



4 listopada 2020

Elektryczny „kompakt” czy SUV? – rozmowa o preferencjach Polaków w podcaście „Elektrycznie tematyczni”

- co drugi ankietowany w badaniu InsightOut Lab i marki Volkswagen jest zdania, że poszerzenie oferty aut elektrycznych o SUV-y na prąd może zwiększyć popularność pojazdów elektrycznych w Polsce
- z tego samego badania wynika, że 36% Polaków, którzy rozważają zakup samochodu elektrycznego, myśli o zakupie elektrycznego SUV-a
- w pierwszej połowie 2019 roku udział SUV-ów w sprzedaży nowych samochodów na świecie wyniósł 34,3%

Gośćmi specjalnymi kolejnego odcinka podcastu „Elektrycznie Tematyczni” są Wojciech Drzewiecki – prezes Instytutu Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR – oraz Jan Wiśniewski z Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA). Prowadzący rozmawiają z nimi o elektrycznych SUV-ach i o ich wpływie na popularność samochodów na prąd w Polsce. Czym różnią się SUV-y od crossoverów? Czy zainteresowanie elektrycznymi SUV-ami będzie w najbliższym czasie rosnąć? Jakiego zdaniem Polaków, największe przewagi samochodów typu SUV nad autami innych segmentów? Odpowiedzi na te oraz inne pytania znaleźć można w najnowszym odcinku podcastu.



Pierwszy elektryczny SUV Volkswagena – ID.4

Pod koniec września 2020 r. po polskich drogach jeździło 14.788 elektrycznych samochodów osobowych. 55% z nich stanowiły auta elektryczne (8.169 egzemplarzy), a pozostałą część pojazdy hybrydowe typu plug-in (6.619 sztuk). 52 procent ankietowanych w badaniu InsightOut Lab i marki Volkswagen uważa, że poszerzenie oferty aut elektrycznych o SUV-y na prąd może zwiększyć popularność samochodów

elektrycznych w Polsce (38% respondentów twierdzi, że raczej tak, a 14% – że zdecydowanie tak).

Z badania wynika również, że SUV-y kojarzą się respondentom jako pojazdy pod wieloma względami przewyższające samochody innych klas. 35% badanych uważa je za bardziej komfortowe, 31% – za bezpieczniejsze, 29% – za bardziej przestronne oraz zapewniające lepszą widoczność i pozycję za kierownicą. Tylko co dziesiąty ankietowany nie dostrzega przewagi SUV-ów nad samochodami innych segmentów.

Zdaniem Jana Wiśniewskiego z Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA) „nie tylko uniwersalność SUV-ów jest większa, ale również ich średni zasięg, który wg procedury WLTP już teraz wynosi 380 km. To sprawia, że te samochody nie są przeznaczone tylko i wyłącznie do jazdy w warunkach miejskich, ale równie dobrze można ich używać do wyjazdu wakacyjnego. Zwłaszcza, że pozwalają na szybkie i

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

bardzo szybkie ładowanie". Pierwszy elektryczny SUV marki Volkswagen – ID.4 – w wersjach ID.4 1ST oraz ID.4 1ST Max jest dostępny z akumulatorem o pojemności 77 kWh, który pozwala na pokonanie do 520 km (wg WLTP).

W obydwu wersjach ID.4 zastosowano niewielki, lekki i bardzo efektywny stale wzbudzony silnik synchroniczny (PSM) o mocy 150 kW (204 KM), którego moment obrotowy o wartości 310 Nm jest dostępny od razu po jej uruchomieniu. Przyspieszenie od zera do 100 km/h zajmuje jedynie 8,5 sekundy. Prędkość maksymalna jest ograniczona do 160 km/h. W 2021 roku do oferty dołączy ID.4 z silnikiem o jeszcze większej mocy i z napędem na cztery koła.

Zarówno najnowszy, jak i pozostałe odcinki podcastu można znaleźć na największych platformach podcastowych: Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Stitcher i YouTube oraz na stronie internetowej:

<https://www.volkswagen.pl/pl/elektromobilnosc/elektrycznie-tematyczni.html>

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.
