

J&T BANKA 2012

WR

WEALTH **REPORT**

UNIKÁTNÍ PRŮZKUM O CHOVÁNÍ A ZÁMĚRECH
ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH DOLAROVÝCH MILIONÁŘŮ,
KTERÝ INICIOVALA J&T BANKA, EXPERT NA INVESTICE
A CHOVÁNÍ MOVITÝCH A NÁROČNÝCH LIDÍ.

DÍKY KLIENTŮM. DÍKY VÝNOSŮM.



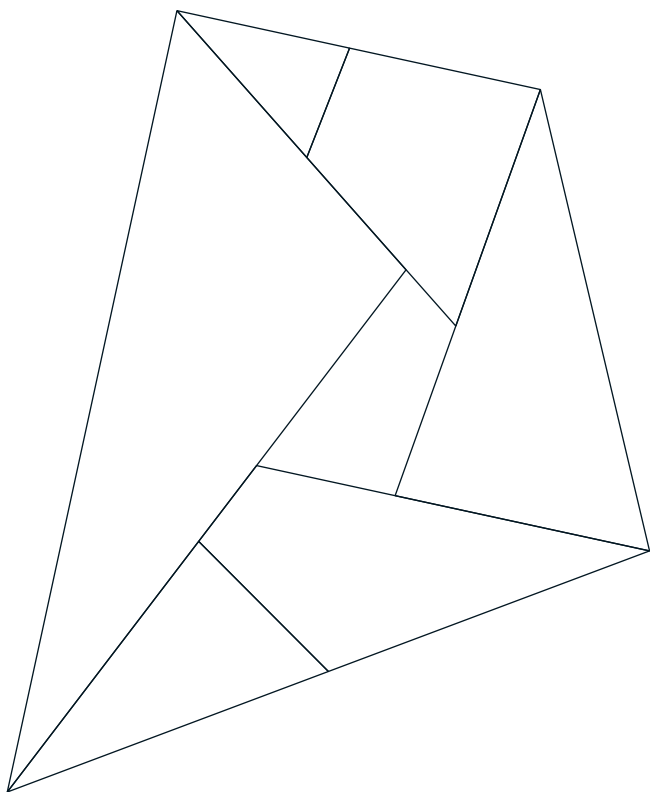
VÍTEJTE VE SVĚTĚ MILIONÁŘŮ



Už podruhé Vám přinášíme exkluzivní průzkum dolarových milionářů, který letos poprvé proběhl také na Slovensku. Naprosto unikátní studie, která nemá v rámci České a Slovenské republiky obdoby, přináší pohled na jejich investiční myšlení a chování. Jsme hrdí, že známe česko-slovenské milionáře a miliardáře, se kterými již čtrnáct let pracujeme a sdílíme úspěchy, kterých společně dosahujeme.

Štěpán Ašer
generální ředitel J&T Banky

JACÍ JSOU ČEŠTÍ MILIONÁŘI?



Investují do sebe a své rodiny či svého podnikání.

Peníze ukládají nejčastěji do realit nebo akcií.

Jsou rozvážní a opatrní. Nesází na jednu kartu.

Neinvestovat je podle nich jedna z nejrizikovějších investic.

Jsou hrdými patrioty.

Pálí je nedostatek lídrů a politické vize v Čechách.

Neuznávají korupci a tvrdě ji označují za nejpalčivější současný problém.

Jsou spíše optimisty v otázce budoucnosti Evropské unie.

Investují do vzdělávání svých dětí.

Společnosti, ve které žijí, vrací část svého úspěchu.

Dlouhodobě podporují především ohrožené děti, hendikepované a seniory.

Jednorázově zachraňují svět v případě přírodních katastrof.

Nejvíce je potěší dovolená a čas strávený s blízkými.

Úspěch mají spojený s Porsche, BMW a Mercedesem.

Obdivují Apple.

Nerozlišují značky oblečení, nevšimají si jejich odlišnosti.

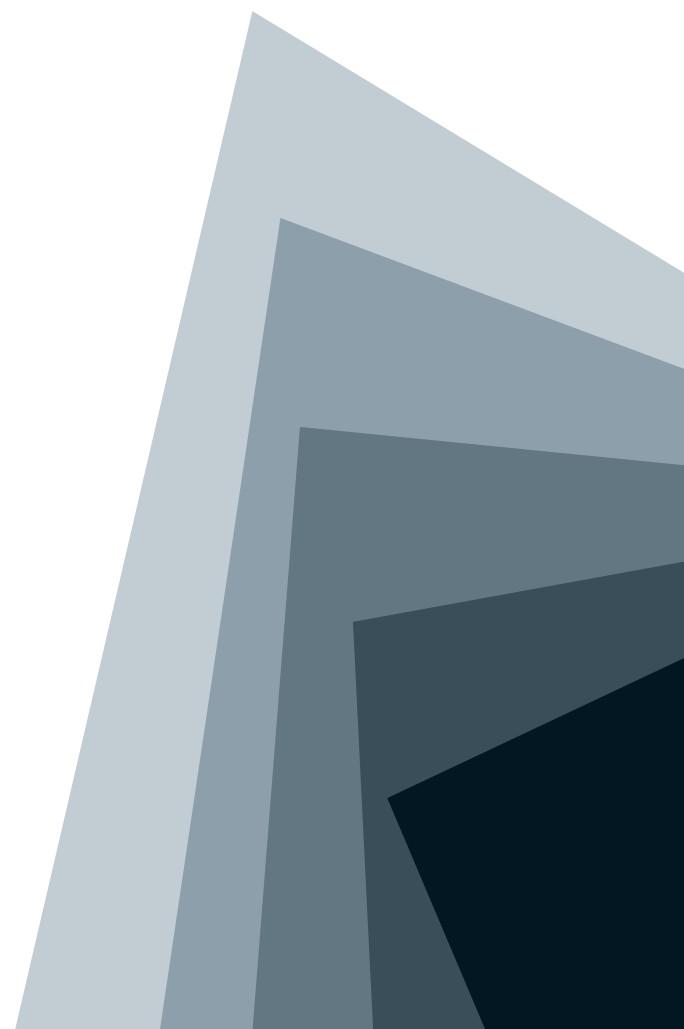
Z tuzemských značek mají rádi Škodu, Pilsner Urquell, Budvar či Kofolu.

Skutečné bohatství není v penězích, donutíme-li je však kvantifikovat, bohatí jsou podle nich ti, kteří mají více než 100 milionů.

DOLAROVÝ MILIONÁŘ HLEDÁČKEM DEMOGRAFŮ

DOLAROVÍ MILIONÁŘI JSOU NEJČASTĚJI MAJITELI ČI JEDNATELI FIREM NEBO OSOBY SAMOSTATNĚ VÝDĚLEČNĚ ČINNÉ.

Čeští a slovenští dolaroví milionáři jsou středního věku, v průměru dosahují 47 let v Česku a 45 let na Slovensku. Nejmladšímu respondentovi je 24 let a nejstaršímu 89 let. Ženy jsou ve skupině dolarových milionářů minoritou, tvoří pouhých 10 %. Stále tak platí, že svět milionářů je zejména světem mužů. Dolaroví milionáři jsou nejčastěji majiteli či jednatelem firem (60 % v ČR, 71 % v SR) nebo osoby samostatně výdělečně činné (10 % v ČR, 11 % v SR). Jen 14 % respondentů, respektive 10 % na Slovensku, se nachází v roli zaměstnance.



DOLAROVÝ MILIONÁŘ JAKO INVESTOR

RIZIKOVÉ INVESTICE ČINÍ V PRŮMĚRU 30 % INVESTIČNÍHO PORTFOLIA V ČR A 27 % V SR.

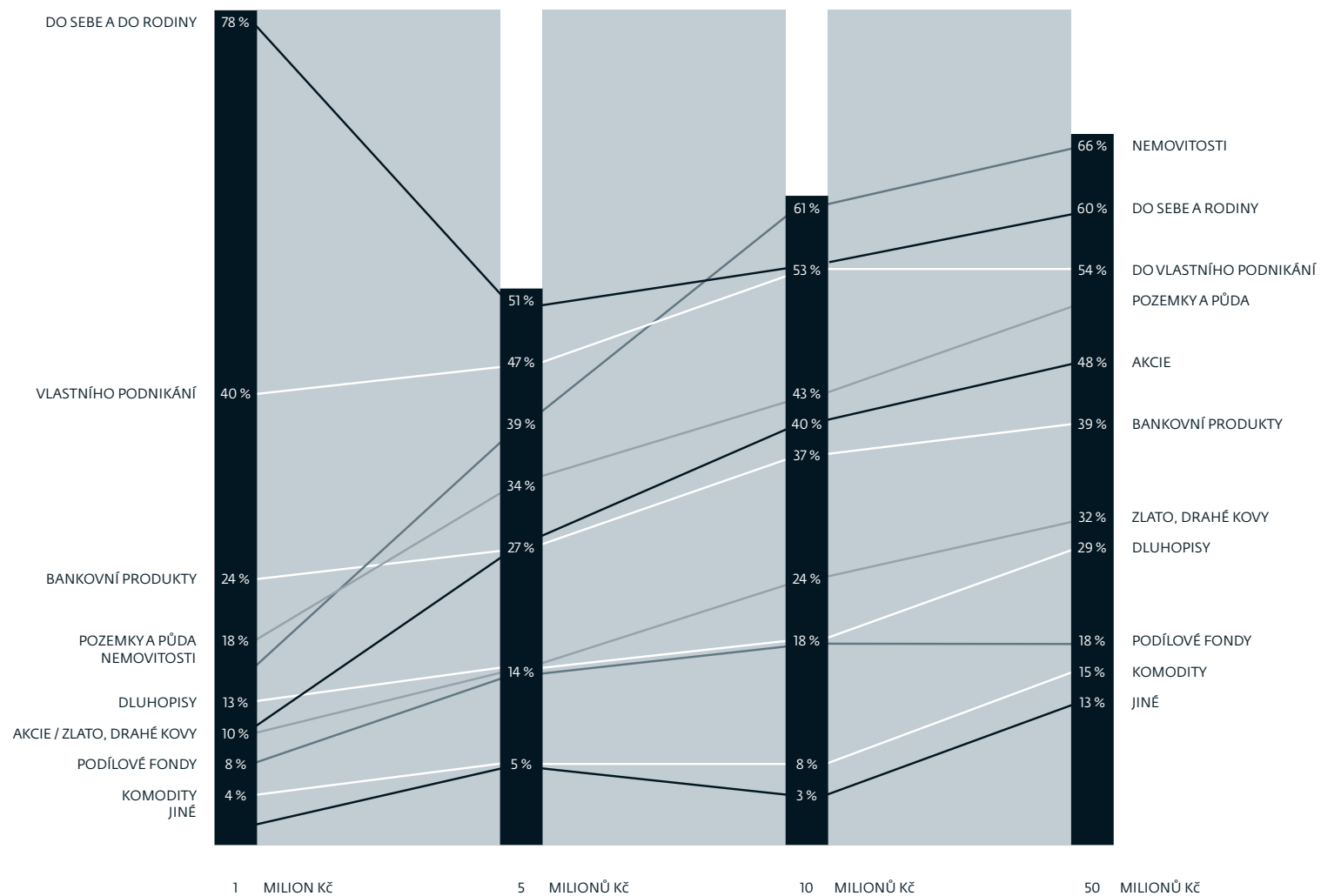
Dolaroví milionáři umí peníze nejen vydělat a zhodnotit, ale také si je náležitě užít. Kam by tedy investovali 1, 5, 10 a 50 milionů korun? V každém případě nezapomínají investovat do sebe a rodiny či do svého podnikání. U vyšších částek pak přicházejí na řadu další investiční příležitosti v podobě nemovitostí, pozemků a bankovních či finančních produktů. Dalo by se říci, že od částky 5 milionů korun již roste chuť investovat.

Zatímco jeden milion by v drtivé většině investovali především do sebe a rodiny či do svého podnikání, u částky 5 milionů by zejména Češi přidali ještě nákup dobře vybrané nemovitosti či pozemku. Je zde tedy patrná snaha o konzervativní zhodnocení a uchování hodnoty investované částky. Deset milionů korun je však tím pravým odrazovým můstkem pro diverzifikaci portfolia a více rizikové investice. Kromě pořízení nemovitostí či pozemků a půdy by Češi investovali do akcií (40 %), které nejsou pro Slováky v tomto objemu tolik zajímavé (15 %) a investovali by spíše do dluhopisů (31 %).

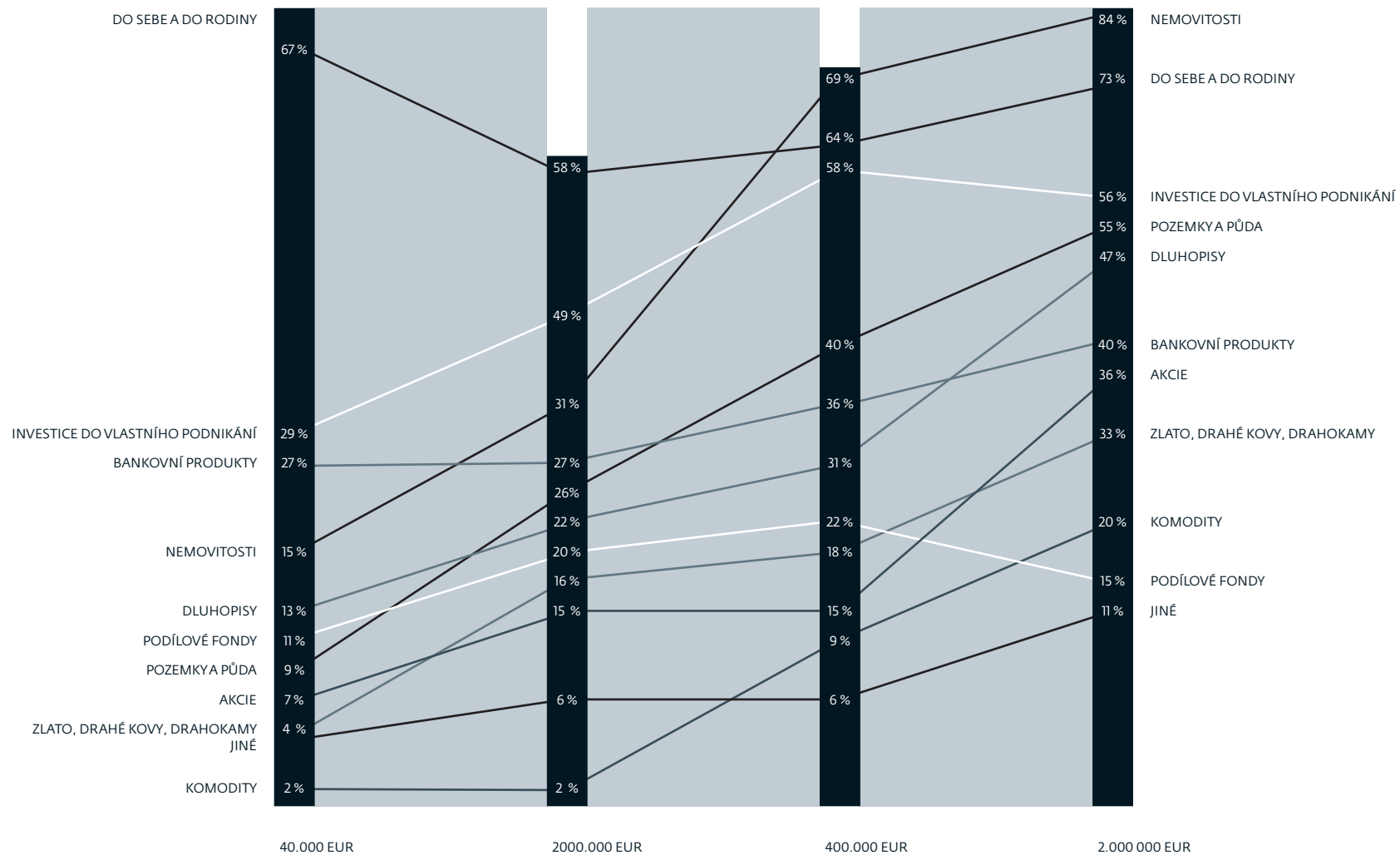
Na první pohled to vypadá, že Češi preferují více rizikové investice, ale tento rozdílný postoj k investicím je způsoben především omezenou nabídkou akcií na bratislavské burze. Při investici 50 milionů vedou jednoznačně nemovitosti či pozemky a půda. Objevují se také bankovní produkty, zlato a drahé kovy či akcie, které by volilo 48 % českých a 36 % slovenských milionářů. Významný rozdíl mezi milionáři je u dluhopisů, do kterých by investovalo pouze 29 % Čechů, ale 47 % Slováků.

Obecně se dá říct, že dolarový milionář sleduje ekonomické dění a zajímá se o vývoj domácí ekonomiky. V otázce inflace jsou jak Češi, tak Slováci více skeptičtí. Na začátek roku 2013 tak v Česku předpovídají inflaci ve výši 3,5 %, zatímco Ministerstvo financí vidí průměr na úrovni 2,3 %, i když v něm již zohledňuje nové návrhy úprav nepřímých daní v příštím roce. Na Slovensku jsou dolaroví milionáři ještě o něco skeptičtější, inflaci na počátku příštího roku tam vidí na úrovni 3,9 %.

KAM DOPORUČUJÍ INVESTOVAT V SOUČASNÉ DOBĚ DOLAROVÍ MILIONÁŘI V ČESKÉ REPUBLICCE



KAM DOPORUČUJÍ INVESTOVAT V SOUČASNÉ DOBĚ DOLAROVÍ MILIONÁŘI NA SLOVENSKU

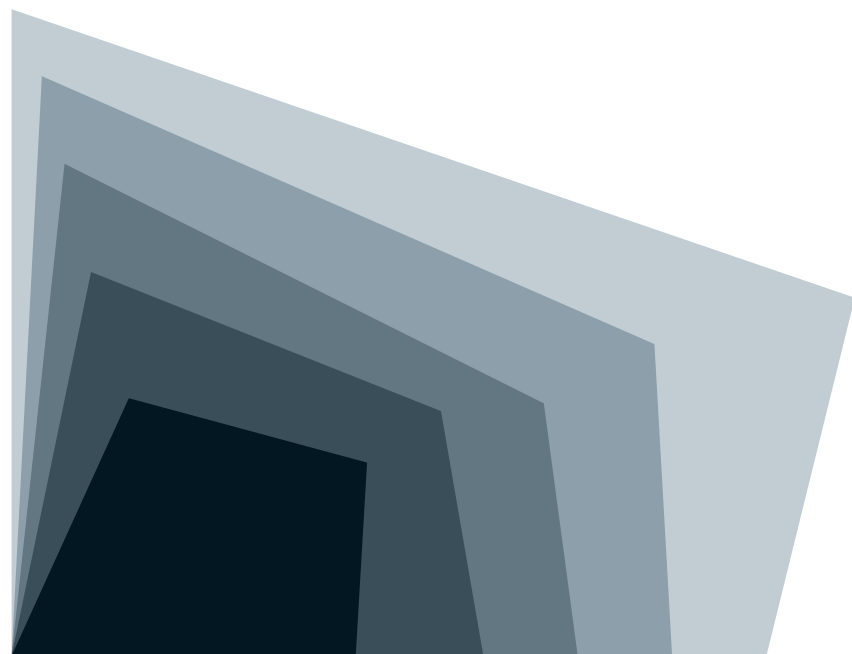


JSOU ROZVÁŽNÍ INVESTOŘI, ČI RISKUJÍ?

NIKDO Z DOTAZOVANÝCH NENÍ HRÁČ, KTERÝ BY RISKOVAL VŠECHNY SVOJE PROSTŘEDKY. RIZIKOVÉ JSOU PŘEDEVŠÍM AKCIE, DLUHOPISY, SMĚNKY A OBLIGACE ČI INVESTICE DO PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU.

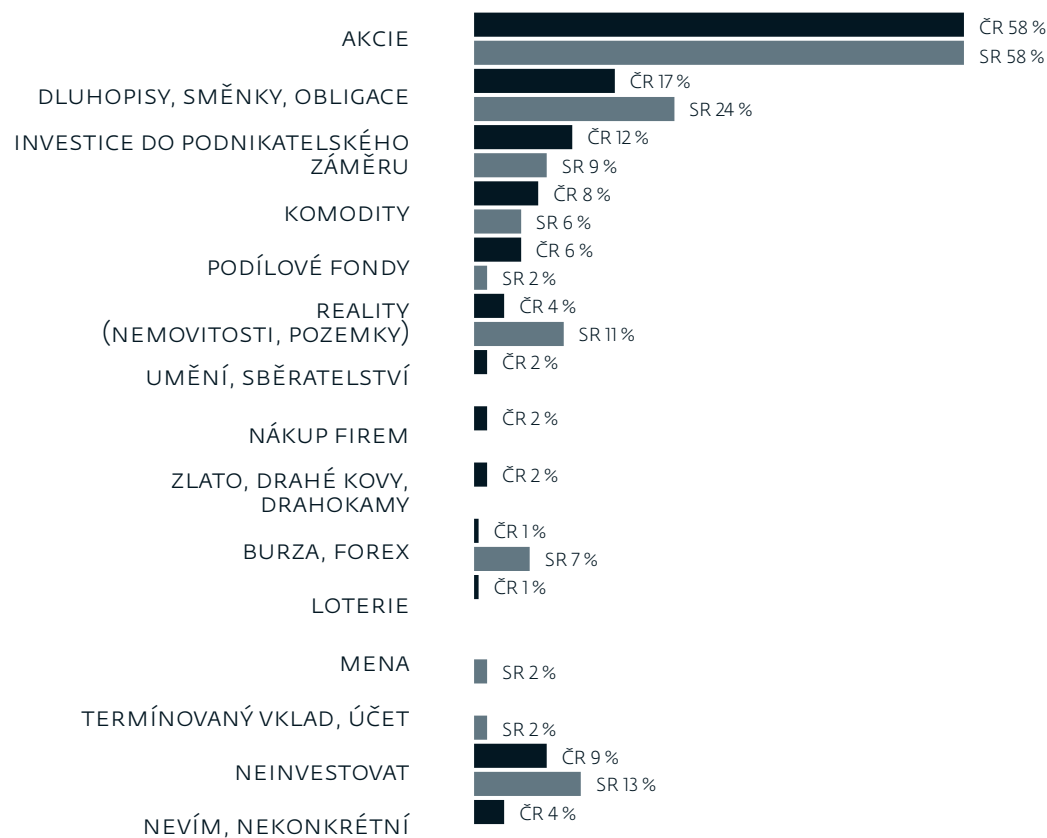
Jak vidí rizikovost a bezpečnost investic dolaroví milionáři? Průzkum ukázal, že nikdo z dotazovaných není hráčem, který by riskoval všechny svoje prostředky. V průměru činí rizikové investice 30 % jejich portfolia (na Slovensku 27 %), oproti loňsku jsou tak dolaroví milionáři více konzervativní. Stále platí, že mladší investoři mají ve svém portfoliu vyšší poměr rizikových investic než ti starší.

Za rizikovou část svých investic milionáři považují především akcie, dluhopisy, směnky a obligace či investice do podnikatelského záměru. Překvapivě 9 % českých a 13 % slovenských dolarových milionářů považuje za rizikové neinvestovat. I když celých 11 % slovenských dolarových milionářů považuje za rizikovou investici také realty, většina (45 % v Česku a 42 % na Slovensku) je řadí mezi ty bezpečné. Dále za bezpečné označují termínované vklady a účty, dluhopisy, směnky a obligace či zlato, drahé kovy a drahokamy.



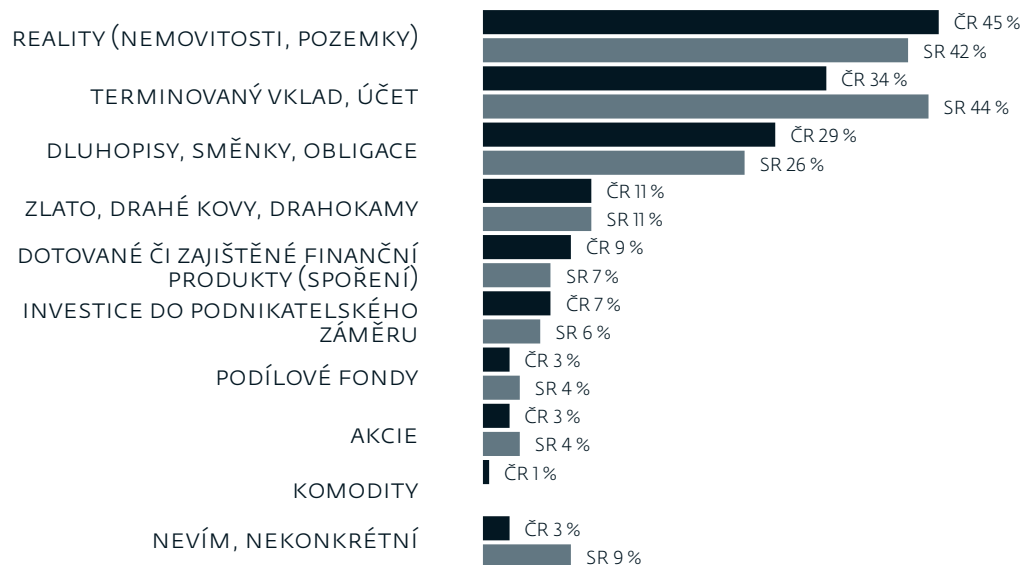
RIZIKOVÉ INVESTICE

Za rizikové investice považují dolaroví milionáři především akcie, obligace a podílové fondy.



BEZPEČNÉ INVESTICE

Jako bezpečné investice nadále vedou nemovitosti, termínované vklady a spořicí účty.



CO DOLAROVÉ MILIONÁŘE PÁLÍ?

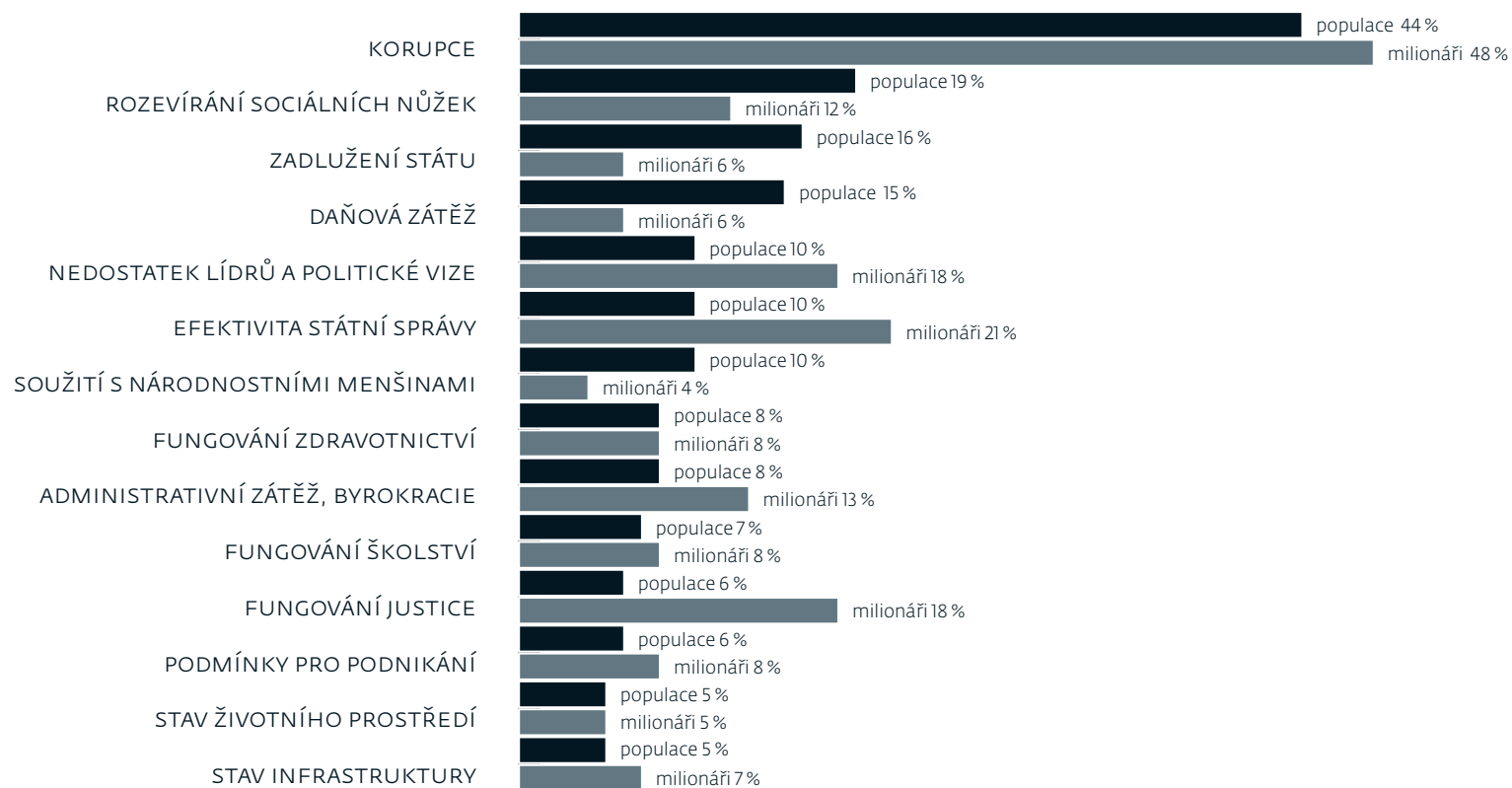
NEJSOU SPOKOJENÍ S FUNGOVÁNÍM NAŠEHO STÁTU. CHYBÍ NÁM DOSTATEK POLITICKÉ VIZE A POLITICKÝCH LÍDRŮ, ŠPATNĚ PRACUJE JUSTICE A STÁTNÍ SPRÁVA JE NEEFEKTIVNÍ.

Dolarovým milionářům v mnohem větší míře vadí stav fungování našeho státu, ovšem ne nutně ve finanční či politické rovině. Na rozdíl od veřejnosti vnímají citlivě nedostatek politické vize a politických lídrů, špatně pracující justici a neefektivitu státní správy obecně. Na rozdíl od obecné dospělé populace tedy nehledí tolik na přímé současné finanční dopady, jako je zadlužení státu či finanční zátěž.

Nejpalčivějším společenským problémem je jak pro českou veřejnost (44 %), tak dolarové milionáře (48 %) korupce. I přes tento fakt se však v nedávné studii společnosti Ernst & Young přiznala více než čtvrtina oslovených vedoucích pracovníků předních společností v ČR, že by byla ochotna dát kvůli zakázce úplatek. Na druhou stranu by však čeští špičkoví manažeři přivítali finanční odměny pro tzv. whistleblowery, tedy ty, kteří na nekalé praktiky upozorní. Dalším zajímavým pohledem je porovnání vnímání korupce českých a slovenských dolarových milionářů. Zatímco téměř polovina českých dolarových milionářů ji označuje za palčivý problém společnosti, na Slovensku je problémem „pouze“ pro 33 %.

NEJPALČIVĚJŠÍ SPOLEČENSKÝ PROBLÉM V ČESKÉ REPUBLICE

Dolaroví milionáři mnohem citlivěji vnímají problémy jako nedostatek lídrů a politické vize, efektivitu státní správy, administrativní zátěž či fungování justice. Obecná populace je více zaměřena na finanční stránku.

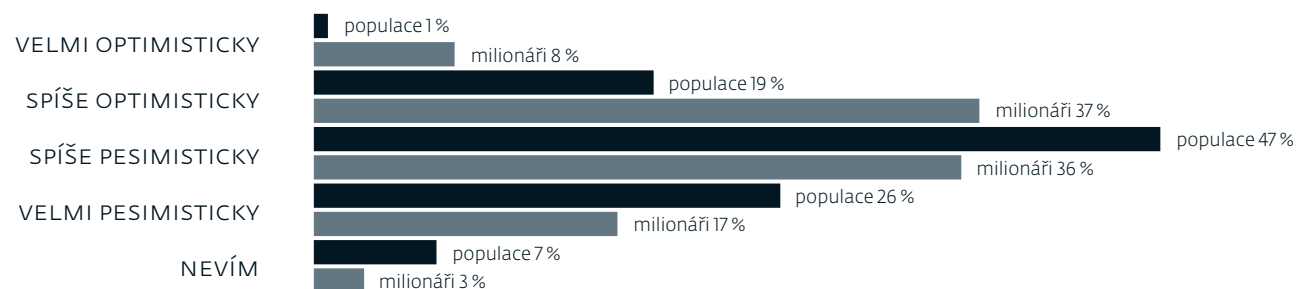


JAK VIDÍ BUDOUCNOST EU?

V OTÁZCE EVROPSKÉ UNIE JSOU ČEŠTÍ DOLAROVÍ MILIONÁŘI JASNĚ OPTIMISTIČTĚJŠÍ NEŽ VEŘEJNOST.

Celospolečenská otázka, která aktuálně doslova hýbe světem. Jak vidí budoucnost Evropské unie dolaroví milionáři? Mezi českými dolarovými milionáři nepanuje v názoru na EU a její budoucnost shoda.

Tábory optimistů a pesimistů jsou spíše vyrovnané. Avšak v porovnání s veřejností, která je k EU spíše pesimistická, mají čeští dolaroví milionáři vůči EU jasně optimističtější postoj (45 %). Výrazně optimisticky hledí na budoucnost EU také slovenští dolaroví milionáři (72 %).



JAK SE STAVÍ KE VZDĚLÁVÁNÍ SVÝCH DĚTÍ?

NEVÁHAJÍ INVESTOVAT DO VZDĚLÁNÍ NAD RÁMEC STÁTNÍHO ŠKOLSTVÍ ČI POSLAT SVÉ DĚTI DO ZAHRANIČÍ.

Jak děti dolarových milionářů studují? A kde? Stejně tak jako česká a slovenská veřejnost a zvláště pak střední a vyšší střední třída si dolaroví milionáři uvědomují důležitost vzdělávání svých dětí. Neváhají tak investovat do vzdělání nad rámec státního školství či své děti vyslat za vzděláním do zahraničí. Zároveň však 22 % českých a 19 % slovenských dolarových milionářů investuje do zkvalitnění úrovně tuzemského vzdělávání. Pouze necelá pětina respondentů je bezdětných.

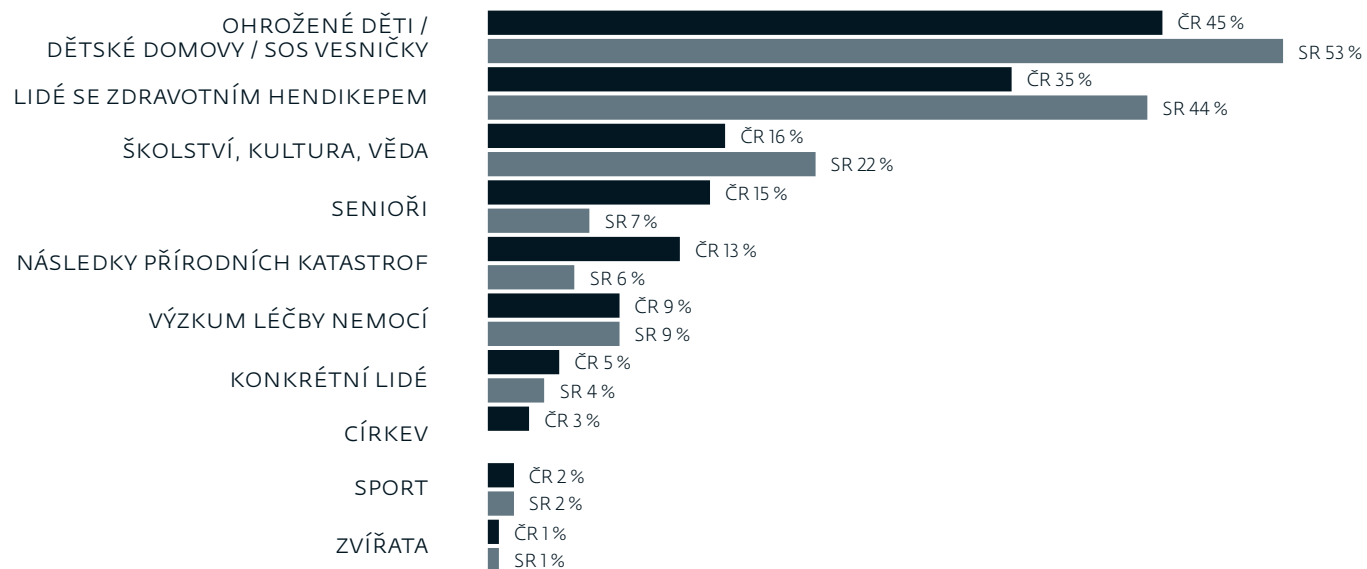
UMÍ DOLAROVÍ MILIONÁŘI POMÁHAT?

UVĚDOMUJÍ SI, ŽE BY MĚLI ČÁST SVÉHO MAJETKU VĚNOVAT ZPĚT DO SPOLEČNOSTI, VE KTERÉ FUNGUJÍ. NEJVĚTŠÍ POMOCI SE DOSTÁVÁ DĚTEM A LIDEM SE ZDRAVOTNÍM HENDIKEPEM.

Jak jsou na tom dolaroví milionáři a neziskový sektor? Je tu nějaká provázanost? Jsou štedrými donory? Čeští a slovenští dolaroví milionáři jsou v otázce charity velmi uvědomělí a aktivní. Uvědomují si, že by měli část svého majetku věnovat zpět do společnosti, ve které žijí a pracují. Drtivá většina (90 % v ČR a 93 % v SR) tak na charitu přispívá, přičemž více než polovina z nich pak přispívá pravidelně. Pomáhají prostřednictvím svých vlastních nadací, které zakládají, i když v porovnání se světem v menším měřítku. Nejčastěji podporují již existující nadační fondy a sdružení nebo přímo konkrétního příjemce. Největší pomoci se dostává dětem, ať již ohroženým či v dětských domovech a SOS vesničkách, a lidem se zdravotním hendikepem. V nemalé míře také podporují školství, kulturu a vědu. Nezapomínají ani na seniory a výzkum léčby nemocí. V případě jednorázových příspěvků vedou přírodní katastrofy a živelné pohromy.

ÚČEL PŘISPÍVÁNÍ NA CHARITU

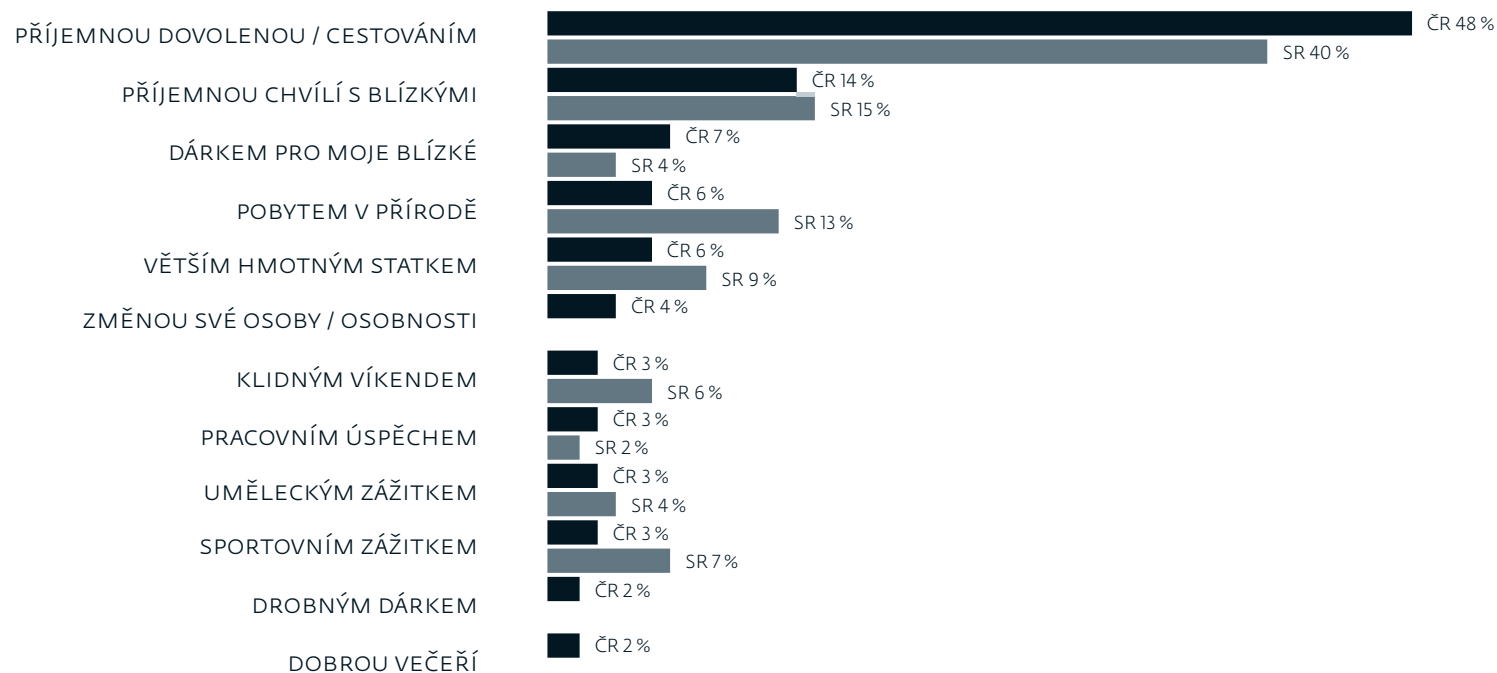
Děti a lidé se zdravotním handicapem jsou nejčastějším předmětem charitativní činnosti a příspěvků bohatých. Respondenti také sami spontánně uváděli pomoc konkrétním lidem, církvi a sportu. Pouze 12 % respondentů v posledních 12 měsících nepřispělo.



JAK POTĚŠIT DOLAROVÉHO MILIONÁŘE?

SKUTEČNOU RADOST DĚLÁ DOLAROVÝM MILIONÁŘŮM DOVOLENÁ, ČAS STRÁVENÝ S BLÍZKÝMI ČI JEJICH OBDAROVÁNÍ.

Skutečnou radost dělá dolarovým milionářům místo okázalých status symbolů, které je v očích veřejnosti vyzdvihují před ostatními, dovolená, čas strávený s blízkými či jejich obdarování. Orientují se tak více na okolní blízké až intimní lidské kruhy, které zajistí kontinuitu rodinného úspěchu, než na povrchní kontakty.

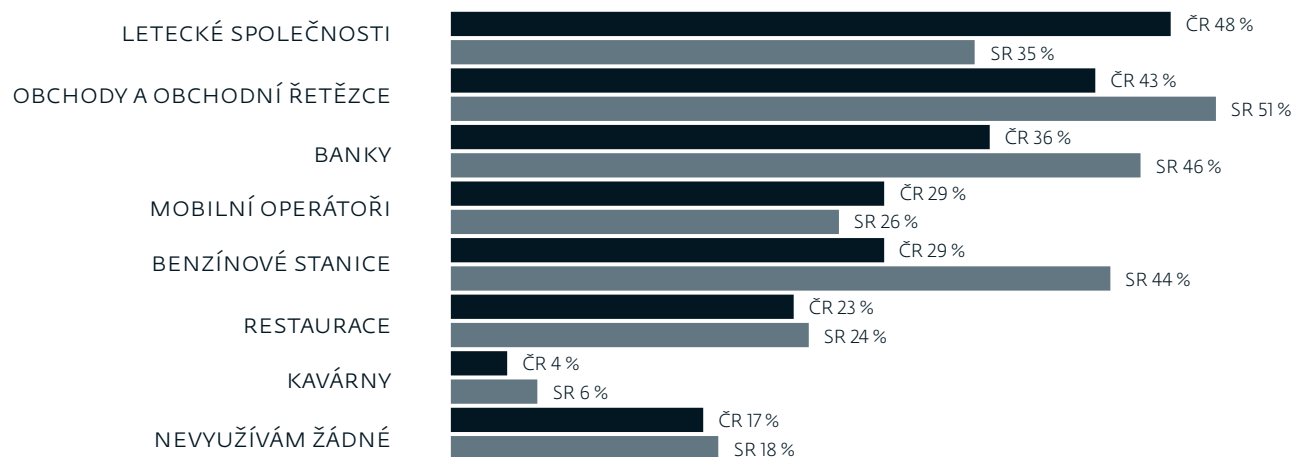


JSOU VYZNAVAČI VĚRNOSTI?

MILIONÁŘI JSOU STEJNÍ LIDÉ JAKO KAŽDÝ JINÝ. PŘES 80 % Z NICH TAK VYUŽÍVÁ NĚJAKÝ VĚRNOSTNÍ PROGRAM. NEJČASTĚJI JSOU TO PROGRAMY LETECKÝCH SPOLEČNOSTÍ, OBCHODŮ I BANK.

Mají dolaroví milionáři slabost pro věrnostní systémy, které se na našem trhu nabízejí? U této odpovědi je snad nejvíce patrné, že milionáři jsou stejní lidé jako každý jiný. Přes 80 % z nich tak využívá nějaký věrnostní program. Motivace k jejich využití je však

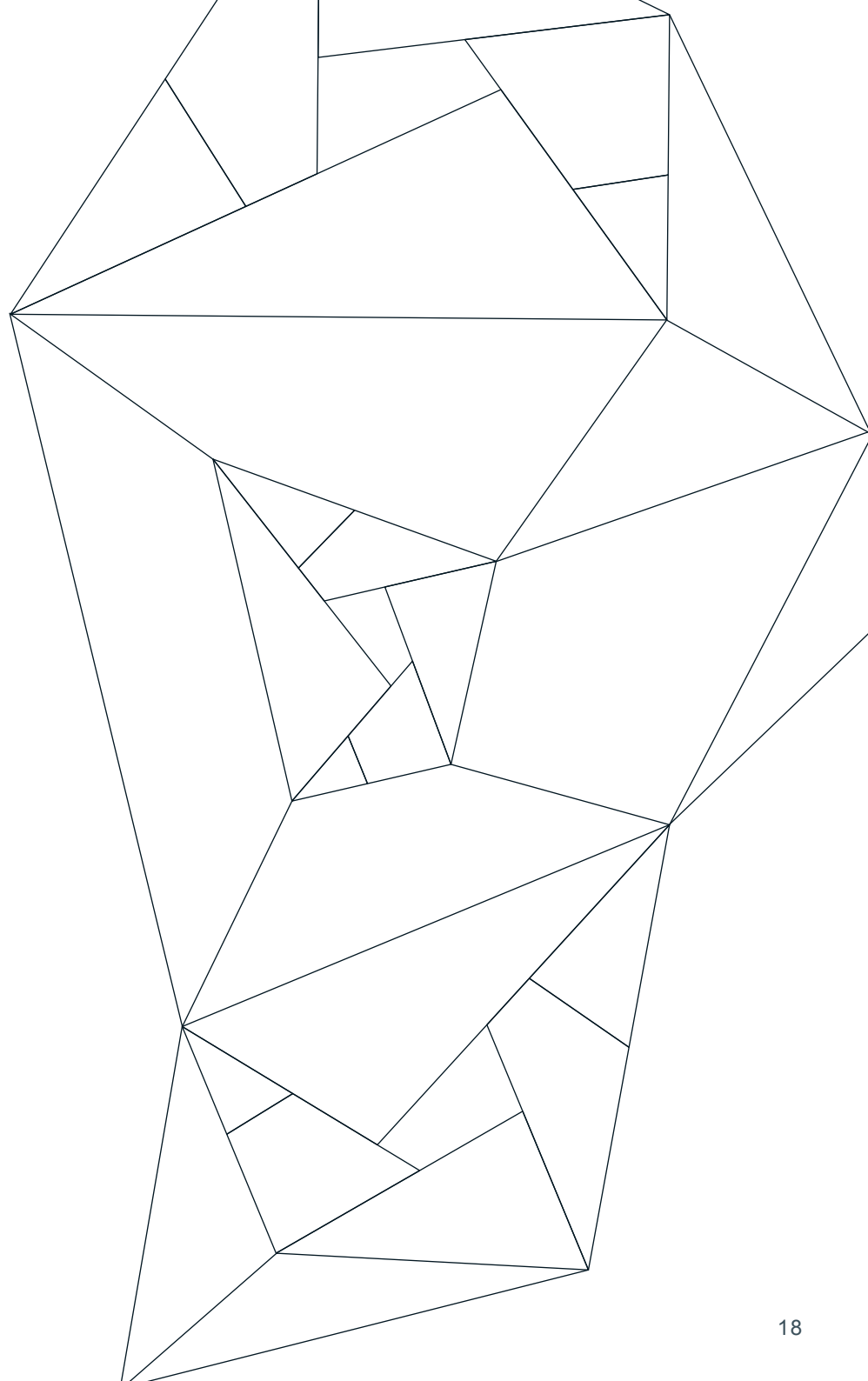
odlišná. Na rozdíl od veřejnosti, kterou pohání vidina snížení nákladů, mají milionáři spojené programy věrnosti s obdarováváním a také získáním lepšího přístupu. Tedy pokud jsem stálým a váženým zákazníkem, dostává se mi jiného přístupu a služeb. Největší oblibě se těší programy leteckých společností, obchodů a obchodních řetězců a bank. Na Slovensku pak k velmi oblíbeným programům (44 %) patří věrnostní programy nabízené benzinovými stanicemi. Je však nutné říct, že tyto programy fungují jinak než u nás. Odměnou jsou nejen zvýhodněné ceny prémiového paliva a doplňkového zboží, ale také nadstandardní služby, jako servis či ruční myčka.



NAJDEME DOLAROVÉ MILIONÁŘE NA FACEBOOKU?

NA FACEBOOKU DOLAROVÉ MILIONÁŘE PŘÍLIŠ NEHLEDEJTE.
KDYŽ UŽ SOCIÁLNÍ SÍŤ, TAK SPÍŠE LINKEDIN.

Sociální sítě a zejména Facebook jsou dnes celospolečenským fenoménem. České a slovenské dolarové milionáře s jejich důrazem na nejbližší okolí na nich příliš nehledejte. Výjimku ovšem tvoří profesionální síť LinkedIn, kterou naopak využívají ve větší míře než ostatní. Využívání sociálních sítí je tedy pro dolarové milionáře spíše funkční než zábavné.



BOHATÍ A OBLÍBENÉ ZNAČKY

DÁ SE ŘÍCT, ŽE Z POHLEDU DOLAROVÝCH MILIONÁŘŮ JE STATUS SYMBOL SKUTEČNÝ, AŽ KDYŽ JE SKUTEČNĚ NEDOSTUPNÝ.

Dolaroví milionáři si rádi dopřejí značkové věci především kvůli jejich kvalitě a spolehlivosti. Jaké značky u milionářů vedou a které považují za symbol úspěchu? Obecně se dá říct, že z pohledu dolarových milionářů je status symbol skutečný, až když je skutečně nedostupný. V určitých oblastech, jako například móda, totiž symboly úspěchu podle dolarového milionáře neplatí. Tři čtvrtiny z nich tak nedokázaly označit konkrétní oděvní značku, kterou mají spojenou s úspěchem. Vysvětlení je nasnadě, luxusní oblečení je v určité míře dostupné i širším vrstvám na rozdíl od drahých automobilů, proto je jako status symbol neúčinné.

Hotely

Kempinski (14 %) a Four Seasons (13 %), více jak polovina však nemá konkrétní značku spojenou s úspěchem. Při volbě hotelu tak spíše než značku preferují garanci kvality hotelu a služeb.



Kempinski
HOTELS & RESORTS



FOUR SEASONS
Hotels and Resorts

Letecká společnost

Emirates (23 %) jsou jedinou značkou, na které se shodlo více respondentů. 55 % dolarových milionářů nevedlo žádnou konkrétní značku.



Emirates

Elektronika

Apple dominuje nejen žebříčku nejdražších značek světa, ale vede i mezi dolarovými milionáři (19 %), následuje BANG & OLUFSEN (13 %). Ještě nedávno velmi oblíbenou a populární značku SONY, představitele kvality v kategorii elektroniky, označily pouze 3 % respondentů.



SONY

BANG & OLUFSEN B&O

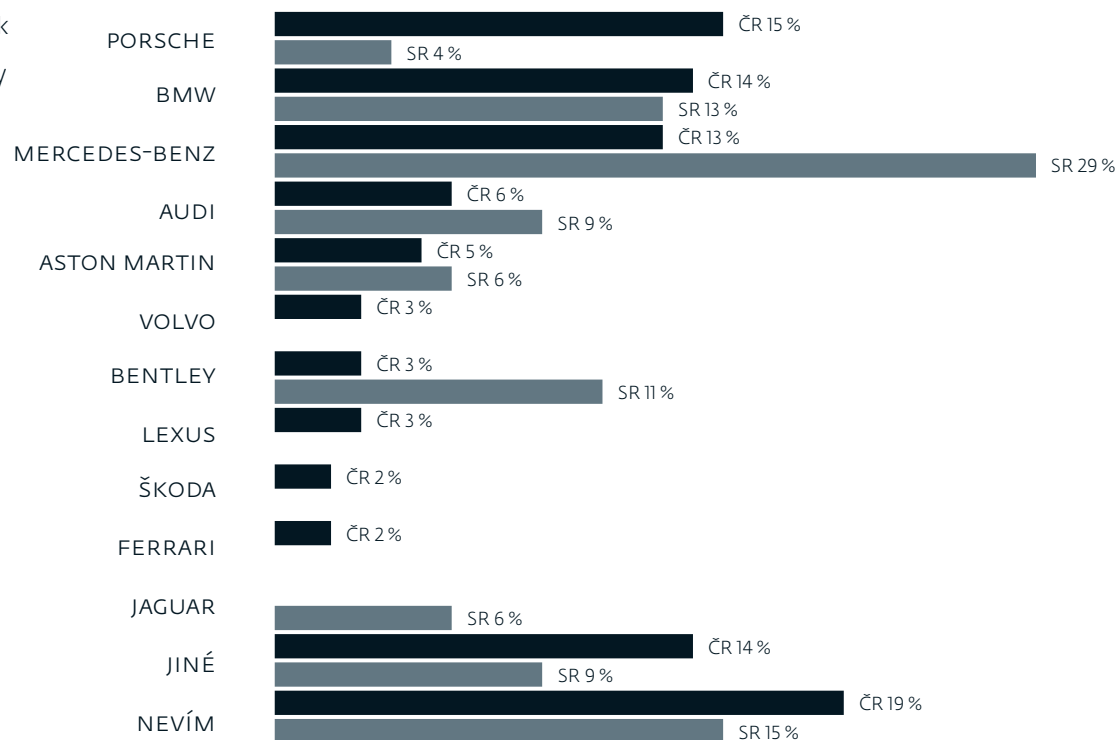
BOHATÍ A OBLÍBENÉ ZNAČKY

JEDINOU KATEGORIÍ, KDE LZE JASNĚ SPECIFIKOVAT ZNAČKY, KTERÉ JSOU SYMBOLEM ÚSPĚCHU, JSOU AUTOMOBILY.

Jedinou kategorií, kde dokázala nadpoloviční většina respondentů určit značky, které považují za symbol úspěchu, jsou automobily. Zdá se, že auty úspěšných jsou především německé vozy, když se na prvních příčkách českých milionářů umístilo Porsche (15 %), BMW (14 %) a Mercedes-Benz (13 %). Na Slovensku je to pak jednoznačně právě Mercedes-Benz (29 %), více do popředí se tam také dře Bentley (11 %), který v Česku označily pouze 3 % respondentů.



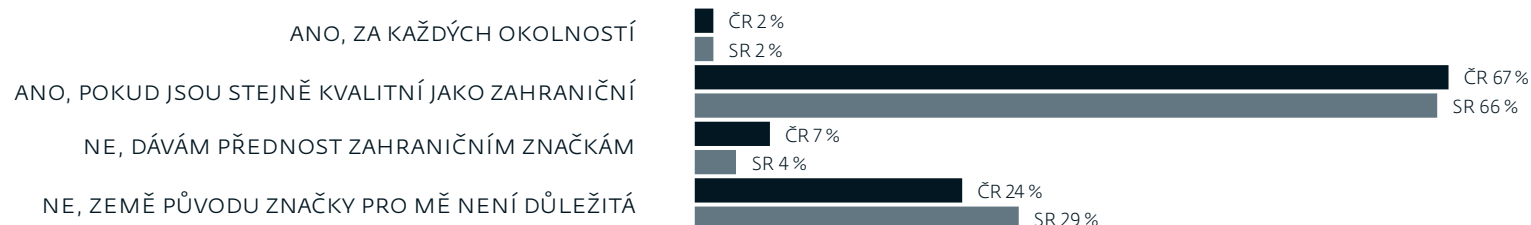
Mercedes-Benz



BOHATÍ A OBLÍBENÉ ZNAČKY

JSOU VÍCE HRDÍ NA SVOU ZEMI V POROVNÁNÍ S OBEČNOU POPULACÍ. NEVÁHAJÍ TAK PODPOŘIT ČI KOUPIŤ ČESKOU ZNAČKU, POKUD DOSAHUJE SROVNATELNÉ KVALITY.

Čeští dolaroví milionáři jsou obecně více hrdí na svou zemi než celá populace a rádi tak podpoří a koupí tuzemskou značku, ovšem pokud bude dosahovat stejné kvality jako zahraniční. Z českých značek mají rádi ty, které by v případě, že by existoval český žebříček nejcennějších značek, obsadily první příčky. Tedy Škoda, Pilsner Urquell a Budějovický Budvar či Kofola. Jen málokdo z Čechů, má-li jmenovat své favority, na tyto značky zapomene. Slovenští dolaroví milionáři nemají jasněho favorita mezi slovenskými značkami, což může být způsobeno tím, že slovenské značky nejsou doma tak silné jako třeba Škoda nebo Pilsner Urquell v Česku.





ŽIVOTNÍ STYL

ČESKÉ MILIONÁŘE NEJLÉPE CHARAKTERIZUJE, JAK SE STAVÍ K VÝROKU: „SNAŽÍM SE ŽÍT SKROMNĚ NAVZDORY SVÝM FINANČNÍM MOŽNOSTEM.“

Nakolik dolaroví milionáři dávají své bohatství na odiv? České milionáře nejlépe charakterizuje, jak se staví k výroku: „Snažím se žít skromně navzdory svým finančním možnostem.“

Milionářů, které je možné nazvat jako „okázalé“, je 39 %. Jejich prototypem je 45letý muž, který o něco více riskuje a nejvíce ho pálí podmínky pro podnikání. Bohatství spojuje s Porsche. Preferuje zahraniční značky, ale pokud by měl označit nějakou českou, pak je to Mattoni či Becherovka.

„Skromní“ milionáři jsou o trochu starší, je jim průměrně 48 let a daleko větší zastoupení zde mají vedoucí pracovníci v roli zaměstnance. Častěji si udělají radost pořízením dárku pro své blízké. Úspěch spojují s BMW a ztotožňují se s heslem: „Dávat najevo, že na to mám, není můj styl.“

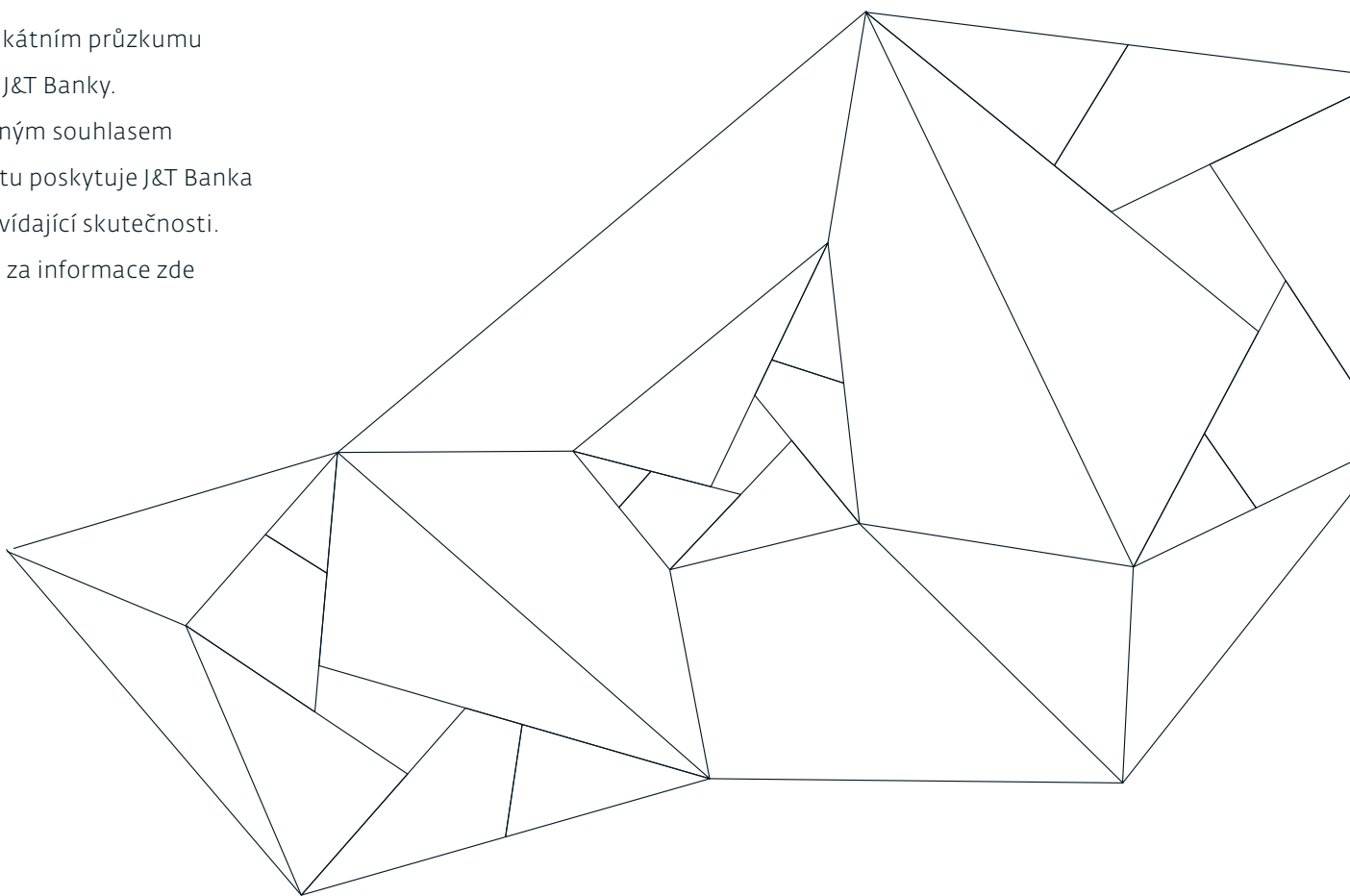
METODIKA PRŮZKUMU

Průzkum, který probíhal v čase mezi únorem až dubnem 2012, provedla J&T Banka ve spolupráci s agenturou Perfect Crowd. Cílem průzkumu bylo zmapovat investiční chování a životní styl dolarových milionářů, tedy těch, jejichž disponibilní majetek má hodnotu minimálně 18 milionů korun v České republice nebo 730 000 eur na Slovensku. Do průzkumu se zapojilo celkem 175 respondentů z řad dolarových milionářů (120 Čechů a 55 Slováků). Data byla sbírána pomocí on-line dotazování. Kvalitativní pohled doplnil skupinový rozhovor s privátními bankéři J&T Banky.

ZÁVĚR

DĚKUJEME VŠEM RESPONDENTŮM A PARTNERŮM, KTEŘÍ SE NA TOMTO UNIKÁTNÍM PRŮZKUMU PODÍLELI. INFORMACE UVEDENÉ V TOMTO DOKUMENTU JSOU VLASTNICTVÍM J&T BANKY.

Děkujeme všem respondentům a partnerům, kteří se na tomto unikátním průzkumu podíleli. Informace uvedené v tomto dokumentu jsou vlastnictvím J&T Banky. Šířit tyto informace, sdílet nebo jinak je využívat lze pouze s písemným souhlasem J&T Banky. Informace, názory a závěry obsažené v tomto dokumentu poskytuje J&T Banka na základě zdrojů, které považuje za správné, důvěryhodné a odpovídající skutečnosti. Přesto J&T Banka nepřebírá žádnou právní odpovědnost ani záruku za informace zde uvedené.



KONTAKTY

J&T BANKA, a.s.
Pobřežní 14
180 00 Praha 8

Pro více informací nebo v případě dotazů kontaktujte tyto osoby:

Monika Veselá
PR manažerka J&T Banky
mvesela@jtbank.cz

Andrej Kyselica
vedoucí projektu
kyselica@jtbank.cz

