



Informacja prasowa

28 marca 2023

Polacy chcą większego zasięgu aut elektrycznych i rozwoju infrastruktury ładowania – wynika z raportu Volkswagena i InsightOut Lab

– jak samochody elektryczne były postrzegane przez Polaków w przeszłości, a jak wygląda to teraz?

– InsightOut Lab na zlecenie Volkswagena powtórnie zadał polskim kierowcom niektóre pytania z ankiet w latach 2020-2022, by przekonać się czy i jak zmieniły się ich wiedza i opinie o różnych sprawach związanych z elektromobilnością

– za jedną z najważniejszych spraw, od których zależy rozwój elektromobilności w Polsce ankietowani uważają rozbudowę infrastruktury ładowania i to zarówno stacji zlokalizowanych przy trasach, jak i w budynkach mieszkalnych

Marka Volkswagen wspólnie z InsightOut Lab od trzech lat prowadzi projekt, którego celem jest edukacja polskich kierowców z zakresie elektromobilności. 28 marca 2023 roku został opublikowany obszerny raport, podsumowujący najważniejsze wnioski z ostatnich dwunastu miesięcy badań. Wynika z niego, że poziom wiedzy ankietowanych na temat aut elektrycznych i kwestii z nimi związanych systematycznie się poprawia. Za jedną z najważniejszych spraw respondenci uważają rozwój infrastruktury ładowania.



Volkswagen systematycznie poszerza sieć stacji ładowania zlokalizowanych u dealerów.

Coraz większe znaczenie przypisujemy prywatnej infrastrukturze ładowania w nieruchomościach. Lepiej orientujemy się także w zasięgach aut na prąd, a nasze oczekiwania wobec liczby kilometrów możliwych do przejechania rosną. Nie oznacza to jednak, że wiedza na temat elektromobilności jest już powszechna.

Elektromobilność w Polsce to obszar, który – choć szybko się rozwija – wciąż jeszcze jest na początku swojej drogi. Razem z marką Volkswagen, zespół InsightOut Lab od trzech lat przygląda się rozwojowi polskiego rynku samochodów w pełni elektrycznych, które w najbliższych latach mają wyprzeć pojazdy z tradycyjnymi silnikami spalinowymi.

„Nasze partnerstwo zaowocowało wieloma publikacjami i dziesiątkami badań. Wszystko po to, by jak najrzetelniej informować, a jeśli trzeba – obalać mity krążące wokół tematu elektromobilności. Efekt to także unikatowa baza kilkudziesięciu badań, która stwarza możliwości porównań i śledzenia trendów” – mówi Mariusz Pleban, CEO InsightOut Lab. W corocznym raporcie znalazło się porównanie, jak auta elektryczne były postrzegane przez Polaków w przeszłości i co zmieniło się w tym względzie w ostatnich latach. W tym celu powtórnie zadano wybrane pytania z lat 2020-2022 i przeanalizowano, czy i jak zmieniły się opinie Polaków o elektromobilności w naszym kraju.

Z niemal połowy (48 procent) w badaniu z 2020 r. do 63 procent w 2023 r. wzrósł odsetek Polaków, którzy zgadzają się z tezą, że jeśli miejsce parkingowe lub garaż są wyposażone punkt ładowania samochodu elektrycznego zwiększa atrakcyjność kupowanej

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

nieruchomości. Ponad dwukrotnie – z 6 w 2020 r. do 13 procent w 2023 r. wzrósł odsetek Polaków, którzy zdają sobie sprawę, że samochody elektryczne dostępne dziś w sprzedaży mogą przejechać na jednym ładowaniu nawet 400-500 km. W 2023 r. dwóch na pięciu ankietowanych oczekiwało od auta elektrycznego co najmniej 400 km zasięgu. Jeszcze w 2020 r. takie wymagania miał co czwarty pytany.

Spśród osób, które deklarują, że kiedykolwiek jeździły autem z napędem elektrycznym jako kierowca, co druga miała okazję prowadzić samochód w pełni elektryczny (wynika to z faktu mylenia pojazdów elektrycznych i hybrydowych). Jest to o 15 punktów procentowych więcej niż w 2020 r., gdy takie doświadczenie miał za sobą co trzeci pytany (35%). Co ciekawe, w najnowszym badaniu zaledwie co siódmy ankietowany (14 procent) potrafił prawidłowo wskazać liczbę zarejestrowanych w Polsce samochodów w pełni elektrycznych (przedział 25-100 tys.). Gdy zadano to samo pytanie w styczniu 2022 roku odpowiedział na nie poprawnie niemal co trzeci pytany kierowca (31 procent).

Jakie jeszcze wnioski płyną z badań przeprowadzonych przez Volkswagena i InsightOut Lab badań w 2022 roku? Ankietowani są zdania, że nowe samochody są drogie, ta opinia dotyczy w tym samym stopniu samochodów elektrycznych i spalinowych. Dlaczego polski kierowca zdecydowałby się na zakup auta z napędem elektrycznym? Przede wszystkim ze względu na wysokie ceny paliw. Niemal połowa (47 procent) ankietowanych chciałaby, by samochody służbowe w ich miejscu pracy były elektryczne.

Badania przeprowadzono na przestrzeni lat 2020-2022 oraz w styczniu 2023 r. metodą CAWI przy wykorzystaniu panelu Ariadna, na ogólnopolskich próbach liczących 1000 osób każda. Kwoty dobrane wg 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 przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
