



www.financekobiet.org.pl

Women in the World of Finance

Financial literacy education campaign for women and single mothers in Poland

16 July, Warsaw - Press conference launching the campaign

16 July, Warsaw

'Big splash' press conference



www.financekobiet.org.pl

- 27 Journalists
 - 4 Radio stations
 - 1 TV camera
-
- All partners and experts present
 - 45 minutes of presentations plus another 60 minutes of one-on-one interviews and discussions
 - 3 invitations for our experts for live studio interviews in radio and TV right after the conference

16 July, Warsaw

'Big splash' press conference



www.financekobiet.org.pl



**Panelists – Campaign Partners and
GE Money Bank's spokesperson,
Aleksandra Kwiatkowska**



**The conference was lead by well-known
TV journalist**

16 July, Warsaw

'Big splash' press conference



www.finansekobiet.org.pl



The conference was attended by 27 journalists from general, finance and lifestyle media as well as TV and radio stations

16 July, Warsaw

'Big splash' press conference



finansekobiet.org.pl



Interviews



Refreshments



Media coverage

4 first days of the campaign



www.financekobiet.org.pl

- 9 articles in nation-wide newspapers and regional
- 12 radio broadcasts
- 1 TV live interview
- 3 TV broadcasts
- 42 Internet publications



Kobiety i pieniądze

kg



Polki odpowiadają za zarządzanie domowym budżetem, ale 93 proc. z nich przyznaje się do słabej wiedzy finansowej - wynika z sondażu GfK Polonia. Sondaż przeprowadzono na zlecenie banku GE Money na grupie 700 Polek w wieku 19-55lat, które mają dzieci.

Zdecydowana większość ankietowanych twierdzi, że oferty banków są skomplikowane. 42 proc. kobiet utrzymuje, że nie ma żadnych oszczędności, a wśród samotnie wychowujących dzieci odsetek ten sięga prawie 60 proc. Popularne są natomiast karty płatnicze (używa ich 74 proc.), a niemal wszystkie ankietowane mają konto bankowe.

Akcję "Kobieta w świecie finansów" skierowaną zwłaszcza do kobiet samotnie wychowujących dzieci organizuje fundacja Centrum Kształcenia Kobiet, bank GE oraz Expander. W ramach kampanii można bezpłatnie odbyć szkolenia. Informacje i poradniki dostępne są na stronie www.financekobiet.org.pl.

2008-07-16, ostatnia aktualizacja 2008-07-16 20:50

Sample clippings

Kobiety nie rozumieją męskiego świata finansów

GE Money, Expander Kampania edukacyjna kobiet ruszyła

► **Mają konta, ale rachunki płać na poczcie**
► **Nie ufają kartom, bo tracą kontrolę nad finansami**

Beata Tomaszewicz

Banki tworzą mężczyźni i mężczyźni nimi zarządzają. Dlatego produkty oferowane przez instytucje finansowe spełniają męskie oczekiwania, a nie przystają do potrzeb kobiet. Te są zdania, że produkty są często zbyt skomplikowane i dlatego wolą tradycyjne zarządzanie oszczędnościami

Wyniki badań przeprowadzonych przez GfK Polonia na zlecenie GE Money. Przepy-



wał rachunek dla pań, gdzie w sposób bardziej łopatologiczny tłumaczył zawoilości świata finansów. Na stronach internetowych i ulotkach umieszczono informacje, do czego służy konto czy karta

Kobiety wolą gotówkę

Ponad połowa badanych kobiet z województwa małopolskiego w ogóle nie oszczędza lub wyłącznie doraźnie wówczas, gdy zbiera pieniądze na określony cel – wynika z badań GfK Polonia.

Kobiety wciąż mają wiele obaw przed korzystaniem z nowoczesnych usług finansowych. 40 proc. badanych Polek ma zobowiązania finansowe wobec banków, w województwie małopolskim takie zobowiązania ma 32 proc. kobiet. Polki najczęściej zaciągają kredyty gotówkowe lub pożyczki. Przeznaczają je przeważnie na zakup sprzętu AGD lub mebli. Aż 18 proc. kobiet deklaruje pożyczanie gotówki dla pokrycia bieżących wydatków.

Kobiety samodzielnie wychowujące dzieci zdecydowanie preferują pożyczki od znajomych lub rodziny, jednocześnie też rzadziej niż matki wychowujące dzieci w pełnych rodzinach decydują się na kredyty hipoteczne. Jak wynika z badania, ponad 90 proc. Polek ma konto w banku, ale aż 1/3 z nich płaci rachunki za mieszkanie na poczcie. Wśród sposobów płatności dominuje gotówka, a karty kredytowe są traktowane nie jako narzędzie ułatwiające życie,

ale jako zabezpieczenie na „czarną godzinę”. W Małopolsce aż 53 proc. kobiet deklaruje, że za zakupy woli płacić kartą. Jest to o 19 punktów procentowych więcej niż średnia wśród badanych Polek.

Jedną z trzech najpopularniejszych metod oszczędzania jest odkładanie do „skarpety”. Przy czym prawie 40 proc. Polek w ogóle nie oszczędza. Wśród kobiet samodzielnie wychowujących dzieci odsetek ten jest jeszcze większy i wynosi 60 proc.

– *Ponad połowa respondentek uważa, że używanie karty płatniczej prowadzi do utraty kontroli nad swoimi finansami* – mówi dr Anna Lisowska, ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. – *Jak widać, mimo że Polki korzystają z produktów bankowych, to wciąż mają wiele obaw związanych z nowoczesnymi usługami finansowymi i nie potrafią wybrać dla siebie tych naprawdę korzystnych.*

Badania na zlecenie GE Money Banku przeprowadzono w styczniu i marcu 2008 roku na próbie 500 Polek w wieku 19 – 55 lat, które mają dzieci do lat osiemnastu, ze szczególnym uwzględnieniem kobiet samodzielnie wychowujących dzieci. (KŻ)

GE Money zlecił firmie GfK Polonia przeprowadzenie badań dotyczących tego, na ile sprawnie kobiety poruszają się w obszarze finansów osobistych. Badanie pokazało, że Polki nie czują się pod tym względem pewnie i nie oszczędzają pieniędzy. Co więcej, mają obawy przed korzystaniem z nowoczesnych usług finansowych, np. kard kredytowych czy internetowych przelewów. Jednocześnie jednak chcą poszerzać wiedzę na ten temat.

Wyniki badań stały się inspiracją dla kampanii edukacyjnej „Kobieta w świecie finansów”. W jej programie znajdują się publikacje i szkolenia. Elementem tych ostatnich będzie m.in. przedstąpienie przez bankom produktów finansowych dostępnych na naszym rynku. Będą to robić przedstawiciele GE Money Banku i Expandera. Pytanie, czy nie potraktują tego jako świetnej okazji do promowania produktów sprzedawanych przede wszystkim przez siebie. – *Mogę ręczyć, że będziemy obiektywnie przedstawiać produkty z całego rynku – zapewnia Aleksandra Kwiatkowska, rzecznik GE Money Banku.* NCH

to tradycyjnie – gotówką. Aż 36 proc. w kolejce na poczcie, reszta w kasie banku lub administracji. – Choć co czwarta kobieta ma kartę kredytową, traktuje ją jedynie jako zabezpieczenie na czarną godzinę – twierdzi Ewa Lisowska z SGH.

Większość respondentek GfK Polonia uważa, że używanie karty płatniczej prowadzi do utraty kontroli nad finansami. Dlatego woli pobierać gotówkę z bankomatu lub z kasy

banku i nią zarządzać. To tłumaczy, dlaczego duże sieci oddziałów i bankomatów były wymieniane odpowiednio na pierwszym i drugim miejscu jako główne powody wyboru banku. Takie powody jak brak opłat za prowadzenie rachunku, jego oprocentowanie, karta dokonta czy dobra oferta kredytów i funduszy wydają się dla kobiet nie mieć znaczenia. Jako ważne wskazało je ledwie kilka procent pytanych.

– *Panie przyznały, że nie korzystają z produktów bankowych bo mają wiele obaw związanych z nowoczesnymi usługami finansowymi. Nie potrzebują one dla siebie tych prawdziwie korzystnych – mówi dr Anna Lisowska.*

Do tego, że Polki nie wybrędną bank, który zauważył, że potrzeby kobiet klientek s nieco inne niż panów. T MultiBank, część detalcz BRE. Kilka lat temu zaoferc