

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer
t +49 (0) 521 9257 687
f +49 (0) 521 9257 250
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

Wohlhabende Länder noch immer zu 80 Prozent in der westlichen Hemisphäre

Global Affluent Investor von TNS zeigt ein differenziertes Bild des weltweiten Wohlstandes

London / München, 7. Oktober 2011 – Während die USA mit 31 Millionen wohlhabenden Haushalten immer noch als das reichste Land der Welt gelten, zeigt die Global Affluent Investor-Studie von TNS, dass Schwellenländer wie Indien und Brasilien bereits viele europäische Länder im Wohlstandsrang überholt haben. Das ist das zentrale Ergebnis der weltweit größten Studie über Einstellungen und Investitionsprioritäten wohlhabender Haushalte. Durchgeführt wurde die Online-Befragung vom führenden Marktforschungsunternehmen TNS (London) und seinen jeweiligen Landesgesellschaften.

Die Global Affluent Investor-Studie von TNS beinhaltet Studienergebnisse resultierend aus 12.000 Interviews in 24 Ländern, darunter in China, Brasilien und Indien. Danach entwickeln sich die aufstrebenden Wirtschaftsmächte zunehmend positiv, was sich auf das Vermögen von Privatpersonen in Haushalten mit mehr als 100.000 US-Dollar an frei verfügbaren Geldmitteln kurz-, mittel- und langfristig auswirken wird.

Industrieländer werden zukünftig deutlich stärker mit den Schwellenländern um vorhandenes Investitionspotenzial konkurrieren. So gehören die Vereinigten Arabischen Emirate und Indien neben Singapur und Hong Kong zu den ersten fünf Ländern einer Rangliste, wo Wohlhabende im Durchschnitt mehr als eine Million Dollar an frei verfügbarem Vermögen besitzen.

Während der Wohlstand in kleinen, aber reichen Ländern wie Luxemburg und Singapur naturgemäß deutlich höher ist, ist die Situation in Ländern mit einer hohen Bevölkerungszahl sehr unterschiedlich. In den USA beispielsweise ist der Wohlstand nach wie vor deutlich höher als in Indien oder China.

Andreas Pohle, Director der TNS Infratest Finanzforschung, dazu: „Der Wohlstand von Indien und China ist zwar momentan noch auf einem niedrigen Niveau, aber unsere Studie zeigt, dass die Schwellenländer in Zukunft zu neuen Zentren des Wohlstandes werden können. Indien und China haben bereits große europäische Märkte wie Deutschland und Frankreich hinter sich gelassen. Es ist interessant zu sehen, dass der Unternehmergeist der Menschen aus diesen Märkten sich bereits positiv auf ihren persönlichen Reichtum auswirkt.“

Untersucht man die demographische Situation der wohlhabenden Länder, so kommen grundlegende soziale Unterschiede zu Tage. Während das Durchschnittsalter von Wohlhabenden in Nordamerika und Nordeuropa bei 57 Jahren liegt, sind Wohlhabende in Australien, Singapur und Hong Kong durchschnittlich Anfang 40. In wohlhabenden Haushalten Indiens (80 Prozent Männer) und Mitteleuropas (79 Prozent Männer) treffen hauptsächlich Männer die den eigenen Haushalt betreffenden Entscheidungen. In Nordamerika, wo 45 Prozent die Entscheidungen von Männern getroffen werden, ist dieses Verhältnis deutlich ausgeglichener.

Aus den Ergebnissen der TNS-Studie gehen auch regionale Unterschiede mit Blick auf das Investitionsverhalten wohlhabender Menschen hervor. Während in China (35 Prozent), Indien (33 Prozent) und Deutschland (23 Prozent) gerne in Edelmetalle investiert wird, sind es in Schweden, Norwegen und den Niederlanden nur drei Prozent, in Dänemark und Israel sogar nur zwei Prozent.

„Bei der Entwicklung von Finanzprodukten ist es entscheidend die unterschiedlichen regionalen Präferenzen der Kunden zu berücksichtigen. Es gibt große Unterschiede zwischen einzelnen Märkten, auch wenn sie geographisch direkt aneinander grenzen“, kommentiert Andreas Pohle.

Über den Global Affluent Investor von TNS

Der Global Affluent Investor gewährt wertvolle Einblicke in das Investitionsverhalten wohlhabender Haushalte auf der ganzen Welt. Mit dem Global Affluent Investor werden 24 Märkte weltweit abgedeckt: USA, Kanada, Brasilien, die Niederlande, Belgien, Luxemburg, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Schweden, Finnland, Norwegen, Dänemark, Italien, Portugal, Spanien, Tschechien, die Vereinigten Arabischen Emirate, Israel, Hong Kong, China, Indien, Singapur, Australien.

Die Feldforschung für diese Studie wurde online im Zeitraum von Mai bis August 2011 durchgeführt. Insgesamt wurden für den Global Affluent Investor 12.092 Entscheidungsträger aus wohlhabenden Haushalten befragt.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Über Kantar

Kantar ist eines der führenden Marktforschungs- und Consulting-Netzwerke der Welt. Mit der gebündelten Expertise und Kompetenz seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, für nationale und internationale Auftraggeber weltweit der Premium-Anbieter für strategisches Wissen und inspirierenden Insights zu sein. Über 28.000 Mitarbeiter in rund 100 Ländern bearbeiten das ganze Spektrum an Forschungs- und Beratungsdisziplinen und können so ihren Kunden in jeder Phase des Konsumenten-Zyklus die wettbewerbsentscheidenden Informationen bereitstellen. Mehr als die Hälfte der Fortune Top 500-Unternehmen sind Kantar-Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.kantar.com.

Kontakt und weitere Informationen:

Andreas Pohle
Finanzforschung
t +49 (0)89 5600 1917
e andreas.pohle@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung



Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsbereite Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, BVM, ASI und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen! Näheres unter www.deutsche-marktforscher.de