



2021.03.02.

A nemek közti egyenlőség az otthonokban kezdődik: ez derül ki az IKEA kutatásából

A magyar párok túlnyomó többsége szerint a nemi egyenlőség fontos ügy, sőt, feltétele a boldog párkapcsolatnak – derül ki az IKEA nemzetközi kutatásából. Ugyanakkor a magyar férfiak és nők úgy vélik, a közgondolkodás nem vélekedik ennyire egyenlően róluk, és ez az étellel való elégedettségükre nagyban kihat. Jó hír viszont, hogy a megkérdezettek 76%-a közösen kezeli a családi kasszát, de van, ahol a takarítás is közös felelősség már. A munkamegosztás változása kis lépés az otthonoknak, ám nagy lépést jelenthet a társadalomnak a továbbiakban, mert így tagjait is boldogabbá, elégedettebbé teheti.

Magyarország a nemek közti egyenlőség érvényesítésében a környező országok és az EU tagállamok között is a sereghajtók között szerepel. 10-ből 9 magyarnak az egyenlő esélyek kérdése mégis fontos ügy, a férfiak és a nők közel 80%-a pedig úgy véli, a boldog élet egyik elengedhetetlen feltétele. A férfiak 48%-a, míg a nők 37%-a azt érzi viszont, hogy a társadalom, amiben élnek, nem adja ezt meg nekik.

Otthon sokkal jobb a helyzet, mint a munkahelyen

„Úgy tűnik, mindezt otthonaikban igyekeznek kompenzálni a magyarok, ahol saját vágyaik és moráljuk szerint teremthetik meg az egyenlőséget” – mondta el Magyar Andrea, a soroksári IKEA áruház People & Culture managere. Mindez az étellel való elégedettségükben is visszatükröződik, ugyanis a munkahelyi étellel a férfiak több mint fele elégedett, míg a nőknek csupán 37%-a mondhatja el ugyanezt.

Az otthoni életben már nagyobb az egyensúly, hiszen a férfiak és nők is hasonló mértékben (a férfiak 62%-ban, a nők 58%-ban) elégedettek. Ez utóbbi értékelésében a nemek közti egyenlőség is szerepet játszik, a megkérdezettek 81%-ánál ez meg is valósul a párkapcsolatukban, míg a munkahelyen és az országban már feleannyian látják az egyenlőséget kibontakozni.

Nemi sztereotípiák: kulturálisan is hozzuk őket

Noha a nemek közti egyenlőség megteremtése megkezdődött a magyar otthonokban, a megkérdezett párok közel 40%-a mégis úgy véli, az otthoni élet megszervezését még mindig nagyban meghatározzák a nemekről alkotott sztereotípiák. Nem meglepő ez alapján, hogy minden második otthonban a nők vezetnek teljes mértékben a háztartást. Továbbá még mindig vannak kifejezetten nőies és férfias házimunkák is. Legyen ez kulturális hagyaték, de a vasalás, mosás, főzés, vagy az ablakok tisztítása továbbra is a nők feladata. A férfiak főként a karbantartással kapcsolatos munkákban jeleskednek, pl.



járműjavítással, otthoni szerelési munkálatokkal, autómosással kapcsolatos teendőkben.

Kompetencia-alapú házimunkák

Megfigyelhető azonban, hogy vannak olyan feladatok, melyeket hajlamosabbak megosztani egymás között a párok, vélhetően már kompetencia-, vagy tapasztalati alapon. A megkérdezettek több mint fele már közösen vásárol be, a mosogatást pedig 47%-ban osztják meg egymás közt. A takarítás ugyanannyi háztartásban minősül közös feladatnak, mint ahányban még mindig kifejezetten női munkának vélik. A gyerekekkel töltött szabadidő megszervezése is egyre inkább közös tevékenység, hasonlóképp az iskolába/óvodába hordozásuk, a házi feladatban pedig a párok 47%-a már közösen segít. Az azonban egyértelmű konklúzió, hogy a nők még mindig a gondoskodás-központú feladatokban, míg a férfiak a karbantartás körüli teendőkben dominálnak.

Üdítő továbbá az eredmény, miszerint a háztartási költségvetésről a magyar háztartások több mint háromnegyede közösen dönt.

Az egyenlőbb jövő otthon kezdődik

Van tehát út a fejlődésre, és ez az út otthon kezdődik – ezen a magyar párok pedig elindultak a nemek közti egyenlőség megteremtéséért. A számos, már eddig is megtett lépésen túl, a magyar háztartásokban élők 84%-a nyitott arra, hogy akár már holnaptól változtassanak az otthoni felelősség megosztásában.

„Hasonló számban, 80%-uk hosszú távon is így cselekedne, így, ami holnap az ágyneműcsere vagy a főzés közös felelőssége, az több év múltán már a munkahelyen és a társadalomban is érezhető nemi egyenjogúságot és boldogabb életet jelenthet” - zárta gondolatait Magyar Andrea.

Fifty-Fifty Game – Az otthoni egyenlőség játéka

Reagálva a nemek közti egyenlőség aktuális problémájára, valamint a járványhelyzet miatti fokozott otthonlétre, az IKEA szeretne elindítani egy párbeszédet az egy háztartásban vagy párkapcsolatban élők között, ezért megalkotta a „Fifty-Fifty Game” virtuális kártyajátékot.

Az IKEA Magyarország [Instagram oldalán](#) folyamatosan megjelenő kártyák segíthetnek a pároknak eligazodni egymás szokásainak megismerésben, valamint rávezetni őket arra, miként tudják az otthoni feladatok felelősségét jobban megosztani egymás között.

A kutatásról

A felmérés online lekérdezéssel készült Magyarországon, Szlovákiában és Csehországban 2021. januárjában, a Simply5 piackutató cég által. Az 1008 fős válaszadói minta a 20-60 év közötti magyar, párkapcsolatban, vagy egy háztartásban élők alapsokaságát reprezentálja, nem, kor, végzettség, régió és település szerint.



Az IKEA-ról

Az IKEA formatervezett, praktikus, megfizethető és kiváló minőségű lakberendezési termékek széles választékát kínálja, amelyeket az emberekre és a környezetre odafigyelve gyárt. Az IKEA márkanév alatt több vállalat működik, több tulajdonossal, akik mind osztoznak a közös küldetésben: szebb hétköznapokat teremteni az emberek többsége számára. Az IKEA-t 1943-ban alapították Svédországban. A Range & Supply üzletágon belül az IKEA of Sweden AB feladata a mindennapos igények kiszolgálása az emberek többsége számára lakberendezési megoldások fejlesztése, tervezése és gyártása révén.

Az Inter IKEA Csoportról

Az Inter IKEA Csoport fő tevékenysége a franchise, a kínálat, az ellátás és az ipar. Az Inter IKEA Systems B.V. az IKEA Concept és a világszerte franchise-ként működő vállalatok tulajdonosa, aki az egyes IKEA vállalatok választékfejlesztésével, -ellátásával és kommunikációjával kapcsolatos útmutatást határozza meg. Ezeket a feladatokat az IKEA of Sweden AB, az IKEA Supply AG, az IKEA Food Services AB és az IKEA Communications AB végzi.

Az Ingka Csoportról

Az Ingka Csoport (INGKA Holding B.V. és az általa irányított gazdálkodó egységek) egyike azon 11 különböző vállalatcsoportnak, amely IKEA értékesítési csatornákkal rendelkezik, ezeket az Inter IKEA Systems B.V. franchise-megállapodások alapján működteti, 160 000 munkatársat foglalkoztat, és a 2019-as pénzügyi évben 5 százalékos forgalomnövekedésről számolt be. Az Ingka Csoport három üzletággal rendelkezik: IKEA Retail, Ingka Investments és Ingka Centres.

A világ legnagyobb lakberendezési vállalata 385 IKEA áruházat működtet 30 piacon, ezek közül hármat Magyarországon. Az IKEA áruházak a 2019-as pénzügyi évben 839 millió látogatót fogadtak, közülük 6,7 millió látogató tért be a magyar áruházakba, az IKEA.com weboldalaira pedig 2,6 milliárdan látogattak el. Az Ingka Csoport az IKEA koncepciója jegyében folytatja működését, ennek megfelelően szebb hétköznapokat igyekszik teremteni az emberek többsége számára, továbbá jól megtervezett, funkcionális lakberendezési termékek széles választékát kínálja olyan alacsony áron, hogy azok minél több ember számára elérhetőek legyenek.

További információ:

Kiss Enikő

kommunikációs koordinátor, IKEA Magyarország

Tel.: +36 30 955 6343

E-mail: eniko.kiss@ingka.ikea.com

Juhász Fanni

senior ügyfélkapcsolati menedzser

Tel.: +36 30 526 6620

E-mail: juhasz.fanni@fhcafe.hu