

Financial Literacy, User Experience & GenAI

Vom Buzzword zum wirtschaftlichen Erfolg





OECD

Warum ist es erforderlich
das Finanzkompetenzniveau
der Menschen in
Deutschland zu fördern



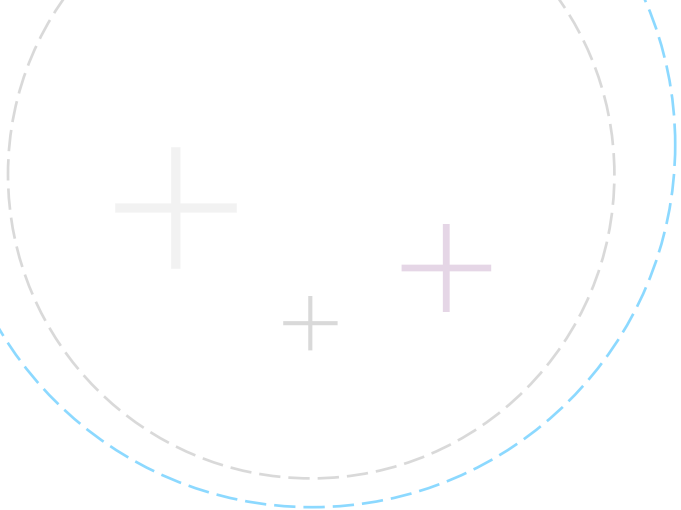
Verantwortungsvolle Kreditnutzung: Obwohl sich viele Finanzbildungsprogramme dem Thema Kredite widmen, haben 2022 in Deutschland **fast 600'000 Menschen** nehmen **eine Schuldenberatung in Anspruch** genommen.

Sichere Nutzung digitaler Finanzdienstleistungen: **Weniger als die Hälfte der Erwachsenenbevölkerung in Deutschland** fühlt sich sicher im Umgang mit digitalen Finanzdienstleistungen.

Beteiligung am Kapitalmarkt: **Fast 90% der Erwachsenen in Deutschland** legen **aktiv Geld zurück**, aber nur 18% verfügen über Anlageprodukte.

Langfristiges Sparen und Altersvorsorge: **Nur 52% der Erwachsenenbevölkerung im Erwerbsalter** sind von ihren Finanzplänen fürs Alter überzeugt.





Hauptinformationsquelle





Wirtschaftlicher Erfolg durch Financial Literacy?





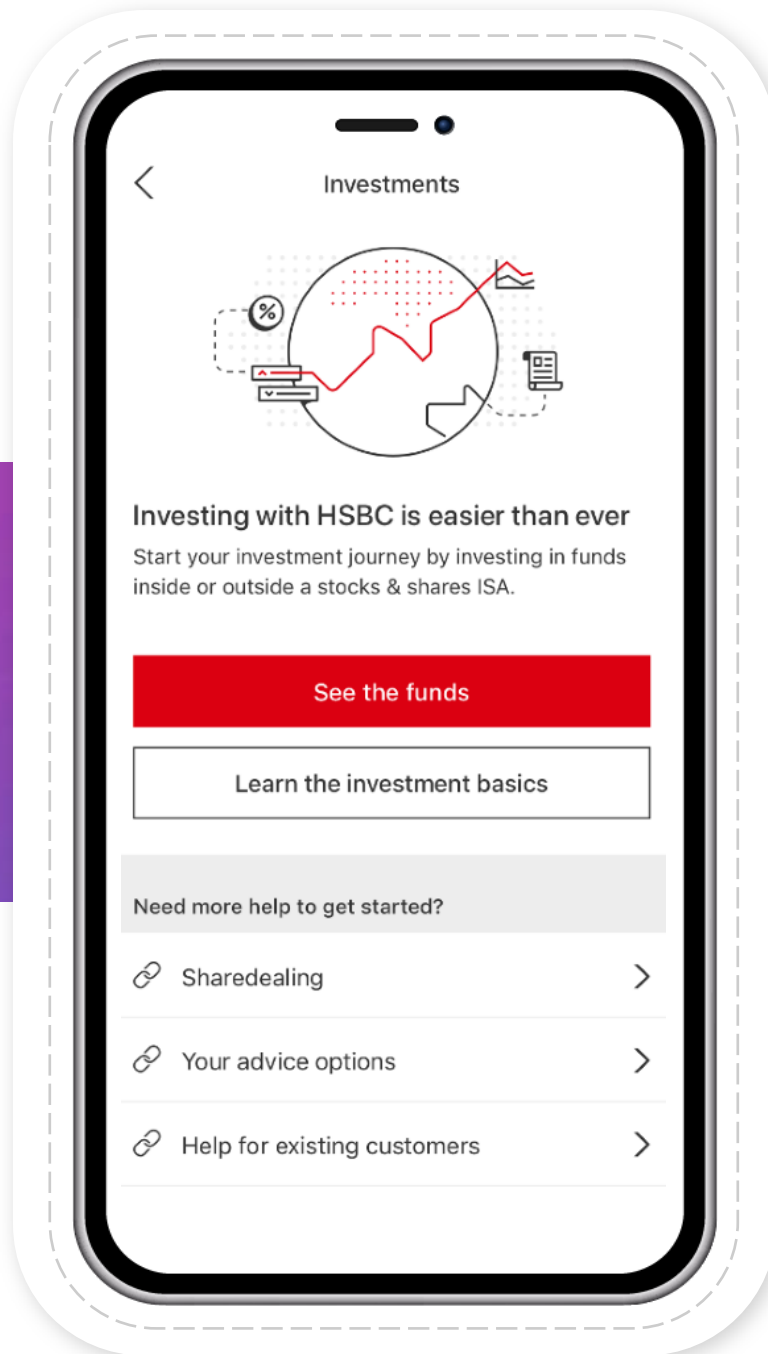
Wie können wir
unsere Kunden
dazu bringen,
der HSBC bei ihrer
ersten Investition
zu vertrauen?

Terminologie und Auswahlmöglichkeiten sorgen für Verwirrung.

Was bedeuten die Fachbegriffe?

Investieren kann ich nur mit viel Geld.

Wo soll ich anfangen?



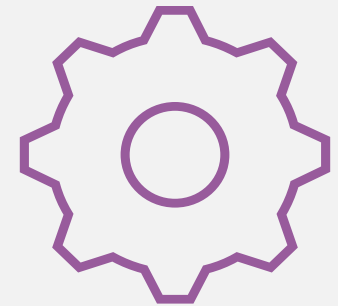
Key Metrics



#1



65%



55%



Erfolgsfaktoren?





Zielgruppe





Zielgruppe

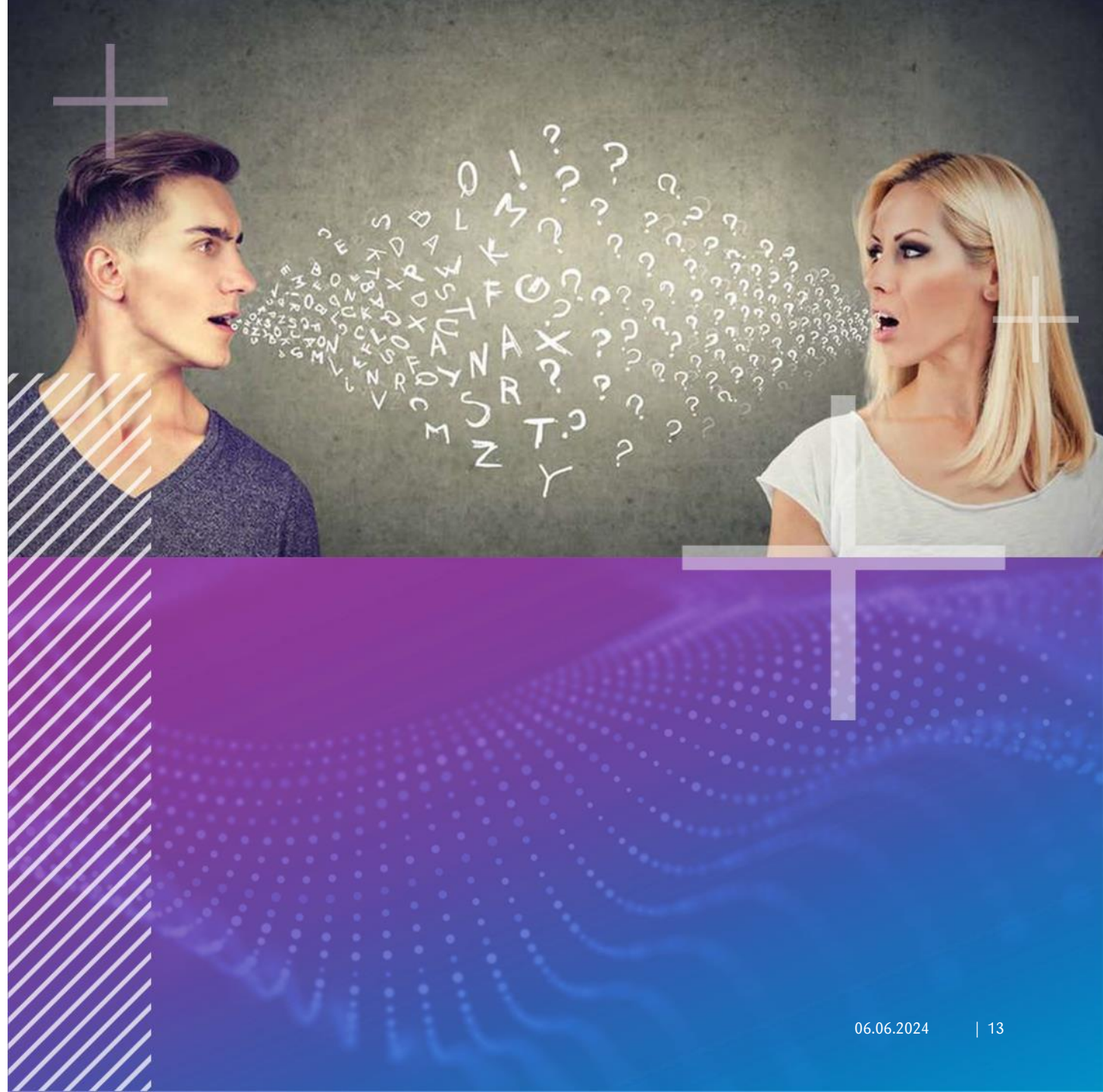




Zielgruppe



Sprache

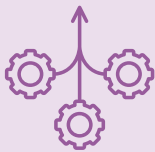




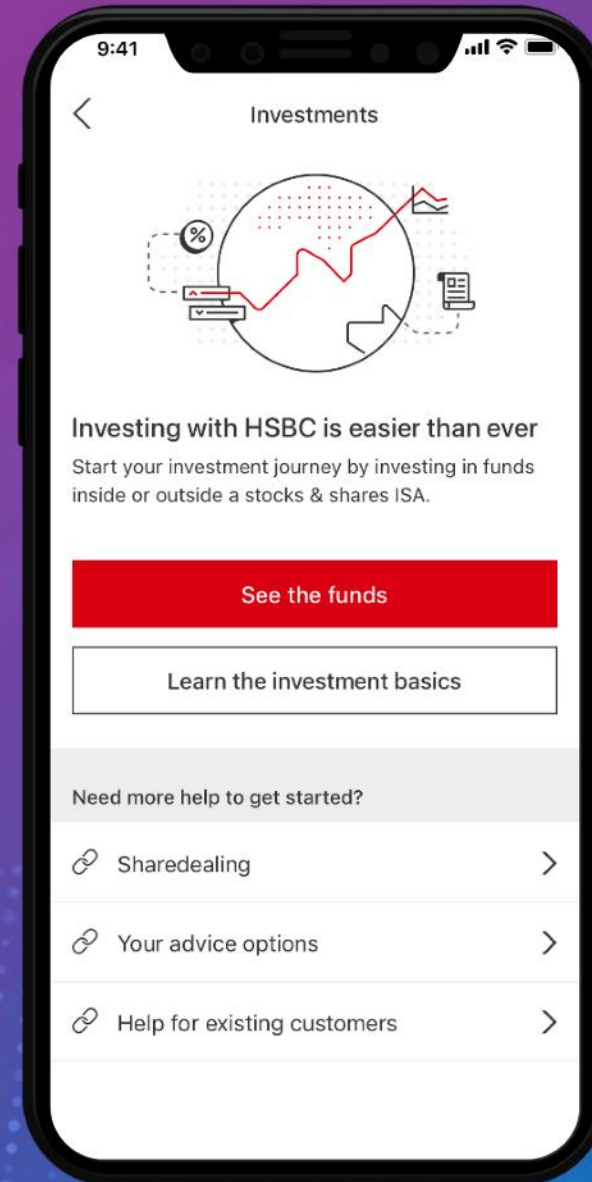
Zielgruppe



Sprache



Einfachheit

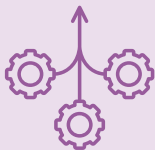




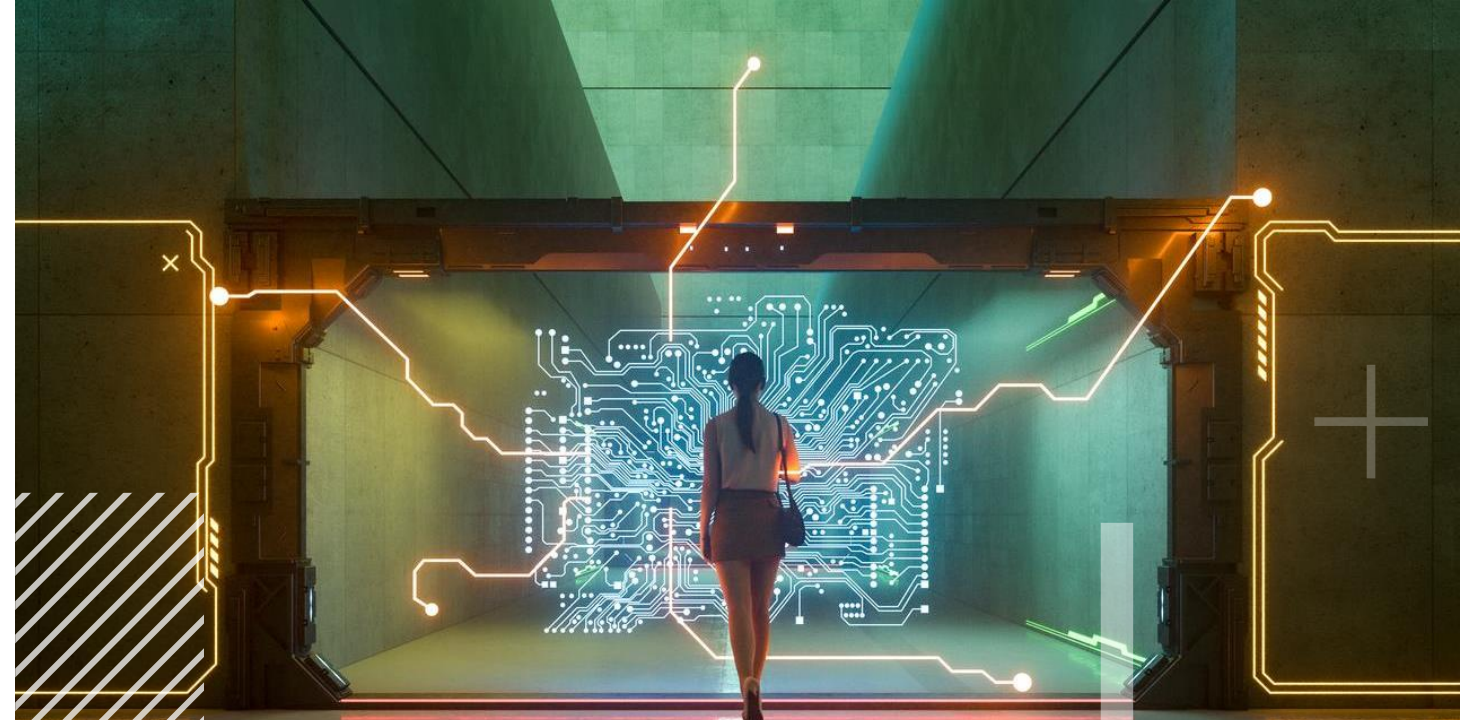
Zielgruppe



Sprache



Einfachheit



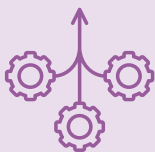
» Eintrittsbarriere



Zielgruppe



Sprache



Einfachheit

hsbc.co.uk/invest'. At the bottom left of the advertisement, the HSBC UK logo is followed by the tagline 'Opening up a world of opportunity'."/>


Your investment opportunity starts wherever you're sitting comfortably.

ENGAGED

You don't need stock market expertise or thousands to invest with HSBC UK, all you have to do is start.

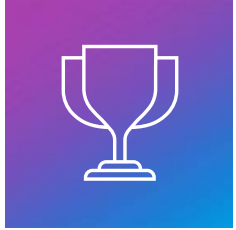
Simply use your HSBC UK app* or go online to invest from as little as £50 in one of our ready-made funds. Investing has its ups and downs, so you could get back less than you invest.

Get started at hsbc.co.uk/invest

 **HSBC UK** | Opening up a world of opportunity

The Banker
INNOVATION IN
DIGITAL BANKING
AWARDS 2023

Winner
Mobile



Antwort auf mangelndes Finanzwissen



Mehrheit spart
ohne Strategie



Finanzwissen sollte leicht verständlich sein
und aus einer vertrauensvollen Quelle stammen.

81%

81% informieren sich über verschiedene Informationskanäle zum Thema Geldanlage. Aber nur ein Viertel bei der Bank.

Erhebliche Wissenslücken bei Finanzfragen

Grosse Unterschiede zwischen Geschlechtern und Generationen



Hohe Bereitschaft intelligente Services zu nutzen

Warnung wenn Sparziele verfehlt werden

Günstigerprüfungen (z.B. Versicherungspolicen)

Aktive Einbeziehung von Coupons



62%

A donut chart with a purple outer ring and a grey inner ring. The purple segment represents 62% of the total.

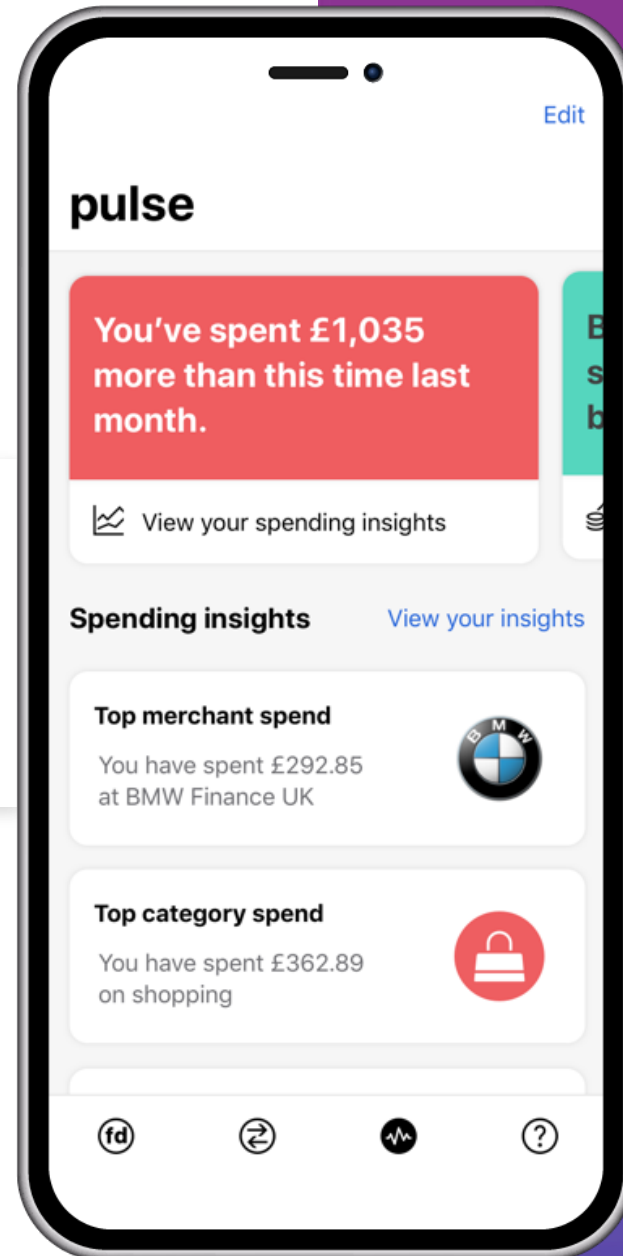
62% wären bereit, die Bank zu wechseln, wenn diese **entsprechende Services** anbieten würde



68%

A donut chart with a purple outer ring and a grey inner ring. The purple segment represents 68% of the total.

68% scheuen Wertpapiere aufgrund Wissenslücken/Verlustängsten



Making personalised banking a reality.

AUTOPILOT the steps to personalised banking



Effektive Kundenbindung durch Financial Literacy



Digital CX 2022
Awards

OUTSTANDING DIGITAL CX IN
BANKING APP/PLATFORM



scventures
by Standard Chartered

Empower your kids by
teaching them money skills

Money Smart

Learn the basics of financial education

Earning
1/10 completed

Spending
1/10 completed

Saving
1/4 completed

Your badges



Earning
Beginner



Growing Money
Intermediate

Assigned Lessons



Individualität





25%

×4

×4

Kerntreiber für die Nutzung von GenAI sind Zugänglichkeit und Objektivität. Es gibt aber auch **psychologische Motivationen**:

Connection

Ein Viertel fühlt sich besser verstanden, weil sie ohne Angst oder Scham ihre persönlichen Informationen kommunizieren können

Self-expression

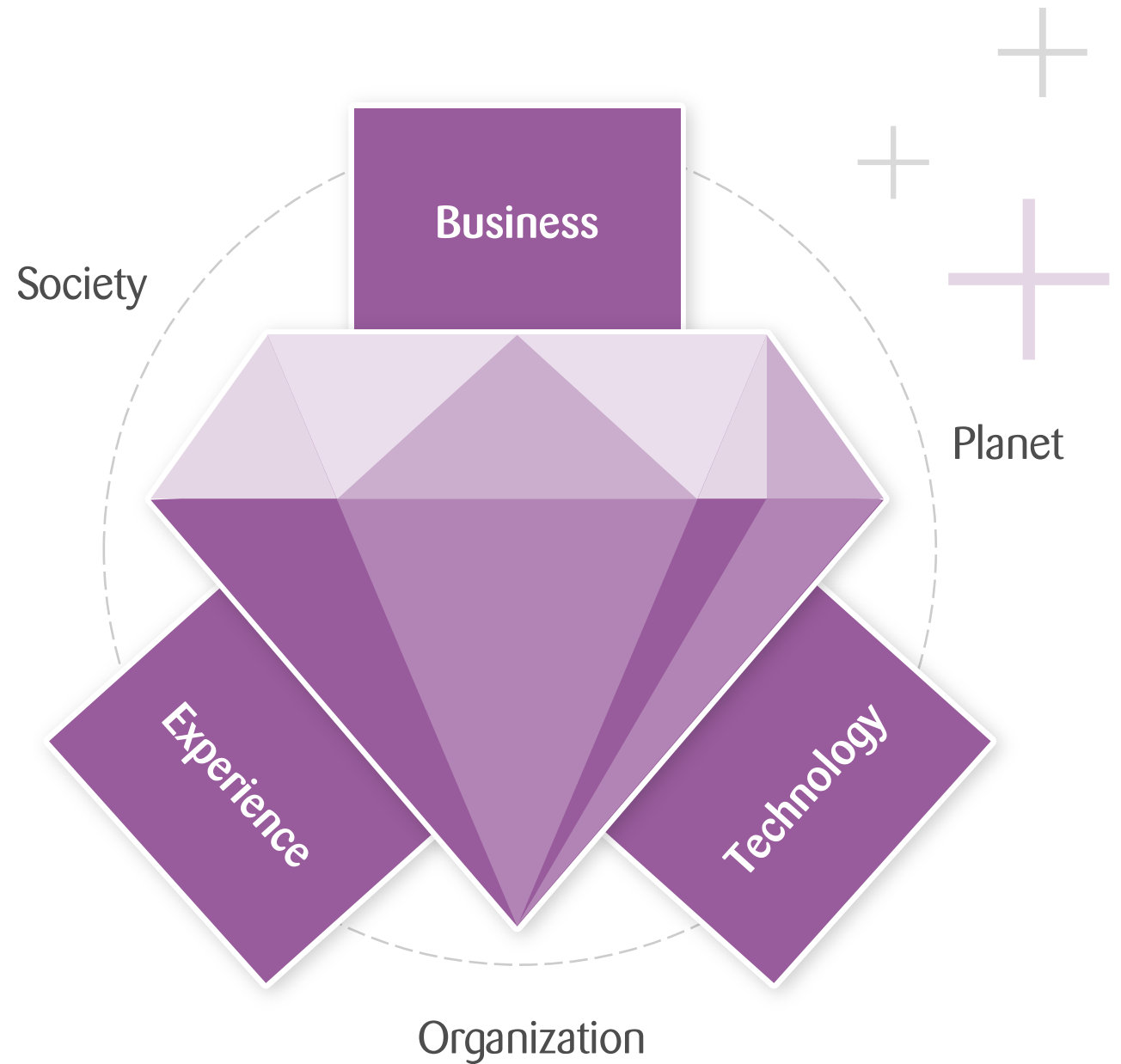
Die Teilnehmenden sagen, dass AI ihnen **vierfach besser** die persönlichen Ziele mit den finanziellen Möglichkeiten in Einklang bringt und ihnen hilft, die Szenarien und Ergebnisse zu bewerten. Das führt zu erhöhter Autonomie und Kreativität.

Learning

Konsumenten sagen **vierfach häufiger**, dass sie besser den Grund verstehen sich mit den eigenen Finanzen auseinander zu setzen und **50 % sagt das AI ihnen hilft über Strategien und Pläne zu lernen.**



**Finanzbildung fördert engere
Kundenbindungen und
verbessert
Geschäftsergebnisse**



Kontakt



Jan-Philipp Koch

Principal Business Development Manager

+49 173 673 4159

jan-philipp.koch@zuehlke.com

www.linkedin.com/in/jan-philipp-koch