

ŠKODA KODIAQ

ZAŠTO SUV?



ŠKODA sa sasvim novim modelom Kodiaq stupa u segment velikih SUV vozila. Na redu je razjasniti sljedeće pojedinosti: zašto tržište SUV vozila cvate? I kamo ono ide?

Za vlasnika automobila nije loš znak ako šale o njegovom omiljenom načinu prijevoza odjednom počnu kružiti uokolo. Baš naprotiv – ako jedan trend mobilnosti neočekivano postane središtem šala zabavljača, to samo može značiti da je napokon postao sastavni dio popularne kulture. "Kako možete znati je li vaš SUV prevelik", primjerice, naslov je jedne zabavne web stranice. Savjeti: "Ima vlastito gravitacijsko polje i u svoju orbitu uvlači druge automobile." "Na njegovoj su se stražnjoj klupi otvorila dva napućena kafića." Ili: "Potrebna vam je boca kisika kako biste se popeli

na vozačevo sjedalo." Vrlo je vjerojatno da su oni ljudi koji su osmislili ove gotovo bezazlene doskočice i sami vozači SUV vozila te ideje za njih crpe iz vlastite riznice iskustava. A ta vjerojatnost je, statistički gledano, visoka: od 2000-ih godina ova su vozila, s njihovim visokim karoserijama i offroad gumama, postala sve učestalija pojava u našim gradovima. Popularnost SUV vozila među urbanim stanovništvom u SAD-u doživjela je vrtoglav rast već u 1990-im godinama, a ona su u međuvremenu postala najznačajnijim automobilskim trendom današnjice. Otprilike devet godina nakon lansiranja Octavije Combi Scout na tržište,

sedam godina nakon debija Yetija i dobrih šest mjeseci nakon predstavljanja konceptualnog vozila VisionS, marka ŠKODA upravo je predstavila novi i neočekivani SUV: Kodiaq, koji je ime dobio prema vrsti medvjeda koja živi na otoku nedaleko od obale Aljaske. Ova najava predstavlja izvrsnu priliku kako bismo se pobliže pozabavili fenomenom naziva SUV.

RAST SUV SEGMENTA

Popričajmo najprije o brojkama. Prema ispitivanju koji je provelo poduzeće za istraživanje automobilske tržišta JATO Dynamic, broj registracija novih SUV vozila u Europi dosegao je, i to samo u 2015. godini, brojku od 3,2 milijuna. Taj trend, u usporedbi s 2014. godinom, predstavlja porast od 24 posto i skok na nevjerojatnih 22,5 posto udjela ukupnog automobil-

skog tržišta u Europi. To znači da su SUV vozila po prvi put postala najuspješniji segment, s blagom prednošću pred kompaktnom klasom vozila. Ako u obzir uzmete činjenicu da se broj registracija novih vozila u Europi (prema istom istraživanju) povećao za 9,3 posto između 2014. i 2015. godine, tada se kao još očitiji zaključak nameće sljedeće: SUV vozila trenutačno su pokretač cjelokupne industrije, unatoč tome što predstavljaju kontroverznu pojavu. SUV vozila sada su, u 2016. godini, već odavno utrli vlastiti put u društvenom poimanju. Bilo kao obiteljski automobil, elegantno gradsko vozilo ili simbol neograničenoga osobnog užitka u vožnji. A katkad su sve to u jednome. "U jednu bi se ruku kompaktni SUV mogao nazvati švicarskim nožem među automobilima", kaže Lutz Fügener, profesor

transportnog dizajna na Sveučilištu primijenjenih znanosti u Pforzheimu. "Ljudi koji voze SUV imaju osjećaj da su u stanju učiniti sve, da su spremni za gotovo svaki izazov."

Fügener također smatra da je uzrok za europski entuzijazam prema SUV vozilima proizašao iz raspada Sovjetskog Saveza u ranim 1990-ima – zbog čega je došlo do otvaranja zemalja nekadašnjeg Istočnog bloka kako prema Europi tako i prema SAD-u. "Potražnja za velikim SUV vozilima bila je itekako velika na istočnoeuropskim tržištima u ranim 1990-ima. Za to je bio zaslužan cijeli niz čimbenika: povećana želja za sigurnošću, slaba kvaliteta tamošnjih cesta i generalna predodžba o tome kako biste se kao vozač automobila trebali predstaviti javnosti." I iako bi to bilo puno pogodnije za provođenje analize, karak-



SUV vozila su po prvi put postala najuspješniji segment, s blagom prednošću pred kompaktnom klasom vozila