



21 października 2020

Wyniki badań: czy Polacy czekają na elektryczne SUV-y?

- Nowe badanie przeprowadzone wśród polskich respondentów miało na celu sprawdzenie, czy wprowadzanie na rynek elektrycznych SUV-ów może wpłynąć na zwiększenie sprzedaży samochodów zasilanych energią elektryczną
- 52% badanych twierdzi, że poszerzenie oferty samochodów elektrycznych o elektryczne SUV-y mogłoby zwiększyć popularność samochodów elektrycznych w Polsce

Z danych Jato Dynamics wynika, że w pierwszej połowie 2019 roku udział SUV-ów w sprzedaży nowych samochodów na świecie wyniósł 34,3%. Na drugim miejscu pod względem popularności – z wynikiem 14,7% – znalazły się samochody kompaktowe. Fakt, że pod hasłem „SUV” kryją się auta różnej wielkości nie umniejsza ich rynkowego sukcesu. Trend ten doskonale rozumieją producenci samochodów – najwięksi oferują SUV-y w wielu segmentach.

Elektryczne SUV-y

Czy wprowadzanie na rynek elektrycznych SUV-ów może wpłynąć na zwiększenie sprzedaży samochodów zasilanych energią elektryczną? Na razie ich oferta jest ograniczona, co powoli zaczyna się zmieniać. Producenci rozumieją, że w gamie samochodów elektrycznych muszą mieć SUV-y. Dlaczego? Na to pytanie częściowo odpowiada najnowsze badanie przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen.

Zdaniem ankietowanych osób SUV-y pod wieloma względami przewyższają innego rodzaju samochody osobowe. W pytaniu „Jakie są Twoim zdaniem największe przewagi samochodów typu SUV nad innymi typami samochodów?” 35% badanych wskazuje na większy komfort jazdy, 31% na większe bezpieczeństwo, 29% na przestronne wnętrza oraz lepszą widoczność i pozycję za kierownicą, a co piąty (21%) na uniwersalność. Tylko co dziesiąty ankietowany (9%) nie dostrzega przewag SUV-ów nad innymi samochodami.

Czy zatem poszerzenie oferty samochodów elektrycznych o elektryczne SUV-y mogłoby zwiększyć popularność samochodów elektrycznych w Polsce? 38% respondentów badania twierdzi, że raczej tak, a 14% – zdecydowanie tak, co daje skumulowany wynik odpowiedzi pozytywnych na poziomie 52%. 21% ankietowanych osób jest przeciwnego zdania (6% – „zdecydowanie nie”; 15% – „raczej nie”), a pozostali (27%) zaznaczyli odpowiedź „trudno powiedzieć”.

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



Więcej informacji:

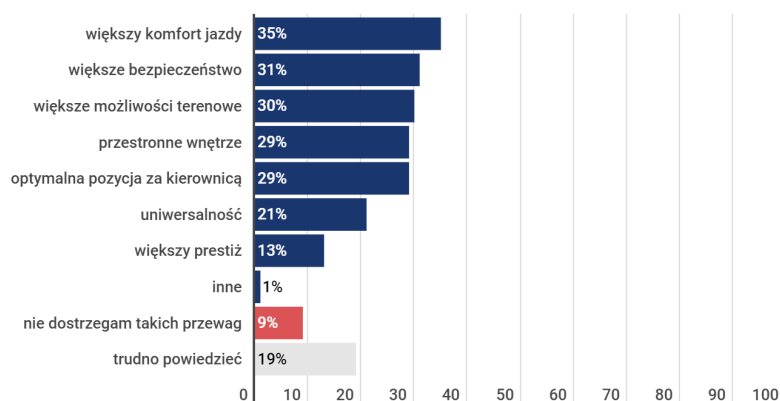
www.vw-press.pl





Informacja prasowa

Największe przewagi SUV-ów nad pozostałymi samochodami



Badanie InsightOut Lab oraz Volkswagena przeprowadzono na panelu Ariadna metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1069 osób w dniach 9-12 października 2020 r. Kwoty dobrano według reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania.

Share

Made with infogram

Samochody miejskie kontra SUV-y

Z badania wynika również, że przy wyborze auta elektrycznego, to nie SUV-y są pierwszym wyborem, mimo ich przewag. Na pytanie „Jakiego rodzaju samochody elektryczne najbardziej cię przekonują i zachęcają do zakupu?” 40% badanych odpowiedziało, że są to małe samochody miejskie. SUV-y i crossovery wskazało 27% badanych (nieduży SUV lub crossover – 15%; średni lub duży SUV – 12%), a dla 23% najbardziej przekonujące okazują się średniej wielkości samochody kompaktowe. Kolejność wygląda inaczej, jeśli weźmie się pod uwagę zamiary tych ankietowanych, którzy planują zakup samochodu na prąd.

Rozważanie zakupu samochodu elektrycznego w najnowszym badaniu deklaruje co piąty ankietowany (21%). Wśród nich największą grupę (36%) stanowią ci, którzy rozważają zakup SUV-a (20% – nieduży SUV lub crossover, 16% – średni lub duży SUV). Zakup elektrycznego auta miejskiego rozważa 32%, a co czwarta osoba z tej grupy (25%) pod uwagę bierze średniej wielkości samochód kompaktowy. Pozostali rozważają zakup elektrycznej limuzyny (6%) lub innego typu pojazdu (1%).

Wynik osiągnięty przez SUV-y pokrywa się z danymi IBRM Samar, dotyczącymi sprzedaży nowych aut w Polsce w pierwszych dwóch miesiącach tego roku, kiedy pandemia nie miała jeszcze wpływu na zachowania konsumenckie. Wynika z nich, że 40% wszystkich nowych samochodów wyjeżdżających z polskich salonów stanowiły właśnie SUV-y. Wygląda na to, że w przyszłości, gdy oferta samochodów elektrycznych będzie rozszerzona o modele ze wszystkich segmentów, upodobania Polaków względem aut na prąd będą zbliżone do obecnie panujących względem samochodów spalinowych – SUV-y będą jednym z najistotniejszych elementów oferty.

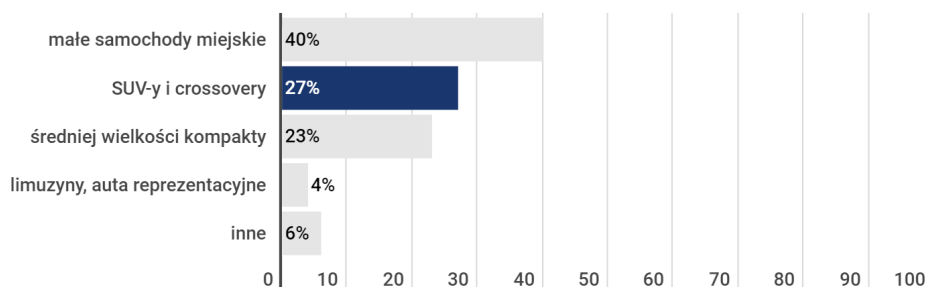
Krótko po debiucie na polskich drogach elektrycznego kompaktowego ID.3, Volkswagen przedstawił również ofertę ID.4 – pierwszego elektrycznego SUV-a.



Informacja prasowa

Samochód ten będzie produkowany i sprzedawany w Chinach, USA i w Europie. ID.4 ma strategiczne znaczenie dla ofensywy Volkswagena w dziedzinie elektromobilności.

Jakiego rodzaju samochody elektryczne najbardziej przekonują Polaków?



21%

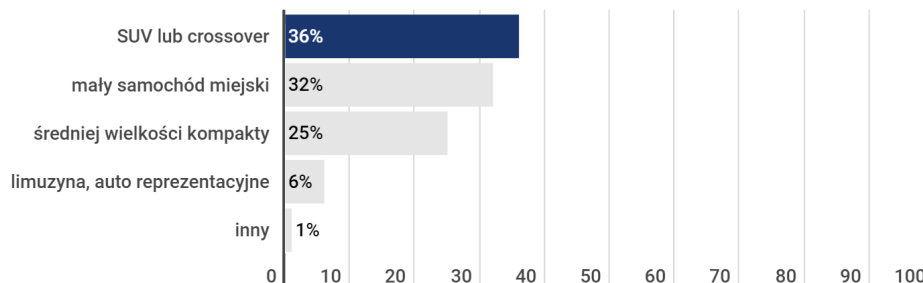
rozważa zakup samochodu elektrycznego



52%

uważa, że poszerzenie oferty samochodów elektrycznych o elektryczne SUV-y może zwiększyć popularność aut na prąd w Polsce

Zakup jakiego samochodu elektrycznego rozważają?



Badanie InsightOut Lab oraz Volkswagena przeprowadzono na panelu Ariadna metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1069 osób w dniach 9-12 października 2020 r. Kwoty dobrano według reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania.

Share

Made with

infogram

Nota metodologiczna

Badanie InsightOut Lab oraz Volkswagena przeprowadzono na panelu Ariadna metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1069 osób w dniach 9-12 października 2020 r. Kwoty dobrano według reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania.



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.
