

Hedonista túlélők vagy családos otthonteremtők?

Átfogó kutatás készült a mai harmincas generációról

Különleges korosztály a mai 30-asoké: ők a digitális átmenet generációja. Az utolsók, akiknek gyermekora még az analóg, offline világban zajlott, emlékeiket azonban a technológia, a VHS- és DVD-korszak, az első mobiltelefonok, az internet megjelenése és egyes ikonikus tévéműsorok (Kacsamesék, Knight Rider, Mátrix, Dallas) határozzák meg. A család és a saját ingatlan megléte vagy hiánya ugyanakkor óriási vízválasztó a harmincasok között: a generáció fele elégedett, révbe ért, vagy jó úton jár, és nem cserélné senkivel; a másik fele viszont még útkereső és borúsabban látja a jövőt anyagi, szakmai vagy magánéleti gondok miatt.

A harmincas évek kihívásokkal és feladatokkal teli időszak, és kulcsfontosságú, mert a biztos és nyugodt jövőt kell megalapoznia – vélik a generáció tagjai az UniCredit Bank és a Scale Research reprezentatív kutatása szerint. Fontos mérföldkő számukra, hogy ebben az életszakaszban már **felelősséget** kell vállalniuk tetteikért, és hogy a legfontosabb életesemények – karrier, családalapítás, gyermek születése – miatt rájuk nehezedő **társadalmi nyomással** is meg kell birkózniuk.

A kutatás arra kereste a választ, hogy melyek a legfontosabb értékek a harmincasok számára, elégedettek-e az életükkel, milyen kihívásokkal küzdenek, mi motiválja őket, hogyan viszonyulnak az előtük lévő és utánuk jövő generációkhoz, és hogyan állnak a fenntarthatóság, valamint a külföldi munkavégzés témaköréhez.

A saját otthon és a család megléte vagy hiánya kettéosztja a harmincasokat

Két nagy csoportra szakad szét a 30-as generáció, annak alapján, hogy

- biztosabb anyagi helyzetük mellett megvalósult már vagy kilátásban van életükben az otthonteremtés és a családalapítás,
- vagy mindezek még csak előttük álló, beláthatatlan feladatok.

A generáció felét azok az **otthon- és családközpontú harmincasok** (49%, 632 ezer fő) teszik ki, akik jellemzően már házasok (vagy házasságot terveznek), gyermeket nevelnek (vagy 1-2 éven belül gyermeket szeretnének), és akiknek életében az **otthon, a család és a barátok a legfontosabbak**. Elégedettek az életükkel, megtalálták az útjukat, karrierjük épül, nem riasztja el őket a felelősségvállalás. Jól érzik magukat a bőrükben, nem cserélnének más korosztállyal, legfeljebb az anyagi biztonság terén éreznek még némi hiányosságot. Többségük saját ingatlanban él, otthonuk az önkifejezésük része, hosszabb távú terveik pedig a lakásfelújításhoz, házépítéshez és gyermekvállaláshoz kapcsolódnak.

A **generáció másik felét** azok a harmincasok (51%, 646 000 fő) alkotják, akik még jobbára családalapítás vagy gyermekvállalás előtt állnak, kevésbé elégedettek a jelenlegi anyagi vagy

párkapcsolati helyzetükkel, és ezt az állapotot **hedonistán** vagy épp ellenkezőleg, **szorongva, reményvesztetten élik meg.**

Sok harmincas életét még a bulik, barátok, a szórakozás és a kaland határozza meg. Ha jól is keresnek, pénzüket **hedonistán** felélik, jobbára csak **túlélnek** a jelenben. Szívesen hosszabbítanak meg azokat az éveiket, ahol egy ideig még nem kell felelős döntéseket hozniuk. Nincsenek hosszú távú terveik vagy befektetéseik, mobilak, életüket akár külföldön is el tudják képzelni, és ha van saját lakásuk, az is inkább csak gátja függetlenségüknek.

Mások meglehetősen **reményvesztetten** élik meg ugyanezt az állapotot. Aggódnak, szoronganak az anyagi helyzetük, a magányosságuk vagy a külső környezet állandó időnyomása miatt, úgy érzik, le vannak maradva a generációjuktól pénzügyi és párkapcsolati téren egyaránt. Nehezen terveznek, és stabil pontok (lakás, párkapcsolat, gyerek) hiányában kiszámíthatatlanabb számukra a jövő. Valamifajta **csodavárás** állapotában élnek: legfőbb céljuk, hogy a jelenlegi élethelyzetükből kimozduljanak. Anyagi helyzetük nem teszik lehetővé, hogy a közeljövőben saját lakásuk legyen; a munkanélküliség is őket (51%) sújtja leginkább.

A 30-asoknak tehát csak a fele elégedett, több mint egyharmaduk még **útkereső**, a jövőjük pedig hosszabb távú célok hiányában bizonytalan. A megkérdezettek fele szívesen cserélné életet a mostani 20-as generációval, hogy újraélje a gondtalan éveket és időt nyerjen.

Hatból csak egy harmincas tud félretenni saját lakásra

A generáció több mint fele úgy érzi, nem tart egy szinten a kortársaival, sőt, egyharmaduk kimondottan lemaradva érzi magát. A „hol tartok?” kérdésre adott válaszukat leginkább a saját lakás megléte vagy hiánya határozza meg. Tízből kilenc harmincas vágyik saját otthonra, de csak alig több mint a felüknek (**57%-uknak) van saját lakása.** Minden harmadik harmincas szeretne a közeljövőben ingatlant venni, de csak minden hatodik tud erre félretenni.

Nem tudnak hosszú távra tervezni

A harmincasok jellemzően 1-2 éves tervekben gondolkodnak: nyaralás, utazás, kisebb házkörűli kiadások. 3-5 éves terveik pedig jobbára a saját ingatlan vásárláshoz vagy kisebb célokhoz kötődnek: üzleti befektetés, gyerekeik jövője. Az **5-10 éves távlatok túl messzinek tűnnek:** a globális (gazdasági és politikai) viszonyok kiszámíthatatlanok számukra, és a családalapítás is kitolódott. A jelen feladatai minden idejüket és erejüket lekötik, és ebben a kaotikus, túlpörgetett világban jelentős erőfeszítést és logisztikát igényel, hogy rövid távú céljaikkal megbirkózzanak. Sokaknál a jelenlegi rossz helyzetből való kilépés a legfőbb cél.

Kinyílt a világ és tele van lehetőséggel – a kivándorlás mégsem alternatíva

A korcsoport pozitívként éli meg, hogy a globalizáció révén ők az első olyan generáció, akinek a világ rengeteg **lehetőséget** tartogat: az utazások, a technológiai fejlődés, a külföldi állásajánlatok révén sokkal több alternatívában gondolkodhatnak, mint a 40-esek. A **kivándorlás** a generáció negyede számára vonzó a magas bérek miatt, de legfeljebb egytizedük számára reális opció. A saját otthon és a család tartja vissza őket leginkább. Sokak számára veszített vonzerejéből a külföldi munka lehetősége, ha korábban szereztek már ilyen jellegű tapasztalatokat.

A környezetvédelem fontos, mégis kimerül a szelektív hulladékgyűjtésben

A generáció **78%-a tartja fontosnak** a fenntarthatóságot és a környezetvédelmet, de csak a családos, otthonteremtő szegmens tesz érte aktívan. A fenntarthatósági törekvésekben (komposztálás, hazai áru vásárlása) sokkal inkább élen járnak a vidékiek, mint a fővárosiak, hiába trendi a téma Budapesten és a lehetőségek is adottak hozzá (csomagolásmentes boltok, újrahasznosítás). Sokaknál a környezet védelme kimerül a szelektív hulladékgyűjtésben és a komfortzónájukon kívül eső tevékenységek (repülés és autóhasználat korlátozása) már érdektelenek számukra, sőt, az álláskeresésnél sem szempont számukra a cég fenntarthatóság iránti elkötelezettsége.

Pörgős 20-as, harcos 30-as, nyugodt 40-es évek

A harmincasok a *saját 20-as* éveiket leginkább egy *pörgős* időszaknak látják, ahol a gondtalanság, bulizás és szórakozás töltötte ki az életüket. Bár élvezték ezeket az éveket, visszatekintve úgy látják, nem gondoltak a jövőjükre, nem tettek félre, felélték minden pénzüket. Jelenlegi, **30-as éveiket harcos időszakként élik meg**, amely a **tapasztalatszerzésről, a pénzkeresésről és a felelősségvállalásról** szól, és elengedhetetlen a jövő megalapozásához. Épp ezért *nyugodt 40-es* években reménykednek, ahol majd kiélvezhetik munkájuk gyümölcsét, és mind magánéletileg, mind egzisztenciálisan stabil, kiegyensúlyozott életet élhetnek. Azt remélik, negyveneseként sokkal kevesebbet kell majd dolgozniuk, mint harmincasként, és ez a vízió olyan erős, hogy még a generáció legidősebb, 39 éves tagjai is a nyugodt 40-es években bíznak.

A kutatásról

A 30-asok élethelyzetének feltérképezése az UniCredit Bank és a Scale Research nagymintás, reprezentatív online kutatása alapján készült. A 30. évfordulóját idén ünneplő UniCredit Bank a jubileumi évében a 30-as korosztály objektív életkörülményei mellett a szubjektív értékek, féltelmek, jövőképek feltárását tűzte ki célul, és kísérletet tett annak meghatározására, hogy milyen egyedi értéket tulajdonítanak a 30-asok saját generációjuknak.

Forrás:

UniCredit Bank Hungary Zrt.

Kapcsolat:

Szanyi Laura, kommunikációs vezető
laura.szanyi@unicreditgroup.hu

Az UniCredit

Az UniCredit sikeres páneurópai kereskedelmi bank, amely teljesen integrált vállalati és befektetési banki szolgáltatásaival, valamint egyedülálló nyugat-, közép- és kelet-európai hálózatával áll széles ügyfélköre rendelkezésére. Az UniCredit kínálatában a helyi és nemzetközi szakértelem egyaránt elérhető ügyfelei számára, akiknek európai bankhálózatán keresztül páratlan hozzáférést nyújt 13 országra kiterjedő fő piacainak vezető bankjaihoz: Olaszországban, Németországban, Ausztriában, Bosznia-Hercegovinában, Bulgáriában, a Cseh Köztársaságban, Horvátországban, Magyarországon, Oroszországban, Romániában, Szerbiában, Szlovákiában és Szlovéniában. Képviseleti irodáinak és fiókjainak nemzetközi hálózatán keresztül az UniCredit világszerte további 18 országban szolgálja ki ügyfeleit.