

Basın Bülteni

26 Ağustos 2016

Naz Şakar
Pazarlama ve İletişim
Tel +902123680700
Faks +902123680799
naz.sakar@gfk.com

Kadınlar evlerinin dekorunu değiştirmek isterken erkekler evin büyüklüğü ile ilgili bir değişiklik istiyor

22 ülkede 15 yaş ve üzeri 25,000+ internet kullanıcısı ile yapılan araştırmanın sonuçlarına göre uluslararası düzeyde kişilerin %39'u evin iç dekorasyonu, %38'i evin genel büyüklüğü ve %35'i de mobilyaları ile ilgili bir değişiklik yapmak istediğini belirtiyor.

Araştırmanın Türkiye ayağında görüşmeler 831 kişi ile online görüşme tekniği kullanılarak yapıldı.

Kadınlar evlerinde en çok iç dekorasyonu (%43) değiştirmek istediklerini belirtiyor. Kadınların evde değişiklik yapmak istediği diğer şeyler ise sırasıyla mobilyalar (%40) ve evin genel büyüklüğü (%39) olarak belirtiliyor.

Erkeklerin evlerinde en çok değişiklik yapmak istediği şey evin büyüklüğü / genişliği (%37) olurken diğer değiştirilmek istenen şeyler ise ev aletleri (%35) ve iç dekorasyon (%35) olarak belirtiliyor.

Uluslararası düzeyde, erkekler (%30) kadınlara (%19) göre evlerindeki eğlence ekipmanlarını anlamlı derecede daha çok değiştirmek veya geliştirmek istediğini belirtiyor.

Ülkeler Karşılaştırması

Evin iç dekorasyonunu değiştirme arzusu en çok Türkiye ve Rusya'da hakim. İki ülkede de online popülasyonun yarısından fazlası değiştirme imkanları olduğunda evlerinin iç dekorasyonunu değiştireceklerini belirtiyorlar. (Türkiye: %56, Rusya: %55)

Evin büyüklüğü ve genişliği konusunda değişiklik yapma arzusu yüksek olan ülkeler sırasıyla Hong Kong (%50), Rusya (%49) ve Arjantin'dir. (%49). Mobilyaları değiştirmek konusunda ise Rusya (%54) ve Türkiye (%49) listenin başında geliyor.

GfK Araştırma Hizmetleri A.Ş.
Cumhuriyet Mh. İncirliçde Cd.
No:4, Kat:1, Bomonti
Şişli 34380, İstanbul
Türkiye

Tel. +902123680700
Fax +902123680799

Ev aletlerini değiştirme arzusu en yüksek ülkelere baktığımızda Rusya (%45) ve Çin (%40) listenin başında geliyor. Bahçe ve verandasını değiştirme veya geliştirme isteği en yüksek olan ülkelerin başında %43 oranla Meksika geliyor. Meksika'yı %38 ile Avustralya takip ediyor.

İNŞANLARIN EVLERİNDE DEĞİŞTİRMEK İSTEDİKLERİ UNSURLAR

Her bir unsur için ilk 5 lke



Kaynak: 22 ülkede 15 yaş ve üzeri 25.000 internet kullanicısıyla gerçekleştirilen GfK araştırması - gkli cevap - sayılar yuvarlanmıştır.

© GfK 2016

İnfografiği daha büyük ölçekli görmek için:

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/TR/Home-Improvement_Country-Top5_Web_RGB_GfK-Infographic.jpg

Türkiye ile İlgili Bulgular

Türkiye'deki online popülasyonun %56'sı evlerinin i dekorasyonu, %49'u mobilyaları, %45'i ise evlerinin genel büyüklüğünü ile ilgili bir değişiklik yapmak istediğini belirtiyor. Araştırmaya katılanların yalnızca %6'sı aşağıda gösterilen seçeneklerden hiç birini değiştirmek istemediğini belirtiyor.



Cinsiyet farklılıklarına bakacak olursak, kadınlar (%62) erkeklere (%52) oranla evlerinin i dekorasyonunu daha çok değiştirme arzusuna sahipler. Evde değiştirilmesi veya geliştirilmesi istenenler listesinde kadınlar için ikinci sırada mobilyalarını değiştirmek gelirken (%59), erkekler için evin genel büyüklüğü (%44) geliyor.

Yaş grupları kırılımında incelediğinde, 60 ve üstü yaş grubu dışında tüm yaş grupları için evlerinde en çok değiştirilmek istenen yönler sırasıyla evin dekorasyonu, mobilyaları ve evin büyüklüğü oldu. Araştırma bulgularına göre, 15-19 (%34) ve 20-29 (%37) yaş grubundakilerin evdeki eğlence ekipmanlarının değiştirilmesini diğer yaş gruplarına göre daha çok istediği görülüyor.

Araştırma Hakkında

Araştırma kapsamında GfK, Haziran 2015'te 22 ülkede, 15 yaş ve üzeri 27.000 kişi ile online olarak görüşmüştür. Türkiye'de yapılan görüşmeler 831 kişi ile online olarak gerçekleştirilmiştir. Veriler her pazardaki 15 yaş ve üstü online nüfusun demografik bileşimini yansıtacak şekilde ağırlıklandırılmıştır. Araştırmaya Arjantin, Avustralya, Belçika, Brezilya, Kanada, Çin, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, Hong Kong, İtalya, Japonya, Meksika, Hollanda, Polonya, Rusya, Güney Kore, İspanya, İsveç, Türkiye, İngiltere ve Amerika dahil edilmiştir.

GfK

GfK, müşterilerinin daha akıllı kararlar almalarını sağlayan pazar ve tüketici bilgileri alanında güvenilir bir kaynaktır. 13,000'i aşkın pazar araştırma uzmanı, işlerine duydukları tutkuyu, GfK'nın veri bilimi alanında uzun yıllara dayanan deneyimiyle birleştirmektedir. Böylelikle GfK, 100'ün üzerinde ülkeden topladığı yerel pazar bilgileri ile eşleştğinde son derece önemli sonuçlar veren küresel iç görüler sunabilmektedir. Kullandığı yenilikçi teknolojiler ve veri bilimi sayesinde GfK, büyük verileri akıllı verilere dönüştürerek, müşterilerinin daha rekabetçi olmasına ve tüketici deneyimi ve seçeneklerini zenginleştirmesine olanak tanımaktadır.

www.gfk.com/tr , <https://twitter.com/gfkturkiye>