

## Průzkum VWFS: Češi mění životní styl, o financování přemýšlejí častěji

**Praha, 5. srpna 2025 - Češi častěji než dříve přemýšlejí o financování na leasing nebo úvěr. Zjistil to nedávný průzkum společnosti Volkswagen Financial Services.**

Podle průzkumu VWFS, kterého se účastnilo na 553 respondentů, je nadále hlavním důvodem, proč si Češi pořizují automobil na úvěr namísto platby v hotovosti, nedostatek finančních prostředků. Tento názor zastává nadpoloviční většina respondentů (52 %). S odstupem následuje potřeba pořídit si auto co nejrychleji a možnost ponechat si finance jako rezervu (obojí 27 %). V případě operativního leasingu, který se sjednává častěji u prodejců automobilů (64 %) než úvěry (37 %), jsou důvody různorodější. Kromě nedostatku financí (36 %) je to možnost mít v ceně údržbu (31 %), výhodnost financování v dnešní době (25 %), sleva z nákupní ceny vozu (24 %) a fakt, že se nemusí starat o prodej vozu nebo řešit pojištění (obojí 23 %). Lidé financující vůz úvěrem si častěji myslí, že by auto měli vlastnit a pokud by mohli, koupili by si ho rovnou za hotovost. Naopak ti, kdo využili leasing, oceňují bonusy, bezstarostný servis a užívání, a často si uvědomují výhody nevlastnění automobilu.

### Leasing jako klíč k flexibilitě

Průzkum VWFS rozdělil zákazníky do čtyř skupin podle socio-ekonomického postavení a touhy vozidlo vlastnit. Zohlednil také motivaci zákazníků k pořízení automobilu. Jako klíčové z průzkumu vyšli lidé, kteří jsou připraveni na pořízení automobilu, ale zároveň se nechtějí úplně vydat z peněz. Jedná se o 30 % lidí dotázaných v průzkumu.

Další důležitou kategorií v rámci financování jsou takzvaní „donucení“ uživatelé. Ti tvoří skupinu 18 % dotázaných. Jde o lidi, kteří nemají dostatečné množství prostředků, ale automobil je pro ně životně důležitý, potřebují ho v podstatě ihned.

Vedle nich je skupina tzv. „fajterů“. Jsou to zákazníci, kteří mají ke svému vozu silnou citovou vazbu. Automobil považují za záležitost image a sebevyjádření. Pečlivě si vybírají značku a technické atributy vozu. Jde o 9 % všech dotázaných. „*U této skupiny vidíme největší motivaci financovat automobil operativním leasingem. Jedná se o zákazníky, kteří vnímají širší výhod operativního leasingu. Pozitivně hodnotí celkovou výhodnost nabídky a bezstarostnost,*“ vysvětluje Vratislav Stražil, jednatel Volkswagen Financial Services.

### Kráter do rozpočtu versus pravidelné splátky

V obecné rovině stále platí, že Češi chtějí auto převážně vlastnit. Dvě třetiny lidí uvedlo, že kdyby mělo dostatek finančních prostředků, je pro ně nákup automobilu za hotové preferovanou variantou. „*Tuto možnost ale mnoho lidí nemá, a proto se v průzkumu ztotožňují s tvrzením, že pravidelné splátky jsou lepší než velká jednorázová investice,*“ konstatuje Vratislav Stražil.

Dalšími důvody, proč zákazníci preferují financování prostřednictvím operativního leasingu, je údržba a přidané služby. Všechny platby v jednotné částce považuje za největší výhodu 31 % respondentů průzkumu. „*Trend „užívej, ale nevlastni“ nabírá na síle, zejména kvůli ekonomické nejistotě a vysokému kilometrovému nájezdu vozů, které rychle ztrácejí hodnotu,*“ dodává k výsledkům průzkumu Vratislav Stražil.

Důležitými hledisky pro zákazníky využívající operativní leasing je také sleva z nákupní ceny vozu (24 %) a odpadající starosti s jeho pozdějším prodejem (23 %). Obecně lze říct, že leasing přesouvá řadu

administrativních starostí na poskytovatele služby. Proto respondenti uváděli jako výhodu, že nemusí řešit pojištění (23 %).

### **Značky Škoda a Volkswagen nejoblíbenější**

Volkswagen Financial Services nabízí operativní leasing, úvěr, nebo další formy financování, jako je kalkulace Master v případě velkých fleetů. V Česku si drží dlouhodobě silnou pozici, s vysokou spontánní znalostí klientů a významným podílem na trhu. Obliba značek Škoda a Volkswagen v České republice je dalším důvodem, proč tomu tak je. Výraznou oblibu těchto dvou značek totiž prokázaly v průzkumu všechny dotázané skupiny. Největší afinitu ke značce Škoda vyjádřili lidé, kteří si nemohou dovolit nakoupit auto za hotové a zároveň potřebují vůz rychle (67 %). Vedle nich mají největší důvěru ke značce Škoda lidé označovaní jako připravení uživatelé (63 %). Tato skupina se chystá na změnu automobilu delší dobu a sleduje především hledisko peněžní efektivity.

Volkswagen Financial Services je přední finanční společností, specializující se na podporu prodeje dealerské sítě značek Volkswagen, Volkswagen Užitkové vozy, Audi, SEAT, CUPRA, 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 26,7 milionů smluv a zaměstnávají 18045 pracovníků. Celková aktiva společnosti jsou ve výši přibližně 282 miliardy eur a provozní výsledek činí 2,6 miliardy eur.

[www.vwfs.cz](http://www.vwfs.cz) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#)

#### **AC&C Public Relations**

##### **Eva Bláhová**

key account manager

+420 736 75 1154

[eva.blahova@accpr.cz](mailto:eva.blahova@accpr.cz)

#### **Volkswagen Financial Services**

##### **Jiří Beran**

vedoucí úseku Značky a Marketing

+420 730 543 255

[beran.jiri@vwfs.cz](mailto:beran.jiri@vwfs.cz)