

Děti mění preference rodičů ohledně jejich vozu, ukázal průzkum Volkswagen Financial Services

Praha, 13. ledna 2023 – **Nový přírůstek představuje pro rodiny velkou změnu a ovlivňuje také mnohé z jejich dosavadních preferencí. Některé z nich se týkají výběru vhodného auta i způsobu jeho financování. Po narození potomka se klade větší důraz na bezpečnost, cenu nebo pohodlí a do pozadí ustupuje například značka auta. Rodiče za volantem jsou také více otevření financování vozu prostřednictvím úvěru nebo operativního leasingu. Vyplývá to z unikátního průzkumu společnosti Volkswagen Financial Services, který ukazuje, jak Čechy ovlivní péče o děti v souvislosti s pořízením auta.**

„Je přirozené, že se v jednotlivých životních etapách mění požadavky na auto a na to, jaké vlastnosti by mělo mít. Pravidelnou obměnu vozu umožňují například specializované finanční produkty, jako je úvěr či operativní leasing,“ říká Vratislav Stražil, jednatel společnosti Volkswagen Financial Services. Z nového průzkumu vyplývá, že až 75 % Čechů, kteří vlastní auto, si jej pořídili před narozením svého prvního potomka. Většinou tomu tak je mezi jejich osmnáctým a třicátým rokem života (84 %), což je věk, kdy mnozí o vlastních dětech zatím pouze uvažují. Ve chvíli, kdy partneři usoudí, že je čas založit rodinu, se mění i potřeby a očekávání, které na svůj vůz mají.

Při výběru auta hrála u lidí bez závazku největší roli cena (78 %). A ačkoliv zůstává důležitým kritériem pro polovinu tázaných i v nové životní etapě s dítětem, do popředí se dostává hlavně zájem o bezpečnost (64 %). Preference se mění také u jiných vlastností vozu. Dokud se řidiči nemuseli ohlížet na další členy rodiny, byla důležitým faktorem značka vozu (32 %) a část z nich přikládala váhu při výběru také typu pohonu (29 %). Samotná značka auta přestává být po narození potomka hlavním kritériem a stále zajímá pouze 11 % řidičů. Naopak se do popředí dostává zájem o lepší pohodlí (44 %) své i svých ratolestí a lidé vybírají podle velikosti vozu, počtu sedadel a velikosti zavazadlového prostoru.

S rozrůstající se rodinou často přibývají v domácnosti také auta

Z průzkumu vyplývá, že téměř 40 % respondentů s dětmi vlastní dvě auta. Členů rodiny s postupem času přibývá, děti rostou a oba rodiče jsou brzy zpátky v pracovním nasazení. Auto potřebují na cesty do práce, také aby mohli vozit své děti do školy a na jejich zájmové kroužky, a do toho mohli vyřizovat i nejrůznější další pochůzky. Polovina respondentů vlastních dvě auta se vyjádřila, že na všechny tyto aktivity jim jedno auto nestačilo a právě tato nová životní etapa pro ně byla impulzem poříditi si do domácnosti další vůz. Jedno z aut pak využívají kvůli potřebám svých dětí a druhé spíše na cesty do práce.

Další změna preferencí přichází poté co děti vyletí z hnízda

Jakmile děti vyrostou a stanou se na svých rodičích nezávislé, uvažuje více než 20 % respondentů, že rodinné auto vymění za menší. Pro mnohé z respondentů to zároveň bude i chvíle, kdy bude na čase poříditi nový vůz kvůli stárce a kupujícímu se počtu oprav toho původního. Až 30 % řidičů své auto totiž obměňuje po více než deseti letech provozu.

Průzkum ukazuje, že v souvislosti s tím, jak procházíme různými životními fázemi, se proměňuje i to, co od svého vozu očekáváme. Z toho vyplývá, že je výhodnější a praktičtější měnit vůz častěji, a ne až ve chvíli, kdy je v takovém stavu, že už ho nelze používat. V průzkumu se více než čtvrtina řidičů (30 %) shodla, že ideální je vyměnit vůz za nový po pěti letech. Obměna vozu přitom nemusí být financována pouze z úspor řidiče a 24

% respondentů by si při pořízení nového vozu vzalo úvěr. „Statistice korun na nový vůz nosí v kapse málokdo. Vzhledem k současné finanční nejistotě tak může financování prostřednictvím úvěru nebo operativního leasingu pomoci lépe naplánovat výdaje domácnosti a hotovost si ponechat pro nenadálé situace,“ říká Vratislav Stražil.

Z průzkumu společnosti vyplývá, že smýšlení o různých možnostech financování aut se vyvíjí s ohledem na závazky. Asi 60 % řidičů předtím, než se rozhodlo založit rodinu, hradilo svůj vůz z našetřené hotovosti. S dětmi a souvisejícími novými výdaji se však začali více zajímat také o další možnosti financování a asi 21 % respondentů při pořízení auta zvolilo úvěr. Pro tyto klienty, pro něž je výše splátky a flexibilita splácení klíčová, přišel Volkswagen Financial Services s úvěrem Financování CHYTŘE. „Jsme si vědomi, že řada klientů je nucena více se zamýšlet nad financemi, aby nesahala do svých finančních rezerv. Úvěrový produkt Financování CHYTŘE je vhodný právě pro klienty, kterým nejvíce záleží na nízké výši měsíční splátky,“ dodává Vratislav Stražil. Klientovi nadále zůstává svoboda v tom, jak se svým vozem naloží – zda ho prodá zpět společnosti, jinému zájemci nebo poslední splátku splatí v hotovosti či rozloží do menších splátek.

O průzkumu

Průzkum pro Volkswagen Financial Services připravila agentura Ipsos, světový lídr v oblasti trhu a veřejného mínění, prostřednictvím aplikace Instant Research. Průzkum byl sestaven ve formě otázek s předem danými možnostmi odpovědí, kde bylo v některých případech možné zvolit i více variant. Na otázky odpovídalo 839 Čechů nad 25 let, kteří mají minimálně jedno dítě a jejichž domácnost vlastní minimálně jeden vůz.

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.

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

Ogilvy

Milan Kríž

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

Ogilvy

Anna Lambert

Account Executive
+420 737 221 944
anna.lambert@ogilvy.com

Volkswagen Financial Services

Jana Hrušková

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