.

Steekproef

- Het onderzoek is uitgevoerd onder HR-managers en werkgevers uit het panel van Motivaction (Stempunt.nu).
- In totaal hebben 731 HR-managers en werkgevers de vragenlijst ingevuld.
- Voor een overzicht van de verdeling van de steekproef over de variabelen 'aantal medewerkers' en 'branche' zie bijlage.

Vragenlijst

- De vragenlijst, die in samenwerking met Muzus is opgesteld, bestaat uit 10 vragen. De gemiddelde invultijd bedroeg 4,5 minuten.
- Aan het begin van de vragenlijst zijn eerst een introductietekst en twee afbeeldingen voorgelegd over het platform OVERmorgen. Vervolgens heeft men de vragenlijst hierover ingevuld.

Veldwerk

- Het veldwerk is uitgevoerd door Motivaction in de periode van 9 juni tot en met 12 juni 2022.

Rapport

- We starten het rapport met de conclusies en hoofdbevindingen. Dan volgt de presentatie van het voorgelegd materiaal en daarop de resultaten.

Voldoende draagvlak om OVERmorgen in de markt te zetten

OVERmorgen vindt draagvlak bij de meerderheid van de werkgevers en HR-managers en komt tegemoet aan de gestelde uitgangspunten en doelen

- Het platform maakt een vernieuwende en verfrissende indruk, waarmee het aansluit op de primaire communicatiedoelgroep: jongeren die zich nog niet bezighouden met hun toekomst. Het heeft een uitnodigende uitstraling wat drempelverlagend zal werken.
 - Het platform biedt een scala aan onderwerpen en is daarom geschikt voor een breed publiek; mensen met diverse vragen.
 - Het platform wordt gunstig beoordeeld door twee derde van de werkgevers/HR-managers. Het minst positief zijn bedrijven met minder dan 10 werknemers.
 - Een van de doelen, de stilte of het taboe doorbreken om het met de werkgever over pensioengerelateerde zaken te hebben als werknemer, lijkt met OVERmorgen gerealiseerd te kunnen worden, aldus de werkgevers. Niet alleen helpt het financiële gevolgen van bepaalde keuzes met de werkgever bespreekbaar te maken, het geeft de werkgever goed inzicht in wat er zoal speelt en leeft onder de medewerkers. Kortom, het overbrugt een bestaande kloof. En daarmee komt het tegemoet aan het invullen van eigentijds werkgeverschap.
 - Bewustwording ziet de doelgroep overwegend als positief maar een minderheid vreest dat het hun werknemers op ideeën brengt; ideeën die niet in het voordeel van de werkgevers zijn en in hun optiek daarom ook maar beter niet besproken kunnen worden. Het lijkt er bij hen op dat zij liever hun kop in het zand steken en zich laten verrassen mocht de werknemer plots met een bepaalde wens komen.
- Als doelgroep voor OVERmorgen zien de werkgevers/HR-managers een brede doelgroep maar zeker ook de doelgroep die aan het ontwikkelen van dit idee ten grondslag ligt.
 - Werknemers die anders relatief weinig aandacht besteden aan hun toekomstige pensioenpositie.
 - Minder financieel vaardige medewerkers, jonge medewerkers zonder ervaring en inzicht in de werking van het systeem.
 - Mensen die zich hier normaal gesproken niet zo mee bezig houden of een drempel ervaren om deze informatie te verkrijgen.
 - Als aanbieder van OVERmorgen komen SZW en de eigen pensioenaanbieder het meest voor de hand liggend over.
 - Een belangrijke trigger voor de werkgever/HR-manager om het platform aan te bieden aan de werknemers is om zo invulling te geven aan goed en eigentijds werkgeverschap. Daarnaast kan het de werkgever tijd schelen en bijdragen aan het vinden en/of binden van personeel.
 - Een barrière is de onduidelijkheid over de kosten die het meebrengt en wie die gaat betalen. Ook zaken als privacy en partij erachter moeten opgehelderd worden.
 - Een andere barrière zien werkgevers die vinden dat praten over pensioen met je werknemers niet bij de rol van de werkgever past.

Voorgelegd materiaal en uitleg

Op de volgende drie schermen staat een nieuw product beschreven. De beschrijving wordt geïllustreerd met twee afbeeldingen. Lees de teksten eerst rustig door en bekijk de daarbij behorende afbeeldingen. Daarna stellen we je er een aantal vragen over.

Om uw werknemers meer zekerheid en duidelijkheid over hun financiën nu en in de toekomst te bieden, heeft de pensioensector het online leerplatform OVERmorgen ontwikkeld. Het maakt onderwerpen die de werknemer en werkgever raken bespreekbaar en levert op laagdrempelige wijze informatie over onderwerpen waar werknemers mee te maken (kunnen) krijgen.

In het werkende leven kunnen werknemers namelijk tegen allerlei vragen aanlopen. Wil ik parttime gaan werken? Wat voor invloed heeft jobhopping op mijn carrière? En kan ik een tijd met onbetaald verlof? Dat dit invloed kan hebben op je financiën is voor veel mensen wel duidelijk, maar de link met pensioen wordt niet snel gelegd of soms helemaal vergeten.

OVERmorgen is een platform dat werkgevers kunnen aanbieden aan hun werknemers om ze te ondersteunen bij deze vraagstukken, en op die manier te bouwen aan hun 'persoonlijke financiële ontwikkeling'. Zo kan je als werknemer leren hoe je jezelf zo goed mogelijk voorbereidt op jouw (financiële) toekomst door informatie aan te bieden die aansluit bij de levensvragen van de (startende) werkende Nederlander.

Aan de hand van diverse situaties waar uw medewerkers mogelijk vragen over hebben, worden ze geïnformeerd. U biedt het platform binnen uw organisatie aan en wijst uw medewerkers op het bestaan ervan. De medewerkers kiezen of en wanneer ze er op kijken en welke informatie zij interessant vinden om te gaan bekijken. In dit huidige voorbeeld staan 3 onderwerpen: een sabbatical, deeltijd werken en kinderen krijgen. Deze lijst wordt in de praktijk aangevuld tot circa 10. Afhankelijk van wet- en regelgeving wordt de content geüpdatet. Afhankelijk van de vragen uit de doelgroep komen er nieuwe thema's bij.

U ontvangt een overzicht van het aantal keren dat op een onderwerp is gezocht. Dit is niet herleidbaar naar individuele werknemers. Maar zo weet u wel welke onderwerpen uw medewerkers interesseren. Alle onderwerpen hebben een link met inkomen nu en later. Eén van de doelen van het platform is de werknemer behoeden voor verkeerde keuzes bij gebrek aan juiste informatie. Keuzes die hij later in zijn leven gaat betreuren.

Opzet: elk onderwerp, elke situatie, start met een kort filmpje waarin een werknemer dit onderwerp vanuit zijn of haar perspectief bespreekt. Dit had één van uw medewerkers kunnen zijn. Voordat de kijker antwoord krijgt op vragen die rond dit onderwerp leven, wordt hij of zij uitgenodigd de eigen kennis aan de hand van een quiz te toetsen. Dan volgt een podcast met een expert die over dit onderwerp zijn licht laat schijnen en zo de kijker wegwijst. Aan de hand van linkjes, verwijzingen naar organisaties en rekentools, kan de werknemer verder met het beantwoorden van zijn eigen vragen. En uiteraard kan hij bij u aankloppen, voorbereid.

Voorgelegd materiaal en uitleg

OVERMORGEN

DEELTIJD WERKEN, HOE VRIJ BEN IK DAN?



QUIZ
Hoeveel weet jij al over deeltijd werken?

01 Welke contracten, en vallen binnen deeltijd contracten?

0-8 uur	8-12 uur	12-16 uur	16-18 uur
18-24 uur	24-32 uur	32-36 uur	>36 uur

02 Als ik minder ga werken, is jij ik ook minder vakantiedagen en loon ik minder personeel op?

Waar Niet waar

03 Als ik minder ga werken, zal ik minder snel promotie maken omdat ik minder ambitieus overkom?

Waar Niet waar

PODCAST
Luister of kijk naar het gesprek over deeltijd werken en de gevolgen hiervan met HR expert Saskia Janszen.



MEER INFORMATIE
Wil je nog meer informatie over bijvoorbeeld je pensioen? Check dan een van deze links.

- Mijn pensioenoverzicht
- Nu.nl
- Pensioenadvies
- Waarom nu anderszins
- Pensioenfunctie over.nl

NOTITIES
Zijn er nog vragen naar boven gekomen die je graag wilt stellen of opzoeken, noteer ze hieronder en mail ze naar jezelf.

OVERMORGEN

'OVERmorgen' is een interactief platform waar je kan leren hoe je jezelf zo goed mogelijk voorbereid op jouw (financiële) toekomst. OVERmorgen biedt informatie aan die aansluit bij de levensvragen van de (startende) werkende Nederlander. Op een speelse manier worden belangrijke vraagstukken behandeld: elk thema heeft een introductie filmpje, je kan je eigen kennis testen, experts geven antwoord op al je vragen in een verdiepende podcast, en je kan in gesprek gaan met collega's.



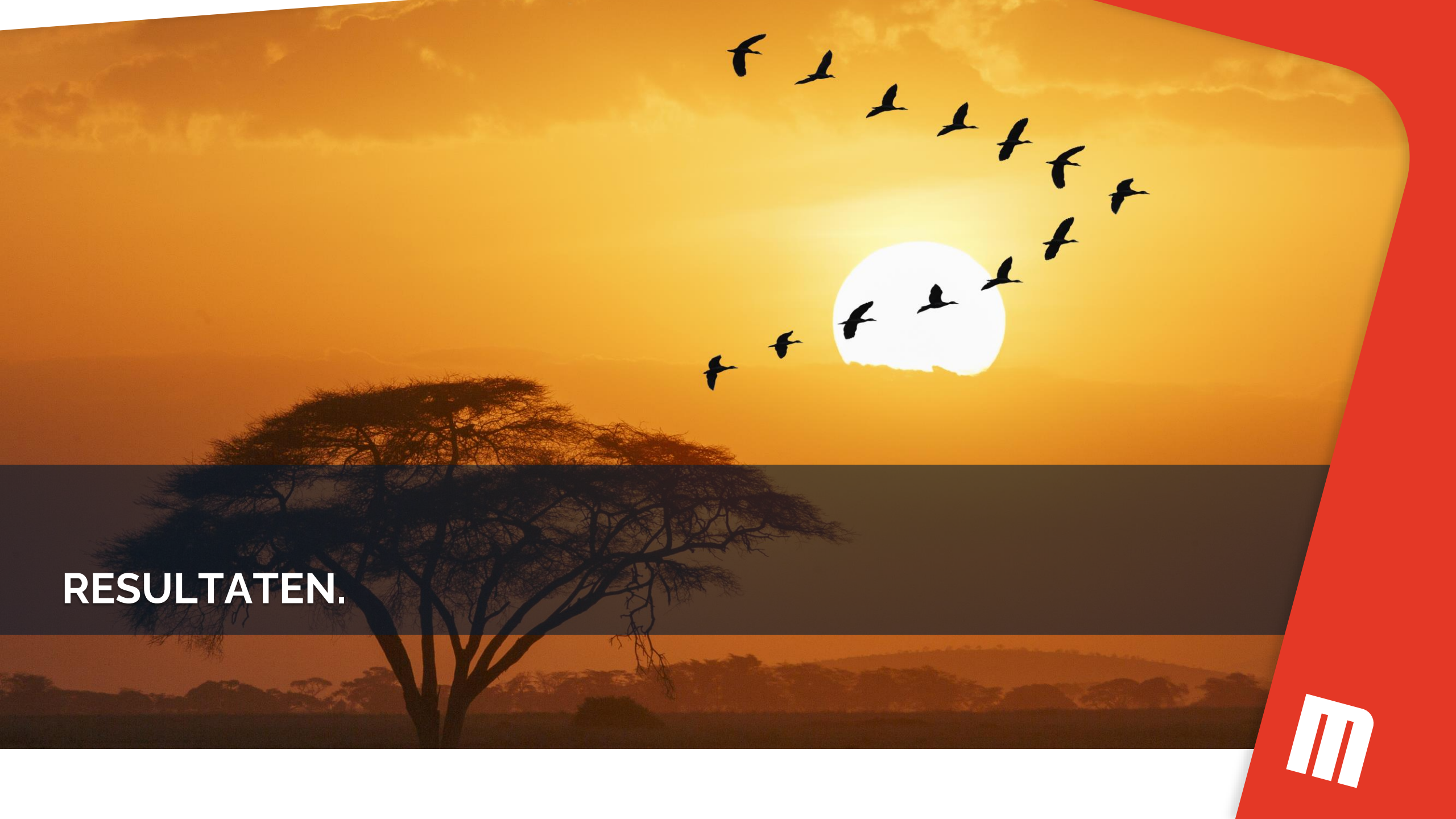
EEN SABBATICAL, ZAL IK ER EVEN TUSSEN UIT GAAN?



DEELTIJD WERKEN, HOE VRIJ BEN IK DAN?



EEN KIND, HOVEEL KOST DAT EIGENLIJK?



RESULTATEN.



Eerste reacties na het zien en lezen

Positief

- Vernieuwend, goed initiatief, modern, actueel, springlevend, verrassend, verfrissend
- Informatief, nuttige informatie, biedt mogelijkheden, leerzaam, handige tips
- Rustig, ontspannend
- Duidelijk, helder, handig, toegankelijk, interessant, praktisch
- Kan de werkende mens helpen, verdienstelijk, meedenkend
- Nuttig voor werknemers, voor bepaalde doelgroepen
- Handige tool, ziet er overzichtelijk uit
- Handige tool om antwoord op veel gestelde vragen te vinden
- Fijn zo'n platform waarop diverse dingen samenkomen
- Goed voor bewustwording van werknemers
- Behapbaar
- Notitieveld is slim
- Jongeren leren denken aan later

Negatief

- Dit kan het pensioenfonds ook bieden, overbodig
- Omslachtig
- Niveau lijkt wat laag
- Beperkt
- Commercieel
- Betuttelend, waar bemoeit de werkgever zich mee
- Kan meer vragen oproepen

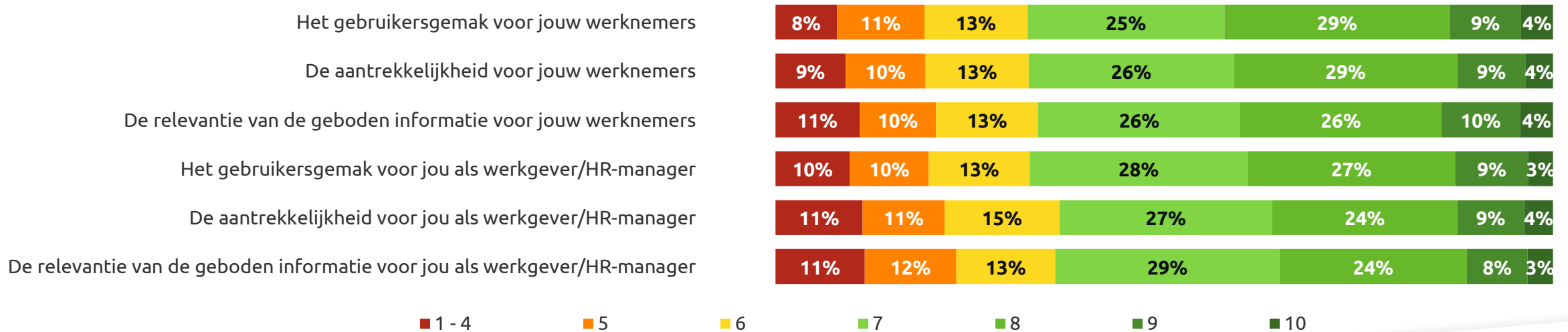
Vragen en opmerkingen die het oproept

- Hoe wordt de privacy gewaarborgd
- Is die informatie dan al niet beschikbaar
- Wie gaat dit betalen
- Zou eigenlijk door mijn pensioenverzekeraar moeten worden aangeboden
- Had ik dat maar gehad
- Het moeten maar net je onderwerpen zijn
- Onze werknemers hebben eigenlijk nooit vragen over pensioen

OVERmorgen positief beoordeeld

- Twee derde van de werkgevers is positief (rapportcijfer 7 of hoger) over het gemak, de aantrekkelijkheid en de relevantie van de informatie die OVERmorgen biedt. Ze zijn hierover in nog iets hogere mate positief vanuit het oogpunt van de werknemer. Maar het biedt ook zeker de werkgever zelf toegevoegde waarde.
- Bedrijven met slechts 1 tot 9 werknemers zijn relatief minder positief dan de grotere bedrijven. 500+-bedrijven zijn het meest positief, hoewel het verschil met de kleinere bedrijven, op de kleinste na, niet op alle aspecten zichtbaar dan wel significant groter is.
- Duidelijke brancheverschillen zijn er niet. Zakelijke en financiële dienstverlening, evenals overheidsdiensten, zijn over de hele linie licht positiever.

Op een schaal van 1 tot 10 (1 = zeer slecht en 10 = uitstekend), hoe beoordeel je..... (n=731)



OVERmorgen maakt pensioen beter bespreekbaar

Het doel, de stilte of het taboe doorbreken om het met de werkgever over pensioengerelateerde zaken te hebben als werknemer, lijkt met OVERmorgen gerealiseerd te kunnen worden, aldus de werkgevers. Niet alleen helpt het financiële gevolgen van bepaalde keuzes met de werkgever bespreekbaar te maken, het geeft de werkgever goed inzicht in wat er zoals speelt en leeft onder de werknemers. Kortom, het overbrugt een bestaande kloof. En daarmee komt het tegemoet aan het invullen van eigentijds werkgeverschap, aldus een substantieel deel van de werkgevers.

Een kwart van de werkgevers ziet ook een andere kant: namelijk dat het werknemers op ideeën brengt. Vraag is hierbij natuurlijk of die ideeën er al waren maar niet bekend en of de werkgever en werknemer niet beter af zijn als deze ideeën besproken kunnen worden.

Ook ten aanzien van deze aspecten zien we dat de kleinste bedrijven (tot 9 werknemers) minder achter de positief geformuleerde uitspraken staan.

In welke mate ben je het eens met de volgende uitspraken? (n=731)



■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Meer eens dan oneens ■ Eens ■ Helemaal mee eens

Doelgroep - breed

Eveneens is in een open vraag geïnterviewd wie de werkgevers/HR-managers als de doelgroep zien voor OVERmorgen. Uit de antwoorden komt een breed pallet van werknemers naar voren. Men herkent zich in de doelgroep die als primair voor dit platform is gedefinieerd. Ook bevatten de antwoorden aannames over houding ten aanzien van pensioen gerelateerd aan een bepaalde leeftijd:

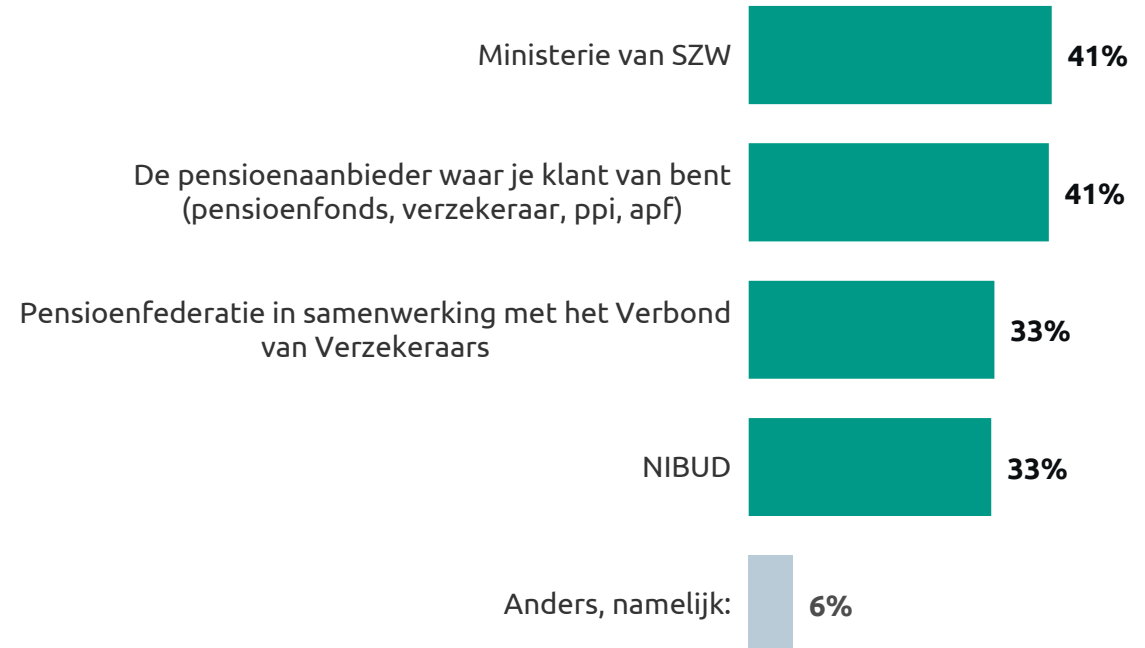
- Werknemers die anders relatief weinig aandacht besteden aan hun toekomstige pensioenpositie
- Minder financieel vaardige medewerkers, jonge medewerkers zonder ervaring of inzicht in de werking van het systeem
- Mensen met vragen over hun pensioen
- Mensen boven de 50 jaar omdat dan pensioen relevant wordt
- Werknemers die graag nadenken over hun werkend leven. Die deze kennis nog niet hebben, maar wel slim genoeg zijn om het op deze manier in dit format te snappen
- Iedereen
- Werknemers die op termijn parttime willen werken
- Specifieke groepen die nauw verbonden zijn met de 3 onderwerpen
- Jonge mensen die nieuw in de markt zijn
- Starters op de arbeidsmarkt, en mensen wiens financiële situatie gaat veranderen om welke reden dan ook
- De jonge medewerkers tot plusminus 45 jaar, daarboven ontstaat automatisch meer besef over pensioenen
- Mensen die op korte termijn veranderingen willen. Overheid past regels zo vaak aan, dat er weinig te plannen valt op lange termijn
- Jongeren
- Middenkader en hoger
- Laag opgeleide en/of jonge werknemers
- Ongeschoolden
- Alhoewel iedereen er baat bij heeft om deze info tot zich te nemen, denk ik toch vooral aan de 55-plussers
- Diegenen die nooit of weinig stil staan bij de mogelijkheden die er zijn
- Mensen met een vast contract
- Medewerkers die daar nog niet zo over nadenken, krijgen misschien een duwtje om dat wel te doen
- In feite alle werknemers, maar de werknemers met weinig tot geen kennis van deze materie worden hier het meest mee geholpen
- Lager opgeleide werknemers die in een groot bedrijf werken en waarvoor informatie aangepast kan worden naar de geldende CAO
- Mensen die zich hier normaal gesproken niet zo mee bezig houden of een drempel ervaren om deze informatie te verkrijgen, kunnen hier prima hun voordeel mee doen.

4 op 10 ziet eigen pensioenaanbieder als geloofwaardige aanbieder

Een uitgesproken voorkeur is er niet: zowel het ministerie als de eigen aanbieder zijn mogelijk interessante en geloofwaardige aanbieders van het platform OVERmorgen. De Pensioenfederatie of het Verbond van Verzekeraars en dat geldt ook voor het NIBUD, ziet de meerderheid in eerste instantie hiervoor niet als meest logisch.

Met name de grote bedrijven, 200 en meer medewerkers, kiezen voor de pensioenaanbieder.

Wie is voor jou een interessante, geloofwaardige aanbieder van het platform?
(Basis - allen, n=731)



Triggers en drempels om het intern te implementeren

Eveneens is in een open vraag geïnterviewd wat de werkgevers/HR-managers voor zichzelf als **Triggers** zien om OVERmorgen in hun eigen organisatie aan te bieden.

- Dat het een platform is waar mensen zelf informatie kunnen vinden. Scheelt mij tijd en werk zodat de werkdruk hopelijk omlaag kan bij eenzelfde kwaliteit van werkgeverschap
- De huidige krapte op de arbeidsmarkt en werknemers willen houden en daarbij mogelijkheden aanbieden voor meer balans
- Meer aandacht voor pensioen
- Om te zien wat er onder de medewerkers speelt. Waar is eventueel behoefte aan
- Dat werknemers zelf in de lead zijn als ze op termijn (tijdelijk) minder willen gaan werken
- Duidelijk, informatief, tijdbesparend en betrokken
- Om personeelsleden tools tot informatie te geven en het makkelijker te maken om beslissingen te kunnen nemen
- Goed werkgeverschap
- Zorgplicht werkgever, betere info voor werknemer. Deze site moet worden aangeboden op een platform van werkgever liefst achter de link voor onkostendeclaratie of aanvraag verlof
- Extra info nu het pensioenstelsel wijzigt, meegaan met de nieuwe ontwikkelingen
- Laagdrempelig, efficiënt en accurate informatie
- Als er ook meer informatie komt specifiek voor ons bedrijf. Gerelateerd aan onze arbeidsvoorwaarden. Als er ook tips gegeven worden om meer uit je geld te halen. Extra pensioen sparen, beleggen, voor/nadelen uitbetalen vakantiedagen.

Drempels

- De kosten (meest genoemd zonder dat hier aan gerefereerd wordt)
- Misschien levert het meer werk op adhv vragen over berekeningen die we moeten maken
- Het vereist duidelijkheid over betrouwbaarheid en privacy
- Directie moet er steun aan verlenen
- Ik vind het vanuit een werkgever nogal betuttelend om aan te bieden. Wie ben jij als werkgever om jouw werknemers tips te geven over hoe ze om moeten gaan met financiën. Daarbij komt dat onze werknemers met name hoog opgeleid zijn (HBO/WO). Vragen als: als ik minder ga werken, heb ik minder vakantiedagen. Vind ik van een laag niveau en zullen veel werknemers snel op afgeven.
- Sluit het aan bij de reglementen van ons bedrijf en de CAO? Wat levert het me op, want werknemers komen daarna alsnog met vragen of om afspraken te maken
- Kan medewerkers op ideeën brengen die mij minder passen
- Werknemers hebben hier geen behoefte aan
- Welke informatie moet je zelf aanbieden voor up-to-date pagina. Zijn er kosten aan verbonden? Zo ja, is dit overall fee voor gebruik of afname per licentie/medewerker?
- Niet de taak van de werkgever
- Tijd en opvolging op vragen

Tips

Ook is gevraagd naar ideeën om het platform mee te verbeteren. Op deze open vraag hebben slechts een aantal werkgevers, HR-managers antwoord gegeven. Zij geven als tips:

- Ook onderwerpen toevoegen geschikt voor de jeugd
- Meer promotie
- Uitbreiden naar zogenaamde 'life-events'
- Compleet anoniem aanbieden, zonder enige link met een bepaald bedrijf
- Door dit voor lage kosten aan te bieden
- Gratis, ook aanbieden aan werknemers, waarom alleen perse via de werkgever? Iedereen wil deze info
- Gratis aanbieden en actueel houden
- Aanvullen met wijzigingen en wetgeving
- Richten op actuele onderwerpen
- Rubriek actualiteiten en invloed/ consequenties toevoegen. Nu helemaal relevant inzake wtp (wet toekomst pensioen)
- Klein houden en duidelijk zijn
- Een hulplijn vanuit de informatie die bij eventuele vragen kan ondersteunen
- Ervaringen delen
- Door de informatie over deze zaken ook beschikbaar te stellen op papier of pdf file
- Een onderdeel toevoegen van opgedane best practises door medewerkers; dat geeft altijd wat extra impuls aan de focus voor anderen
- Up-to-date blijven, wijzigingen melden, bij de vakbonden aankloppen
- Vraagbaak toevoegen
- Samensmelten met al bestaande platforms binnen de organisatie
- Dat je als bedrijf specifieke dingen zelf kan toevoegen
- Geen moeilijke wachtwoorden

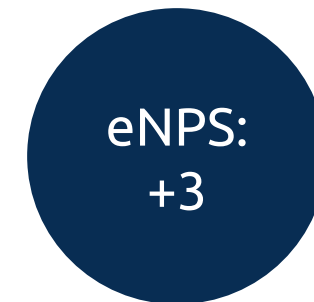
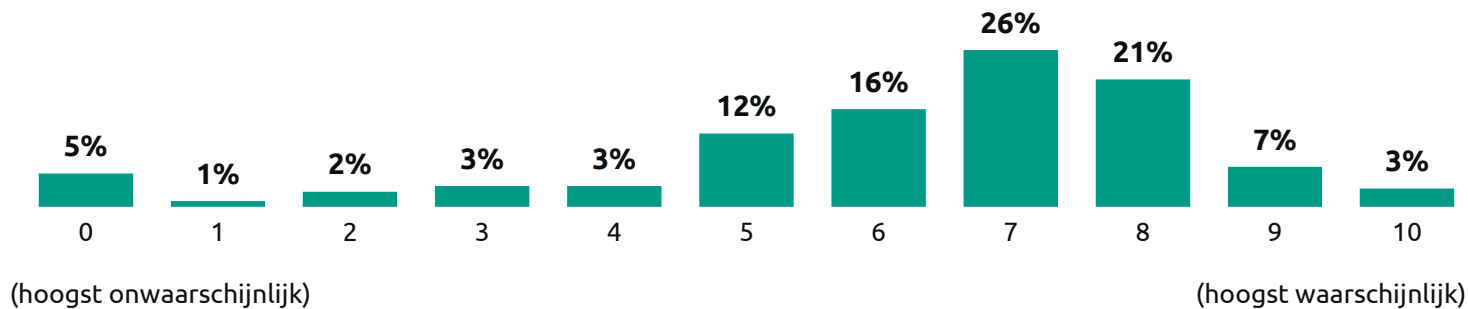
Ruim de helft raadt OVERmorgen aan

Circa 6 op de 10 werkgevers zou het platform aanraden aan andere werkgevers of HR-managers. Een kwart (5 en lager) ziet dit niet als een waarschijnlijke optie. In lijn met de vorige bevindingen, raden werkgevers met slechts 9 of minder medewerkers het minder snel aan dan de grotere bedrijven met 10 en meer medewerkers.

Op brancheniveau zien we geen opvallendheden.

In hoeverre zou je OVERmorgen aanbevelen bij andere werkgevers of andere HR-managers? Wil je dit aangeven op een schaal van 0 tot en met 10, waarbij 0 staat voor "hoogst onwaarschijnlijk" en 10 staat voor "hoogst waarschijnlijk".

(Basis - allen, n=731)



Intranet biedt een goede manier om OVERmorgen te introduceren binnen het eigen bedrijf

En dat geldt ook voor een opzichzelfstaande website. Andere ideeën doemen nog niet op.

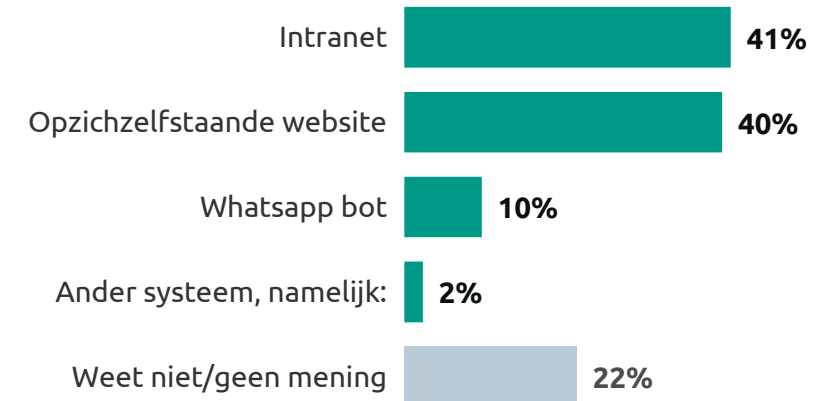
Met name de kleinere bedrijven tot 9 werknemers laten deze vraag onbeantwoord.

De opzichzelfstaande website spreekt met name bedrijven met 20 tot 50 medewerkers aan. Intranet spreekt bedrijven met meer dan 50 medewerkers het meest aan.

Op brancheniveau spreekt intranet de BOUW het minst aan. Een Whatsapp bot of de website zijn in deze sector betere alternatieven.

Binnen de sectoren dienstverlening en overheid spreekt juist intranet het meest aan, net als binnen de gezondheidszorg en onderwijs.

Via welke weg, platform, is het introduceren van OVERmorgen binnen jouw bedrijf aansprekend?
(Basis - allen, n=731)



Bijlage



Bijlage | Samenstelling steekproef

Grootte organisatie	n
1-4 medewerkers	72
5-9 medewerkers	34
10-19 medewerkers	43
20-49 medewerkers	88
50-99 medewerkers	96
100-199 medewerkers	70
200-499 medewerkers	71
500+ medewerkers	256

Branche	n
Landbouw / bosbouw en visserij	11
Delfstoffenwinning	3
Industrie	47
Energievoorziening	7
Waterbedrijven en afvalbeheer	3
Bouwnijverheid	32
Handel	72
Vervoer en opslag	29
Horeca	21
Informatie en communicatie	61
Financiële dienstverlening	46
Verhuur en handel van onroerend goed	6
Specialistische zakelijke diensten	57
Verhuur en overige zakelijke diensten	5
Openbaar bestuur en overheidsdiensten	49

Branche	n
Onderwijs	53
Gezondheids- en welzijnszorg	123
Cultuur / sport en recreatie	16
Overige dienstverlening	43
Huishoudens	3
Extraterritoriale organisaties	2
Anders	42
TOTAAL	731

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).



Motivaction International
info@motivaction.nl
www.motivaction.nl

