

Volkswagen Financial Services si letos připomíná významné výročí 30 let působení na českém trhu.

Vznikl v roce 1992 ještě pod názvem ŠkoFin jako první společnost pro financování automobilů. Zpočátku skromné produktové portfolio v roce 1994 rozšířila v tu dobu přelomová nabídka operativního leasingu, kterou o rok později doplňuje produkt finančního leasingu na ojeté vozy.

Během následujících let se ŠkoFin velmi rychle stává synonymem pro financování vozů. V roce 2015 je pak klientům a partnerům představen nový název společnosti Volkswagen Financial Services, pod kterým ji znají dodnes.

#### Ogilvy

Milan Kříž  
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  
Produkt a Marketing  
+420 224 992 178

VWFS.cz

Facebook

Twitter

# Generace Z přichází na chuť financování automobilů, ukázal průzkum Volkswagen Financial Services

Praha, 3. října 2022 – Kdybyste zítra pořizovali auto, víte, jak by vypadalo? Češi spadající do generace Z mají jasno. Preferují větší a praktičtější vozy, nadále u nich v oblíbenosti dominují vozy na fosilní paliva. Popularita finančních produktů roste na úkor nákupu za hotové, třetina očekává možnost pořídit vůz online. Výsledky přinesl unikátní průzkum společnosti Volkswagen Financial Services mezi Čechy ve věku od 16 do 27 let.

Zatímco svůj první vůz pomocí úvěru nebo operativního leasingu financovalo 9 % dotázaných, svůj další vůz tak plánuje pořídit 18 % z nich. „Odpovídá to trendům ze zahraničí, zejména ze západní Evropy, kde se například operativní leasing pomalu stává dominantním produktem. Právě nejmladší kategorie řidičů jsou hnacím motorem těchto změn, protože je pro ně daleko důležitější věci smysluplně využívat, než nutně vlastnit,“ vysvětluje Vratislav Stražil, jednatel společnosti Volkswagen Financial Services.

## Moje další auto? Kombík na benzín

Naopak co se týče volby preferovaného pohonu patří čeští řidiči z generace Z mezi ty konzervativnější. Fosilní paliva jsou preferovaná téměř dvěma třetinami z nich, z alternativních pohonů by nejčastěji volili hybrid (11 %), elektřinu (8 %) a plyn (3 %).

Z variant karosérií je pak nejvíce lákají vozy kombi (34 %), sedan (28 %) nebo SUV (26 %). Příliš je naopak nepřitahují kabriolety (4 %), pick-upy (4%), velká rodinná vozidla (4 %) nebo tzv. minivozy, které by do zvažovaných typů karosérií zařadila jen tři procenta dotazovaných.

## Osmina generace Z automobil nechce

Automobil nyní nevládní 40 % dotazovaných v kategorii 16 až 27 let. I přesto, že větší část z nich si s rostoucím věkem automobil pořídit plánuje (tři čtvrtiny dotázaných to chtějí stihnout nejpozději do 30 let), najdou se tací (13 %), kteří o pořízení vlastního vozu neuvažují.

Jako nejčastější argumenty úvadějí dobrou dostupnost prostřednictvím MHD (především lidé ve větších městech), jeho ekologické dopady a v neposlední řadě vysoké náklady spojené s pořízením a provozem vozidla: „*Statisíce 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.

## **Za zážitky, práci a svobodou**

Jak se vlastně generace Z k automobilům staví? Zatímco přibližně každý sedmý se identifikuje jako fanoušek automobilů, který si život bez něj nedokáže představit, většina se k věci staví střízlivěji. Vůz vidí jako praktickou součást života (41 %) a jako způsob, jak v budoucnu skloubit čím dál náročnější rodinný a pracovní život (19 %).

Automobil je pro ně klíčový zejména jako dopravní prostředek při cestách do zahraničí (62 %) a do práce (54 %), důležitou roli hraje ale i pohodlí (46 %) a svoboda (41 %), kterou jim vlastní vůz přináší. Jen necelá tři procenta pak automobil vnímají jako statusovou záležitost.

## **(Ne)musí být po jejich**

Průzkum ukázal, že mýtus o zpykané generaci, minimálně co se výběru automobilu týče, neplatí. Třem pětina z nich zcela stačí možnost navolit si alespoň částečně specifika výbavy jako klimatizace nebo vyhřívání sedadel. V kategorii těch, kteří chtějí mít nad výslednou podobou vozu co největší kontrolu, pak jednoznačně převažují muži (67 % vs. 33 %).

I když třetina dotazovaných zůstává věrná osobnímu pořízení vozu, podstatná část (29 %) by ocenila možnost sjednat pořízení vozu alespoň částečně online, čtvrtina z nich dokonce očekává možnost kompletního pořízení přes internet s následným vyzvednutím klíčků u prodejce.

Loajalita ke konkrétní značce vozu nic neříká drtivě většině dotázaných. Jednoho stálého favorita má pouze 16 % respondentů, 70 % se pak při výběru vozu poohlíží po max. pěti značkách, kterým věří. Zbylé řidiče pak daleko více zajímají konkrétní aspekty vozu. „*Loajalita stoupá s věkem. Pokud jsou s jednou značkou mladší kategorie řidičů spokojeni, je pravděpodobné, že jí zůstanou věrni. To stejné pak pozorujeme i u našich klientů – jakmile jednou zkusí financování pomocí úvěru nebo operativního leasingu a odnesou si pozitivní zkušenost, žřidkakdy pak přecházejí zpět na financování prostřednictvím hotovosti,*“ uzavírá Vratislav Stražil.

---

### **O společnosti**

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 koncové vozy – tzv. značkové financování –, tak i pro ostatní vozy na trhu.