

Tři čtvrtiny českých řidiček si život bez auta neumí představit, ukázal průzkum

U mladších párů o pořízení vozu rozhodují častěji ženy, u starších naopak

Praha, 20. října 2021 – Jaké jsou české řidičky za volantem? Každá čtvrtá by si za řízení dala jedničku, třetina se však setkala s posměchem, protože za volantem „sedí žena“. Vyplývá to z nejnovějšího průzkumu společnosti Volkswagen Financial Services. Při pořízení auta ženy nejvíce zajímá cena a provozní náklady, chladnými je naopak nechávají jízdní asistenti nebo konkrétní barva karosérie. Zatímco dříve byla hotovost dominantním způsobem financování, dnes už její nadvláda slábne.

České řidičky s pořízením automobilu rozhodně neotálejí. Čtvrtina si svůj první vůz pořídila už před dvacátými narozeninami, ve třiceti letech vlastním autem jezdilo téměř 90 % z nich. Nejvíce na vlastní vůz spěchají v Karlovarském kraji, načas si naopak dávají v Plzeňském kraji a Praze.

Pro celých 77 % řidiček je auto zcela nepostradatelnou součástí jejich každodenního života. Představuje pro ně především pohodlnou možnost, jak s blízkými cestovat za koníčky, vzděláním i zážitky, každé třetí ženě pak vlastní auto dává pocit svobody. Pořízení vozu je však někdy otázkou potřeby, například kvůli absenci veřejné hromadné dopravy, což potvrzuje i 7 % respondentek, které auto označily za nutné zlo.

Jen za hotové? Ne tak docela

Velké rozdíly panují mezi respondentkami v oblasti financování. Přibližně každá pátá žena svůj první vůz získala darem, o něco větší počet pak svůj první vůz pořídily za pomoci finančních společností. Zbytek využil stále nejoblíbenější, ale postupně ustupující nákup za hotové. V případě, že by auto pořizovaly dnes, by ale nemalá část z nich volila jinak.

„Ještě před lety bylo financování automobilu pomocí operativního leasingu spíše raritou, zájem o něj ale nejen v České republice postupně roste. Zatímco svůj první automobil takto financovalo 6 % žen, nyní by tak učinilo více než dvakrát tolik řidiček,“ říká Vratislav Stražil, jednatel společnosti Volkswagen Financial Services, a dodává: „Ilustruje to trend postupného přechodu od potřeby automobilu vlastní k tomu ho užívat. Česká republika tak pomalu dohání západní trendy, kdy se na trzích jako Německo nebo Nizozemsko operativní leasing pomalu stává dominantním finančním produktem.“

Při výběru financování by se zaměřily na produkt nabízející nízkou měsíční splátku (41 %) a nízkou nebo nulovou akontaci (29 %). Pověst Češek jakožto cenově orientovaných zákaznic pak potvrzuje i žebříček nejdůležitějších faktorů rozhodujících o výběru konkrétního vozu, kterému kraluje cena (94 %), provozní náklady (92 %) a spotřeba paliva (90 %). Nejméně řidičkám naopak záleží na barvě (46 %), doplňkové výbavě v podobě jízdních asistentů nebo vyhřívání sedadel (49 %) a širší servisní síti (56 %).

Řidiči vs. řidičky

Polovina dotázaných žen (51 %) hodnotí svoje řidičské schopnosti jako průměrné, každá čtvrtá by pak sama sebe ohodnotila na výbornou. Vůbec nejhůře se vidí řidičky starší 65 let, mezi nimiž najdeme celých 19 %, které o sobě tvrdí, že mají téměř nulové řidičské schopnosti. Třetina žen se kvůli svému pohlaví stala terčem posměchu kvůli jejich řidičským schopnostem, nejčastěji od neznámých lidí.

Výjimkou ale nejsou ani předsudky od rodiny nebo známých, kterým čelila každá pátá.

Zcela vyrovnaná je pak situace v případě finálního rozhodování o tom, jaké auto domácnost pořídí – ve 21 % rodin má poslední slovo partnerka, ve stejném počtu případů muž a ve zbytku domácností jde o společné rozhodnutí. Výrazné jsou rozdíly mezi věkovými kategoriemi – zatímco v domácnostech do 26 let mají daleko častěji poslední slovo ženy (28 % vs 22 %), s rostoucím věkem se poměr obrací ve prospěch mužů (22 % vs. 33 %). Ženy častěji rozhodují o barvě, velikosti kufru nebo počtu sedadel, kdežto jejich partneři ve větší míře volí typ pohonu nebo konkrétní položky výbavy.

Ruce od oleje

Rozpolcené jsou řidičky pro změnu v otázce, kdo má zajišťovat servisní prohlídky. Zatímco tři čtvrtiny si je zařizují samy, ať už v autorizovaných (24 %) nebo neautorizovaných servisech (21 %), u známých (27 %) nebo vlastníma rukama (6 %), zbytek přenechává starosti spojené s výměnou pneumatik, prohlídkou kapalin a pravidelnými prohlídkami na partnerovi nebo známých.

Poznámka k metodice: Výzkum proběhl v létě letošního roku na reprezentativním vzorku 500 českých řidiček. Výzkum proběhl prostřednictvím nástroje Instant Research.

Volkswagen Financial Services je přední finanční společností, specializující se na podporu prodeje dealerské sítě značek Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, Porsche, Ducati, ojetých automobilů všech značek a prémiových značek Bentley a Lamborghini. Nabízí produkty v oblasti úvěru, operativního leasingu, pojištění a dalších služeb mobility soukromým osobám, podnikatelům i firmám, a to jak pro koncernové vozy – tzv. značkové financování –, tak i pro ostatní vozy na trhu. Volkswagen Financial Services je obchodní divizí skupiny Volkswagen AG, která zahrnuje společnosti Volkswagen Financial Services AG spolu s přidruženými společnostmi, Volkswagen Bank GmbH, Porsche Financial Services a finančními společnostmi v USA, Kanadě a Španělsku, které patří přímo nebo nepřímo společnosti Volkswagen AG – s výjimkou finančních služeb značky Scania a Porsche Holding Salzburg. Společnost je zastoupena ve 48 zemích, které disponují portfoliem více než 20,3 milionů smluv a zaměstnávají 16 267 pracovníků. Celková aktiva společnosti jsou ve výši přibližně 207,6 miliardy eur a provozní výsledek činí 2,6 miliardy eur. Od svého vzniku v roce 1992 je společnost jedničkou na českém trhu v financování osobních a užitkových vozů a zaujímá rovněž první místo v operativním leasingu.

www.vwfs.cz | [Facebook](#) | [Twitter](#)

Ogilvy

Milan Kríž

Senior Consultant
+420 602 266 316
milan.kriz@ogilvy.com

Ogilvy

Radim Svačina

Junior Account Manager
+420 604 132 590
radim.svacina@ogilvy.com

Volkswagen Financial Services

Jana Hrušková

vedoucí úseku Produkt a Marketing
+420 224 992 178
hruškova.jana@vwfs.cz