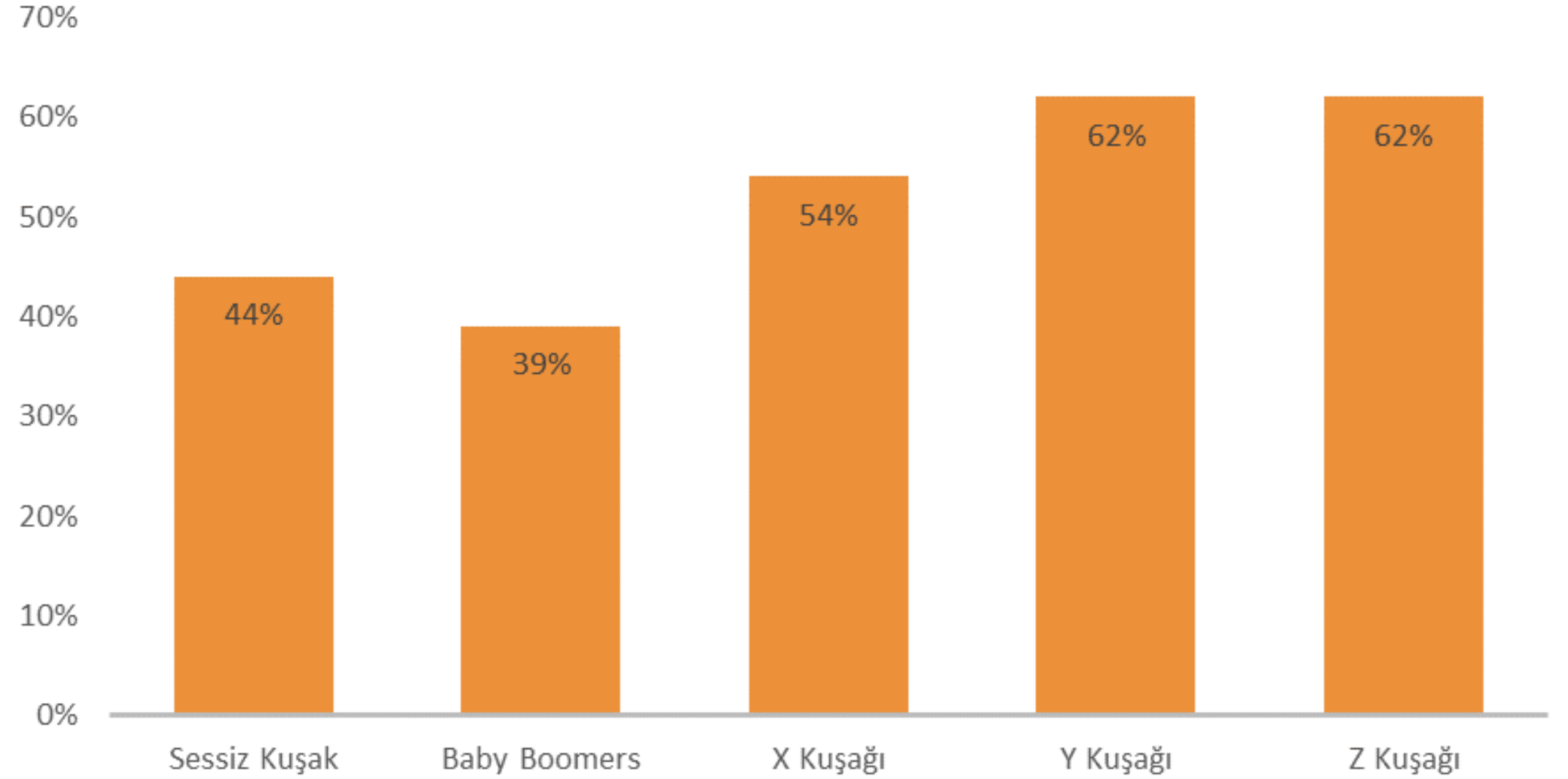


Z KUŞAĞI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR SATIN ALMA TERCİHLERİ

Yeni neslin tüketim alışkanlıklarını şirketlerin sürdürülebilirlik çalışmaları etkiliyor

Sürdürülebilir Marka Tercihi



Sessiz Kuşak (1928-1945)

Baby Boomers (1946-1964)

X Kuşağı (1965-1979)

Y Kuşağı (1980-1994)

Z Kuşağı (1995-2012)

Ankete katılan Z ve Y kuşağı katılımcıların %62'si ve X kuşağı katılımcıların %54'ü sürdürülebilir markalardan alışveriş yapmayı tercih ediyor.

Sessiz Kuşak (1928-1945)

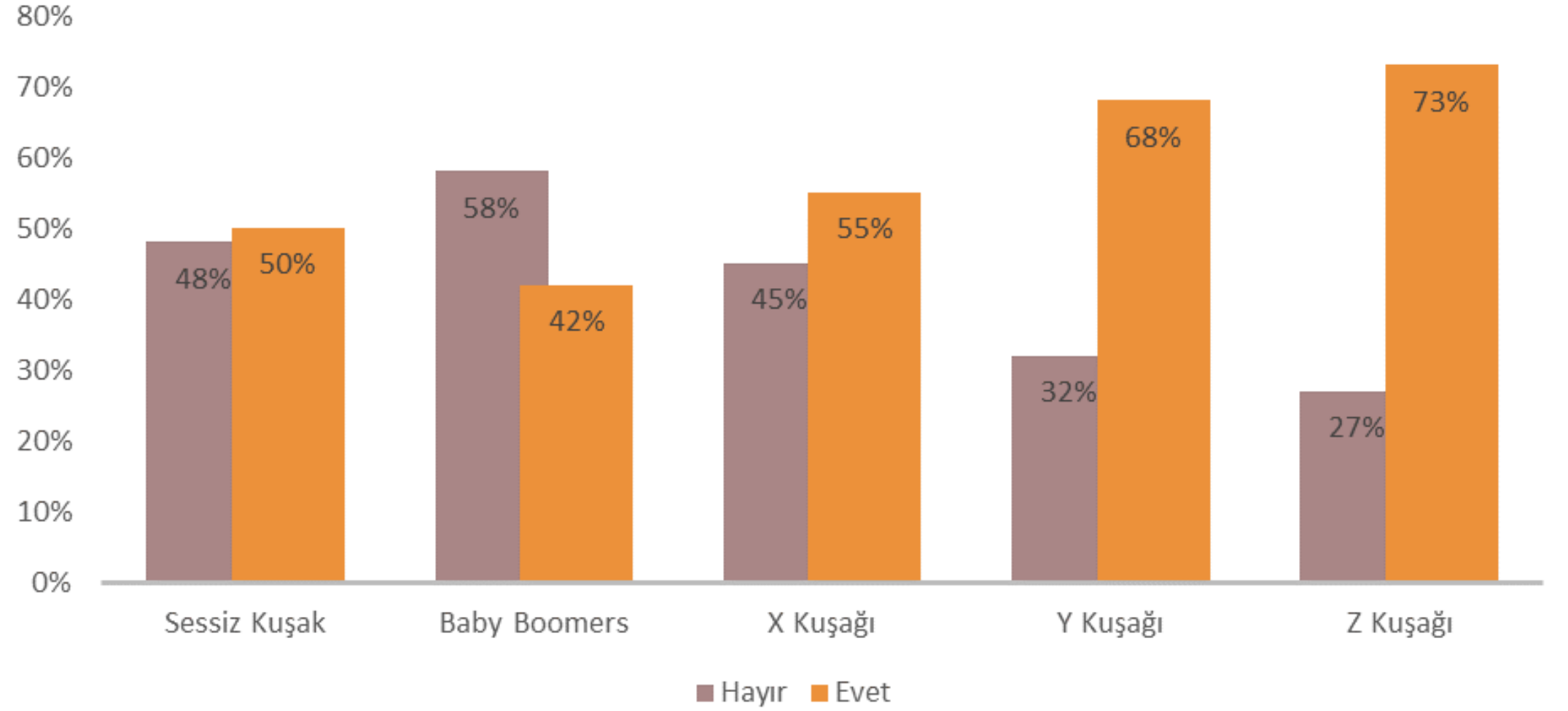
Baby Boomers (1946-1964)

X Kuşağı (1965-1979)

Y Kuşağı (1980-1994)

Z Kuşağı (1995-2012)

Sürdürülebilir Ürünlere Daha Fazla Para Ödemeyi Kabul Ediyor Musunuz?



Z kuşağı katılımcıların %73'ü, Y kuşağının ise %68'i sürdürülebilir üretilen ürünlere daha fazla para ödemeyi kabul ediyor.

TAKİP EDİN

[SUSTAINABLE FUTURE BLOG](#)

[INSTAGRAM](#)

[LINKEDIN](#)

Sustainable
Future 

