



28 lipca 2020

Nawyki Polaków w trasie a długa podróż autem elektrycznym: przedstawiamy wyniki badań

- dla zdecydowanej większości ankietowanych Polaków w badaniu InsightOut Lab i marki Volkswagen, bezpieczeństwo w trasie jest ważniejsze od czasu przejazdu
- co trzeci badany (32%) na trasie liczącej 500 km odpoczywałby maksymalnie przez 30 minut, największa grupa (45%) na przerwy poświęciłaby od 30 do 60 minut
- na stacji szybkiego ładowania o mocy 100 kW potrzeba 30 minut, aby zasięg Volkswagena ID.3 zwiększyć o 290 km

Ile czasu Polacy poświęcają na „doładowywanie baterii” podczas podróży? I czy ten czas wystarczyłby, aby naładować akumulator również w samochodzie elektrycznym? Odpowiedzi na te pytania przynosi najnowszy raport opracowany przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen.



Volkswagen ID.3

Dla zdecydowanej większości ankietowanych Polaków w badaniu InsightOut Lab i marki Volkswagen, bezpieczeństwo w trasie jest ważniejsze od czasu dojazdu do celu. Warto jednak pamiętać, że są to deklaracje. By je zweryfikować, skonfrontowano je z pytaniami dotyczącymi przerw podczas długich podróży. Jak dużo czasu kierowcy przeznaczają na odpoczynek w trasie? I czy bez zmiany obecnych nawyków mogliby wyruszyć w długą podróż samochodem elektrycznym?

Bezpieczeństwo przed czasem

Dla 84% przebadanych polskich respondentów bezpieczeństwo w czasie podróży jest ważniejsze niż czas przejazdu. Dla 16% jest odwrotnie – krótszy czas przejazdu jest priorytetem. Różnica jest diametralna, ale nie we wszystkich grupach badanych taka sama.

Kobiety częściej niż mężczyźni stawiają bezpieczeństwo na pierwszym miejscu (89% do 78%). Wyraźne różnice widać też w poszczególnych grupach wiekowych. Trzech na czterech ankietowanych (76%) w wieku 18-24 lata bezpieczeństwo stawia przed czasem dojazdu. To wyraźnie niższy wynik niż w przypadku badanych w wieku 55 lat i więcej. Tam odsetek ten wynosi 90%.

Podejście do kwestii bezpieczeństwa w trasie wyraźnie uzależnione jest od częstości prowadzenia samochodu. Dla 82% kierowców jeżdżących codziennie lub prawie codziennie, w czasie długich podróży to bezpieczeństwo jest najważniejsze. W grupie osób deklarujących, że jeżdżą samochodem raz w miesiącu, odsetek ten wynosi 72%.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl





Informacja prasowa

Odpoczynek podczas podróży

Z badania wynika też, że niespełna co dziesiąty ankietowany (8%) przyznaje, że nie dba o to, by podczas przejazdu na długich trasach być wypoczętym i robić przerwy w podróży w przypadku zmęczenia. Jednak zdecydowana większość (76%) przykłada do tego wagę (pozostali badani nie mieli okazji podróżować jako kierowca na długim dystansie). To bardzo ważne, bo badania, które przytacza policja, wykazują, że zmęczenie powoduje podobne reakcje organizmu jak spożycie alkoholu – obniża koncentrację i spowalnia refleks. Z tego względu istotny jest nie tylko fakt zrobienia przerwy, ale również jej długość.

InsightOut Lab zapytało Polaków, jak wiele czasu poświęcają na przerwy podczas 500-kilometrowej podróży. To mniej więcej odległość, którą należy pokonać na trasie z Warszawy do Szczecina. Ankietowani zostali poproszeni o wliczenie do przerw czasu potrzebnego na tankowanie, spożywanie posiłków czy skorzystanie z toalety. Co trzeci badany (32%) odpoczywałby maksymalnie przez 30 minut. Największa grupa (45%) na przerwy poświęciłaby od 30 do 60 minut. Odpoczynek trwający od godziny do dwóch deklaruje 18% badanych, a dłuższy – 5%.

Przerwa na doładowanie baterii

Co jeśli omawiany dystans 500 km przyszłoby pokonać samochodem elektrycznym? Z badania przeprowadzonego w marcu przez InsightOut Lab oraz Volkswagena wynika, że trzech na czterech badanych Polaków (73%) zdecydowałoby się na dłuższą podróż samochodem elektrycznym, zakładając, że miałoby dostęp do punktów szybkiego ładowania (w Polsce jest ich dziś 1194*), a zasięg auta wynosiłby 200 km (<https://insightoutlab.com/opinie-kontra-twarde-dane-cz-ii-samochody-elektryczne-laduja-sie-bardzo-dlugo/>). Warto wspomnieć, że np. Volkswagen ID.3, dysponuje realnym zasięgiem wynoszącym do 550 kilometrów w wersji z największym akumulatorem. Ale czy naprawdę przejechanie omawianego dystansu musiałoby zająć znacznie więcej czasu niż w przypadku samochodu z silnikiem spalinowym?

30 minut potrzeba, by zwiększyć zasięg wspomnianego Volkswagena ID.3 o 290 km na stacji szybkiego ładowania o mocy 100 kW. Dostępność takich stacji w Polsce jest póki co nieduża, dlatego wydłużmy ten czas dwukrotnie – do 60 minut. Już dziś co czwarty ankietowany (23%) z badania InsightOut Lab deklaruje, że na 500-kilometrowym odcinku odpoczywa minimum przez godzinę. To skumulowany czas wszystkich przerw – i tych długich związanych ze spożywaniem posiłku, i tych krótszych. Jednak nawet 45-minutowy postój połączony z posiłkiem wystarczy, by znacznie zwiększyć zasięg samochodu.

Jak zatem łatwo obliczyć, dla tej grupy przejechanie omawianej trasy samochodem elektrycznym nie wiązałoby się z żadnymi wyrzeczeniami. W przypadku 45% ankietowanych, którzy deklarują postoje trwające od 30 do 60 minut, droga czasowo wydłużyłaby się tylko nieznacznie.

Nota metodologiczna

Badanie przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1101 osób.



Kwoty dobrane według reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Termin realizacji: 3-8 kwietnia 2020 r. Metoda: CAWI.

**dane PSPA na 23.VII.2020 r.*

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2019 roku Volkswagen wyprodukował około 6,28 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 195.878 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 10.000 punktów dealerskich, w których pracuje 86.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
