

**BOSCH**

## Sajtóközlemény

Forrás:

[https://www.boschmediaservice.hu/sajtokozlemeney/bosch\\_boschxrichterinnovatorok\\_konferencia\\_2024-419.html](https://www.boschmediaservice.hu/sajtokozlemeney/bosch_boschxrichterinnovatorok_konferencia_2024-419.html)

2024.09.25.

ID: 419

## „Új játékszabályokat akarunk!” - a Z generáció elvárásait kutatta a Bosch és a Richter

- A Z generáció szemszögéből járta körül a jövő és az innováció kérdéskörét idei közös közvélemény-kutatásában a magyarországi Bosch csoport és a Richter Gedeon Nyrt. A friss kutatási eredményeket a Bosch×Richter Innovátorok Napján mutatták be 2024. szeptember 25-én a Bosch Budapest Innovációs Kampuszon
- A Z generáció a világ legfontosabb problémáinak a fogyasztói társadalom kihívásait, a klímaválságot és a kifogyóban lévő természeti erőforrásokat tartja, és a saját életmódján is kész változtatni, ha a környezetvédelemről és a fenntartható jövőről van szó
- A fiatalok mindenekelőtt a fenntarthatóság elősegítését várják el az innovatív vállalatoktól, és azt, hogy kiemelt figyelmet fordítsanak a szociális innovációra is
- Ha a Z generációt kérdezzük a vízióikról, a gyógyításban és a közlekedésben számítanak a legnagyobb előrelépésre a gyakorlati innovációk terén
- A felsőoktatástól tehetséggondozást, nemzetközi projektekben való részvételt és valós vállalati környezetben végezhető szakmai gyakorlatot várnak
- A fiatalok számára fontos, hogy az innovációs folyamatokon keresztül magyarországi vállalatok és magyar szakemberek is részt vegyenek a világ fejlődésében. A Boscht és a Richtert is olyan vállalatoknak tartják, amelyek innovációs ereje nemzetközi viszonylatban is meghatározó

Budapest – A Z generáció, vagyis az 1997 és 2012 között születettek számára ma már az innováció sokkal többet jelent a technológiai fejlődésnél. Milyen változásokat hozhat a fiatalok új szemlélete a gazdaságban, a felsőoktatásban, a munkahelyeken, a közlekedésben vagy a gyógyításban? A jövő és az innováció

Robert Bosch Kft.  
1103 Budapest,  
Gyömrői út 104.  
[www.bosch.hu](http://www.bosch.hu)

Sajtó információ:  
Varga Zita Hella  
PR menedzser  
Bosch csoport

E-mail: [zitahella.varga@hu.bosch.com](mailto:zitahella.varga@hu.bosch.com)  
Tel.: +36 70 667 6374  
[www.boschmediaservice.hu](http://www.boschmediaservice.hu)

kérdéskörét ezúttal a Z generáció szemszögéből járta körül közös közvélemény-kutatásban hazánk két meghatározó innovatív nagyvállalata, a magyarországi Bosch csoport és a Richter Gedeon Nyrt. A friss kutatási eredményeket a Bosch×Richter Innovátorok Napján mutatták be 2024. szeptember 25-én a Bosch Budapest Innovációs Kampuszon.

### **Újraterveznék a fogyasztói társadalmat**

Egyre gyakrabban halljuk az innovatív jelzőt a mindennapokban olyan cégekről és termékekről, amelyek korszerűek, újak és előre viszik a világot. Amellett, hogy a Z generáció közel négyötöde (78%) érti a kifejezést, a kutatás részletesen vizsgálta, mit várnak el a fiatalok a technológiai vezető, innovatív vállalatoktól.

Mivel a Z generáció tagjai ma a világ előtt álló legfontosabb problémaként a fogyasztói társadalomból fakadó kihívásokat (45%), a klímaválságot (44%) illetve a megszűnőben és kifogyóban lévő természeti erőforrásokat (41%) azonosítják, ezért többségük (53%) úgy véli, hogy ezeken a problémákon tudnának a cégek enyhíteni. Sokan (41%) a környezeti értékek megóvását, továbbá (32%) a fenntarthatóság fókuszú innovációk alkalmazását és fejlesztését tartanák kívánatosnak. A fiatal válaszadók több mint kétharmada úgy látja, hogy az innováció elősegítheti (59%) vagy közvetlenül hozzá is járul a környezettudatos, fenntartható életmódhoz (9%).

### **Vállaljunk felelősséget egymásért!**

A cégek felelősségvállalását társadalmi téren is fontosnak tartják a fiatalok, több mint harmaduk (36%) el is várja, hogy a vállalatok kiemelt figyelmet fordítsanak a szociális innovációra, és közel ugyanennyien (33%) gondolják, hogy a gazdasági és társadalmi fejlődéshez is hozzá kell járulniuk, sőt az egyéni fejlődés támogatása is a top prioritások között szerepel (34%).

### **Zöld korszak küszöbén: elektromos járművekre, alternatív energiára váltanak a fiatalok**

A fiatal korosztály számára világos, hogy bár a cégek felelőssége kiemelten fontos, a vállalatok önmagukban nem fogják tudni megoldani a fenntarthatóság kihívásait, ehhez mindenkinek, egyéni szinten is hozzá kell járulni. Éppen ezért a Z generáció a saját életmódján is kész változtatni, ha a környezetvédelemről és a fenntartható jövőről van szó. A válaszadók legnagyobb hányada (39%) azt emelte ki, hogy a jövőben olyan termékeket vásárolna, amelyeknek kicsi az ökológiai lábnyoma. Sokan tervezik (29%), hogy elektromos vagy hibrid hajtáslánccal felszerelt járműveket (rollert, biciklit, autót) fognak használni, de más alternatív energiára, például hidrogénmeghajtásra is áttérnének a jövőben (22%).

A Bosch×Richter kutatásból kiderül, hogy a vállalatokkal szembeni fenntarthatósági elvárások a munkavállalói döntésekben is megjelennek. A Z generációsok több mint negyede (27%) olyan munkahelyen dolgozna, ahol sokat tesznek a környezetvédelemért (ilyenek például a zéró széndioxid-kibocsátású

vállalatok), vagy amelynek példaértékű társadalmi szerepvállalási programja van (23%).

### **Új gyógymódok, önvezető járművek és robotkollégák jöhetnek**

Senki nem tudja megmondani, pontosan milyen irányba fejlődik a világ, de ha a Z generációt kérdezzük a vízióikról, legtöbben a gyógyításban és a közlekedésben számítanak a legnagyobb előrelépésre. A kutatás adatai szerint, 10-20 éves távlatban a mai fiatalok közül legtöbben (47%) azt várják, hogy olyan betegségekre is lesz gyógyszeres kezelés a jövőben, amelyekre korábban nem volt, illetve új gyógymódok megjelenésével is számolnak (44%). Sokan gondolják úgy, hogy a jövőben a mainál jobb közlekedési infrastruktúra áll majd a rendelkezésünkre (44%), és vezető nélküli járműveket sem lesz majd ritkaság látni (31%), munkahelyeinken pedig robotok segítségével lesz hatékonyabb a munkánk (32%).

### **Tanítás helyett a mentorálásé lehet a jövő: személyes tehetséggondozást és valódi kihívásokat várnak a Z-sek**

Természetes, hogy az innováció nem önmagától jön létre, hanem azt az egész oktatási intézményrendszernek és a vállalatoknak is aktívan támogatniuk szükséges. De milyen igényekkel lépnek fel ezen a téren a jellemzően közép- és felsőfokú oktatási intézményekben járó vagy nemrég végzett fiatalok? A Z generációsok szemében a felsőoktatásban az innovatív szemlélet kulcsa leginkább a tehetséggondozás lehet (40%), valamint az, hogy már a főiskolai, egyetemi évek alatt be lehessen kerülni nemzetközi projektekbe (40%) és kutatásokba (36%). Kiemelt fontosságú az is, hogy a szakmai gyakorlatokat valós vállalati környezetben lehessen elvégezni (37%). Ami a vállalati oldalt illeti, a kutatásból kiderül, hogy a Z generáció tagjai számára innovatív munkahelyként azok a cégek a legvonzóbbak, amelyek támogatják az alkotói szabadságot és az ötletek megvalósítását (48%), ahol van lehetőség a szakmai fejlődésre és az előmenetelre (46%), valamint segítik a pályakezdő fiatalok elhelyezkedését (44%).

### **Ilyen a Z generációs munkahely: innováció és emberi kapcsolatok minden szinten**

A Z generáció tagjainak több mint kétharmada (70%) a jövőben kifejezetten szeretne innovatív munkahelyen, innovatív vállalatnál dolgozni. A kutatási eredményekből ugyanakkor kitűnik, hogy minden más szempontonál fontosabbnak tartják a rugalmas munkaszervezést és a home office-t, hogy a munka-magánélet egyensúlya adott legyen (44%). Erre a vállalatok innovatív hozzáállásának és a jövő munkahelyének fontos mércéjeként tekintenek. Sokat jelent a Z generáció számára az is, ha a munkahelyek a legújabb technológiákat alkalmazzák (37%) és modern, esztétikus, ergonomikus fizikai környezetet kínálnak, ami segíti az innovációt és a kreativitást (37%), inspiratív és izgalmas teret adva a kollaborációnak és a kikapcsolódásnak is (30%). Az adatokból jól látszik, hogy a fiatalok munkavállalói szemléletében egyértelműen a személyes és emberi tényezők a legfontosabbak, amelyek még olyan szempontokat is háttérbe

szorítanak, mint a mesterséges intelligencia (24%) vagy robotikai megoldások (14%) alkalmazása a jövő munkahelyein.

### **Milyen az innováció, ha magyar?**

A globális kihívások és a nemzetközi innovációs folyamatok mellett a vizsgálat kitért a hazai vonatkozásokra is. A kutatás rákérdezett, hogy a Z generáció mit gondol, vajon milyen típusú innováció viheti előre Magyarországot? A válaszadók közel fele (46%) szerint ebből a szempontból a legfontosabb, hogy Magyarország is tudja hasznosítani az adott innovációt. A fiatalok mintegy harmada úgy véli, hogy az ország szempontjából az a jó innováció, ami itthon valósul meg (35%) vagy amelyen magyar szakemberek is dolgoznak (32%). Azt viszont, hogy konkrétan magyar feltaláló nevéhez kötődjön egy adott fejlesztés, csak kevesen tekintik meghatározónak (15%).

Az eredményekből jól látszik, hogy a hazai Z generáció szerint a Top 3 terület, ahol Magyarország ma élen jár az innovációban: a szoftveres megoldások, a szoftverfejlesztés (34%), a gyógyszerkutatás (33%) és az autóipar (31%). A megkérdezettek háromnegyede (75%) fontosnak tartja, hogy az innovációs folyamatokon keresztül magyarországi vállalatok és magyar szakemberek is részt vegyenek a világ fejlődésében. A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a hazai Z generáció nagy többsége a magyarországi Bosch csoportot (88%) és a Richter Gedeon Nyrt.-t (89%) is élenjárónak tartja ebben.

### **A kutatás módszertana**

A kutatás terepmunkája 2024 júliusában zajlott, az adatgyűjtés CAWI (online kérdőív) módszerrel történt. A minta nagysága: n=5090, melyből a Z generációsok: n=513 fő. A kutatást a Bosch és a Richter megbízásából a SteiGen Consultancy Kft. bonyolította le, kutatásvezető: Steigervald Krisztián.

## További információ:

Varga Zita Hella

Telefon: +36 70 667-6374

## Háttér információ:

A Bosch termékeivel 1898 óta van jelen Magyarországon. Az 1991-ben újraalapított regionális kereskedelmi kft.-ből mára jelentős cégcsoport lett. Hazánkban a Bosch csoport nyolc önálló vállalat szoros stratégiai együttműködéseként Magyarország egyik legnagyobb külföldi ipari munkaadója. A 2023-as pénzügyi évben 2207 milliárd forint teljes nettó árbevételt ért el, ebből a magyar piacra való csoporton kívüli értékesítésből származó árbevétele 343 milliárd forint volt. A magyarországi Bosch csoport több mint 18 300 munkatársat foglalkoztat (2023. december 31-én). Az egyes gyártó, kereskedelmi és fejlesztési egységekhez tartozó kereskedői és szervizhálózat a teljes országot lefedi.

A Bosch csoport különböző technológiák és szolgáltatások vezető nemzetközi szállítója. Világszerte mintegy 429 000 munkatársat foglalkoztat (2023. december 31-én) és 2023-ban 91,6 milliárd euró árbevételt ért el. A cégcsoport négy üzleti területen végez tevékenységet, ezek a mobilitás, az ipari technika, a fogyasztási cikkek, valamint az energia- és épülettechnika. A vállalat célja, hogy üzleti tevékenysége során technológiáin keresztül olyan trendeket határozzon meg, mint az automatizálás, az elektromosítás, a digitalizáció, a hálózatba kapcsolás és a fenntarthatóságra való összpontosítás. A Bosch régiókon és iparágakon átívelő, széles körű jelenléte tovább erősíti innovációs erejét és stabilitását. A szenzortechnológia, a szoftverek és a szolgáltatások terén szerzett, bizonyított szakértelmének köszönhetően a Bosch komplex megoldásokat kínál ügyfelei számára. Emellett a vállalatcsoport a hálózatba kapcsolás és a mesterséges intelligencia területén szerzett tudását felhasználóbarát, fenntartható termékek fejlesztésére és gyártására is alkalmazza. A Bosch célja, hogy „Életre tervezve” technológiájával hozzájáruljon az emberek életminőségének javításához és a természeti erőforrások megőrzéséhez. A Bosch csoport magában foglalja a Robert Bosch GmbH-t, annak több mint 60 országban működő csaknem 470 leányvállalatával és regionális vállalataival együtt. Értékesítési és szolgáltatási partnereit is beleszámítva a Bosch globális gyártási és értékesítési hálózata a világ szinte minden országát lefedi. A jövőbeli növekedés alapja a vállalat innovatív ereje. A Bosch világszerte 136 telephelyen mintegy 90 000 munkatársat foglalkoztat a kutatás és fejlesztés területén, többek között 48 000 szoftvermérnököt.

További információért látogasson el honlapunkra: [www.bosch.hu](http://www.bosch.hu), [iot.boschblog.hu](http://iot.boschblog.hu), [www.bosch.com](http://www.bosch.com), [www.iot.bosch.com](http://www.iot.bosch.com), [www.bosch-press.com](http://www.bosch-press.com), [www.twitter.com/BoschPresse](https://www.twitter.com/BoschPresse)

## Richter háttéranyag:

A Richter magyarországi központú, innovációra épülő, specializált multinacionális gyógyszercég. A magyar irányítású Richter tevékenysége vertikálisan integrált:

gyógyszergyártással, kutatás-fejlesztéssel, kereskedelemmel, valamint marketinggel foglalkozik. Stratégiája az organikus növekedésre alapoz, célirányos akvizíciós tevékenységgel kiegészítve, elsősorban a nőgyógyászat területén. A cég küldetése, hogy az egészség megőrzését és az életminőség javítását szolgálja, többek között olyan magas hozzáadott értékű, originális és bioszimiláris termékek piacra vitelével, melyeknek a fejlesztésében és előállításában speciális tudása van. A 123 éves múlttal rendelkező Richternek az anyavállalat mellett öt országban működnek termelő leányvállalatai, termékeit saját piachálózatán keresztül a világ csaknem száz országába juttatja el. A Társaság közel 12 ezer főt foglalkoztat, árbevétele 2023-ban meghaladta a 2,1 milliárd eurót. A Richter Csoport tevékenységét hazai és nemzetközi munkatársai elkötelezettségére, évszázados gyártási és kutatási tapasztalatára alapozza, valamint szorosan együttműködik stratégiai partnereivel annak érdekében, hogy innovatív készítményeit elérhetővé tegye világszerte.

A Richter a legnagyobb magyar gyógyszergyártó. A cég öt világrészre kiterjedő értékesítési tevékenységet folytat, valamint több mint ötven országban van közvetlen jelen. A Richter Csoport összesen 64 tagvállalatból áll, melyből 47 vállalat profilja a gyógyszergyártás és -értékesítés, 8 vállalat foglalkozik gyógyszer nagy- és kiskereskedelemmel, 9 vállalat pedig egyéb, szolgáltatói tevékenységgel.

A Társaság gyógyszergyártási árbevételének 93%-a exporttevékenységének eredménye: 2023-ban 1820,2 millió euró. Legnagyobb nemzetközi piacaink: USA, Oroszország, Lengyelország, Németország és Spanyolország.

A Richter az egyik legnagyobb foglalkoztató, hazánkban 5600 főnek ad munkahelyet közvetlenül, a beszállítói körén keresztül pedig további 13000 embernek. Az 1901-ben alapított Richter az egyetlen olyan hazai, a nemzetközi piacokon is meghatározó gyógyszercég, amely külföldi szakmai befektető nélkül, magyar irányítással működik.

Ennek megfelelően a vállalatvezetés a döntéseket a magyar nemzetgazdaság érdekeit szem előtt tartva hozza meg. A Richter Magyarországon folytatja kutatási tevékenységét, itt valósít meg beruházásokat, fizet adót. A külföldi piacokon megtermelt nyereségét is belföldön forgatja vissza, ezzel jelentősen hozzájárulva hazánk versenyképességének növeléséhez. A Richter nemzetgazdasági hozzájárulása 2023-ban több mint 188 milliárd forintot tett ki adók, beruházások, valamint kutatás-fejlesztési ráfordítások formájában.