

Stockholm, den 23 juni 2015

## Allt fler förmögna planerar att donera till forskning

En större andel förmögna svenskar planerar att donera pengar till forskning framöver jämfört med idag. Intresset för att bidra till framtidens forskning är också betydligt högre hos yngre och medelålders personer, 35 till 59 år, jämfört med personer som är 60 år och äldre. Samtliga är överens om att det främsta syftet med att donera pengar är att åstadkomma förändring. Det visar Nordeas undersökning om filantropi där personer med en förmögenhet på minst 3 miljoner kronor tillfrågats.

Var tredje person med minst 3 miljoner kronor tillgänglig för placering bidrar till utvecklings- och biståndsprojekt och närmare en av fem till forskning. Den främsta anledningen att skänka pengar är att åstadkomma förändring, följt av att ge tillbaka till samhället. Bidrag till forskning väntas öka då 17 procent uppger att de donerar till forskning idag medan 27 procent uppger att de planerar att donera till forskning i framtiden. Det är särskilt från personer mellan 35 och 59 år som bidragen till forskning kommer att öka. 32 procent av dessa uppger att de planerar att donera till forskning framöver, jämfört med 23 procent bland de som är över 60 år.

”Här syns ett tydligt generationsskifte. Personer födda på 50-talet och tidigare är uppvuxna med tanken om ”folkhemmet”, ett samhälle organiserat för att ta väl hand om alla medborgare och ge dem en grundtrygghet. Viljan att bidra är idag större och kommer fortsätta att öka, vilket jag tror genomsyras dels av internationella influenser och dels av insikten att systemet inte fångar upp allt och alla”, säger Ola Johannesson, chef för Nordeas filantropierbjudande.

Undersökningen visar även att kvinnor har ett större intresse för filantropi, 29 procent av kvinnorna är intresserade jämfört med 21 procent av männen. Idag anger 67 procent av kvinnorna att de ger någon form av donation mot 48 procent av männen. Detta mönster gäller även framöver.

Skattemässiga avdragsregler påverkar även engagemanget för filantropi, särskilt för män. Här uppger 41 procent av männen, jämfört med 25 procent av kvinnorna, att det påverkar deras vilja att donera pengar.

### För ytterligare information:

Ola Johannesson, chef för Nordeas filantropierbjudande, 031 771 61 97  
Petter Larsson, pressekreterare, 073 866 10 87

---

*Nordeas vision är att vara en "great European bank", erkänd för sina medarbetare, som skapar betydande värde för kunder och aktieägare. Vi gör det möjligt för våra kunder att nå sina mål genom att erbjuda ett brett urval produkter, tjänster och lösningar inom bank, kapitalförvaltning och försäkring. Nordea har cirka 11 miljoner kunder, omkring 700 kontorsplaceringar, och är en av Europas tio största fullservicebanker mätt i börsvärde. Nordeaaktien är noterad på NASDAQ OMX Nordic Exchange i Stockholm, Helsingfors och Köpenhamn.*