

PoslovniCarzine

18



40



50



60



18 Poslovna vozila

Ne pustite, da vas povozi prihodnost – pripeljite okrepitve, s katerimi se boste lahko fleksibilno odzivali na izzive današnjega in jutrišnjega dne.

40 Pogovor

»Energetska samooskrba je ena ključnih prioritet v državi,« nam je v intervjuju zaupala direktorica GZS Vesna Nahtigal.

50 Električno

Naj bodo stroški električne energije za vaš posel prednost, ne pa breme in skrb. Se sprašujete, kako?

60 Zanimivosti

Navdihujoče novosti, drzni koncepti in nova imena na pomembnih položajih: novice, ki jih ne smete spregledati.



VAŠ NAJLJUBŠI SOPOTNIK PORSCHÉ GROUP CARD

Mobilna aplikacija Porsche Group Card

Svet vrhunske mobilnosti je našim strankam na voljo tudi v mobilni aplikaciji, ki imetnikom kartic ugodnosti omogoča celotno paleto storitev. Kartico ugodnosti smo spremenili v digitalno, dodali nabor aktualnih ugodnosti in storitev ter vse pomembne informacije in kontaktne številke, ki jih potrebujete na svojih poteh.

Mobilna aplikacija
Porsche Group Card:



Kaj vse omogoča mobilna aplikacija Porsche Group Card?

- kontaktne številke Asistence Porsche Slovenija in pošiljanje trenutne lokacije z enim klikom,
- pregled opravljenih nakupov pri pooblaščenem prodajalcu in serviserju,
- digitalno kartico ugodnosti, kar pomeni, da vam pri sebi ni treba imeti kartice v fizični obliki,
- zemljevid s prikazom vam najbližjega pooblaščenega prodajalca, servisa ter lokacij ponudnikov storitev in ugodnosti,
- pregled nad svojim trenutnim vozilom oziroma vozili in dodajanje novih,
- pregled novosti o programu in ugodnostih,
- pregled zanimivih vsebin s področja mobilnosti,
- potisna sporočila – storitev, ki vam omogoča, da ste vedno obveščeni.



04 40 52

Prvi

Audi Q6 e-tron je model, ki ne predstavlja le svežega oblikovskega pristopa, temveč tehnološki preskok.

Pogovor

Za našo revijo je spregovorila Vesna Nahtigal, direktorica Gospodarske zbornice Slovenije.

Ena na ena

Z Dušanom Lukičem, vodjo projekta Nova mobilnost v Porsche Slovenija, ob peti obletnici znamke MOON.



08 44 54

Mobilno

Menedžerji pravila zdravega življenja sicer večinoma dobro obvladajo, a ob napetem urniku in v stresnih situacijah vseeno (pre)pogosto pozabijo nase. Pa vi?

Zeleno

Kako v službenem okolju ustvariti čim bolj prijazne razmere za delo? Ena od rešitev je ozelenitev prostorov.

Jubilejno

Letošnjo pomlad za Volkswagen zaznamuje eden izmed najpomembnejših jubilejev znamke: Golf praznuje 50 let.

12 48 60

Celotno

Ste se kdaj vprašali, kakšna je vloga smeha in humorja v poslovnem okolju?

Triglav

Zakaj se je Skupina Triglav odločila za MOON? Razlogi: kakovost, cena, reference in izkušnje.

Zanimivosti

Novosti iz sveta avtomobilizma.

18 50

Poslovna vozila

Dinamično poslovno okolje zahteva od vas fleksibilne odzive na vedno nove izzive. Da lahko kljub vsem oviram ostanete na poti uspeha, potrebujete v svoji floti tudi primerna vozila.

Električno

Naj bodo stroški električne energije za vaš posel prednost, ne pa breme in skrb. Toda kako? Rešitev sta MOON in MOONElektrika.

Ključna beseda: partner

V obletnicah se za nas skrivajo zanimiva sporočila in premisleki, zato so te precej več kot samo zunanje manifestacije. Jubilejno trideseto leto delovanja na slovenskem trgu smo zaključili kot nov zanesljiv celostni partner pri zagotavljanju poslovne mobilnosti, zdaj pa se že skupaj z našimi znamkami in vami veselimo novih obletnic.

Med njimi na avtomobilskem področju izstopa petdesetletnica priljubljenega Gofla, ki ima v zavesti Slovencev prav posebno mesto vsaj od svoje druge generacije dalje. Skupaj z nami se zato lahko na straneh te revije zapeljete skozi njegovo bogato zgodovino in spoznate vse generacije.

Druga obletnica, na katero smo v hiši še posebej ponosni, pa je pet let naše lastne znamke MOON. Ta je v tem času obseg svojih izdelkov in storitev razširila s ponudbe polnilnic za električne avtomobile na tako rekoč vse, kar doma ali v podjetju potrebujete za energetska samooskrbo. Zdaj smo dodali še piko na i in zaokrožili ponudbo z dobavo električne energije, pri čemer sodelujemo s strateškim partnerjem Ngenom. MOONElektrika je namenjena tako fizičnim strankam kot malim in velikim poslovnim odjemalcem.

Podjetja smo se znašla pred dejstvom, da je energetska samooskrba kot del zelenega prehoda najboljši način za kljubovanje cenovnim odklonom. Direktorica Gospodarske zbornice Slovenije Vesna Nahtigal v intervjuju za našo revijo jasno pove, »da je energetska samooskrba poleg čim višje stopnje samooskrbe na področju prehrane in zagotavljanja varnosti ena ključnih prioritet naše države«.

Prednosti sodelovanja z nami tudi na tem področju so že odkrila številna slovenska gospodinjstva in podjetja. Preberite si izkušnjo Zavarovalnice Triglav, ki bo naše sončne elektrarne postavila na zgradbe vseh svojih poslovalnic po državi, in razmislite, ali ne bi morda partnerstvo z nami koristilo tudi vam.

Kajti točno to smo lahko – vaš partner pri premagovanju vseh energetskih izzivov današnjega in jutrišnjega dne.

Danilo Ferjančič in Martin Wienerroither,
generalna direktorja Porsche Slovenija

Prepričljivost z novo platformo

Audi Q6 e-tron je model, ki ne predstavlja le svežega oblikovalskega pristopa, temveč tehnološki preskok. Platforma PPE (Premium Platform Electric) namreč prinaša opazen napredek na področju zmogljivosti motorjev, pogona, baterijske tehnologije, polnjenja in učinkovitega nadzora nad zahtevnimi sklopi nove Audijeve arhitekture.

Piše: Matjaž Korošak





Q6 je torej prvi model, s katerim znamka naznanja novo generacijo svojih električno gnanih vozil. Kmalu bo sledil še limuzinski A6. Po novi nomenklaturi bo torej vsaj nekaj časa nekakšen pendant klasičnemu modelu Q5 z lastno zunanjo podobo in samosvojimi razmerji, pri katerih so izraziti dinamično kratki previsi, zato pa je daljša medosna razdalja, ki obljublja prostornost in več udobja.

Medosna razdalja meri natanko 2899 milimetrov, to pa je glede na skupno dolžino novega modela, ki je 4771 milimetrov, kar precej. In druge mere? V prtljažnik bo mogoče pospraviti vsaj 526 (in največ 1526) litrov prtljage, novinec pa ima celo prtljažni prostor spredaj (t. i. frunk), ki ponuja razmeroma skromnih 64 litrov, kar je dovolj za kable in druge polnilne potrebščine.

Nov oblikovalski jezik

Pri Audiju z modelom Q6 uvajajo tudi nov oblikovalski jezik, v katerem se ostre linije in koti prepletajo z mehкими prehodi in zaobljenimi potezami, posebej pa izstopajo izrazito poudarjeni zadnji blatniki in visoka ramenska linija. Kabinski del je nekoliko nagnjen nazaj, celota pa predstavlja

športno eleganco in moč. Zunanost določa tudi najsodobnejša tehnologija osvetljevanja. Spredaj so zdaj žaromet prvič razdelili na dva dela, pri čemer je spodnji dnevna luč, voznik pa lahko izbira med osmimi različnimi svetlobnimi podpisi. Revolucionarna je tehnologija OLED zadnjih luči, ki lahko s šestimi paneli in skupno 360 segmenti ustvarja novo sliko vsakih deset milisekund. In tako je Q6 sposoben komunicirati z vozili za seboj s pomočjo komunikacijskih opozorilnih svetlobnih signalov (grafik).

Popolnoma digitalizirana notranjost

Q6 bo ponudil povsem digitalizirano vozno izkušnjo, saj notranjost v mnogočem določa enoten, proti vozniku ukriavljen zaslon. Ta združuje Audijev virtualni kokpit, namenjen voznim podatkom (merilnikom), z diagonalo 11,9 palca in osrednji zaslon infotainment sistema z diagonalo 14,5 palca (občutljiv na dotik). Svoj lastni 10,9 palca velik zaslon lahko dobi tudi sopotnik, ki tako upravlja infotainment sistem ali pa si denimo ogleda film, ne da bi pri tem motil voznika. Lahko pa voznik vse pomembne informacije dobiva tudi na projekcijskem zaslonu z razširjeno resničnostjo. Celoten sistem temelji na novi koncernski platformi E3, ki jo je

razvila hišna znamka CARIAD in uporablja sistem Android Automotive. Poleg vseh znanih funkcij lahko digitalni glasovni pomočnik pomaga vozniku in se odzove na govorno besedo, ne le na znane ukaze (sicer jih prepozna kar osemsto). Ob tem se vselej uči in razbira rutine ter tudi tako pomaga vozniku.

Nova platforma, 800-voltna arhitektura

Nova platforma arhitekturno povzema zasnovo rolke z baterijo v dnu in kolesi, potisnjenimi na skrajne robove. So pa Audijevi inženirji prekllopili na 800-voltno električno arhitekturo, ki omogoča večje napetosti in manjše moči ter s tem prinaša številne prednosti, od enostavnejšega nadzora temperature preko tanjših in lažjih kablov do hitrejšega polnjenja.

Bateriji sta za zdaj dve, ena z zmogljivostjo 100 kilovatnih ur in druga 83 kilovatnih ur (bruto), nova tehnologija in kemija pa omogočata, da imajo baterije kar za 30 odstotkov večjo energijsko gostoto in za 5 odstotkov večjo zmogljivost, s čimer so zmanjšali težo.

Vsaka baterijska celica ima svojo senzoriko za napetost in temperaturo, serijsko pa je vgrajena tudi toplotna črpalka, ki skrbi za hlajenje in predgretje baterij. Z vsem tem se je povečala moč in skrajšal čas polnjenja – v idealnih razmerah je tako mogoče baterijo polniti z močjo 270 kilovatov in jo napolniti v 21 minutah (SoC z 10 na 80 odstotkov). Še bolj praktičen in otipljiv je podatek, da polnilnik potrebuje le deset minut, da se lahko doseg novega Audiya poveča za kar 255 kilometrov.

Do 100 km/h v 4,3 s

Pri Audiju bodo ta model ponudili v več verzijah. Osnovna (še vedno dvomotorna, a z novimi motorji, ki so učinkovitejši, kompaktnjši in oljno hlajeni) zmora moč 285 kilovatov (387 konjskih moči), močnejša različica z znano oznako SQ6 e-tron pa že 360 oziroma 380 kilovatov (pri startnem programu).

Do hitrosti sto kilometrov na uro osnovni model pospeši v 5,9 sekunde, SQ6 pa v 4,3 sekunde. Njuni največji hitrosti sta 210 oziroma 230 kilometrov na uro. Čez čas sledi še enomotorna verzija z obema baterijama. In doseg? Q6 e-tron zmora od 625 do 540 kilometrov (WLTP), k temu pa lahko mnogo prispeva tudi učinkovitejša regeneracija (zdaj celo do 220 kilovatov). Voznik lahko namesto fizičnih zavor za upočasnjevanje kar v 95 odstotkih uporabi rekuperacijo.

Inženirje sta pri novem modelu zaposlovala tudi vozno udobje in predvsem agilnost. Prednja prema ima tako novo konstrukcijo (posamičnega) vpetja koles, tudi zadnja prema je seveda večvodilna, volanski mehanizem je vpet na pomožni okvir, nov nadzorni modul električne servo pomoči pa omogoča več prilagodljivosti in s prirejeno geometrijo več povratnih informacij za voznika. Serijsko so vgrajeni blažilniki s frekventnim selektivnim blaženjem (FSD) s pasivnim nadzorom pretoka olja oziroma togosti in celo zračno podvozje (z nadzorovanimi blažilniki). Pri obeh možnostih zadnji posebni računalnik (ECP) nadzoruje delovanje in blaženje oziroma vzmetenje vsakega kolesa posebej v sleherni milisekundi.

KAKO ZDRAVI STE?

Menedžerji pravila zdravega življenja sicer večinoma dobro obvladajo, a ob napetem urniku in v stresnih situacijah vseeno (pre)pogosto pozabijo nase.

Piše: Mateja Jordan

Skrb za zdravje tako prelagajo na jutri in zdravnik obiščejo, šele ko telo pokliče na pomoč. Tveganje za izgorelost ali smrt zaradi infarkta je zato pri njih večje, pogosto pa imajo tudi simptome, ki so posledica psihosocialnih dejavnikov.

Bolj zdravi, a ne tudi neproblematični

»Menedžerji so zelo dobro ozaveščeni o zdravem načinu življenja, ustrezno jedo in so običajno tudi dovolj telesno aktivni,« ugotavlja prof. dr. Metoda Dodič Fikfak, predstojnica Kliničnega inštituta za medicino dela, prometa in športa. Čeprav je splošno uveljavljeno mnenje drugačno, strokovnjakinja zatrjuje, da je ta skupina ljudi nasploh bolj zdrava od drugih in je po obolenosti ali umrljivosti ne moremo primerjati s splošno populacijo. Po svetovnih lestvicah

zdravja so menedžerji zelo visoko, takoj za razvojnimi inženirji, pove sogovornica. Vseeno pa meni, da zdravstvene ogroženosti vodstvenega kadra ne moremo ocenjevati kot povsem neproblematične.

Podobno razmišlja prof. dr. Marko Noč, specialist kardiologije, vaskularne in intenzivne medicine, predstojnik Centra za intenzivno interno medicino v UKC Ljubljana. »Osebnost največje tveganje pri tem poklicu vidim v sedečem, neaktivnem načinu življenja ter nezdravi in neradni prehrani, ki kmalu pripelje do prekomerne telesne teže. Dodatni zelo pomemben dejavnik, ki ogroža zdravje, je tudi morebitno kajenje,« ugotavlja. Menedžerjem, ki pridejo k njemu, zato svetuje redno telesno aktivnost, če je le mogo-

če, v naravi. Pomembni dejavniki so tudi zdrava in redna prehrana, vzdrževanje idealne telesne teže ter popolna abstinenca od kajenja.

Na Zavodu za varstvo pri delu, kjer letno opravijo 1500 menedžerskih pregledov, kot najpogostejša obolenja menedžerjev prepoznajo endokrine bolezni, bolezni kardiovaskularnega sistema in mišično-skeletne bolezni. »Pogosta je tudi skupina nespecifičnih simptomov, ki predstavljajo predstadij bolezni, na primer povišan krvni pritisk, čezmerna telesna teža, mejno zvišane vrednosti krvnih masočob...« ugotavlja asist. Maja Mikša Podobnik, specialistka medicine dela, prometa in športa. Naštete diagnoze so reverzibilne in jih je mogoče, če so pravočasno odkrite, v veliki meri izbolj-

šati oziroma tudi vrniti v normalne fiziološke meje, je prepričana.

Med mišično-kostnimi obolenji so najpogostejše bolečine v križu in vratu ter ramenskem predelu. »Dokazano je, da imajo na njihov nastanek velik vpliv psihosocialni dejavniki; če ne najdemo objektivnih razlogov za bolečino in obolenje, ima preiskovanec resne težave,« eno od posledic izpostavljenosti menedžerjev stresogenim faktorjem poudarja Maja Mikša Podobnik.

Zdravnica je prepričana, da je v obdobju po epidemiji teh dejavnikov več kot prej, narašča tudi število primerov izgorelosti. »Epidemija je privedla do novega načina dela – dela od doma, tako pa se je še bolj zabrisala meja

med službo in domom. Veliko pregledanih se je pritoževalo, da so oddaljeni od sodelavcev oziroma so jim odtujeni, dodatne pritiske pa je povzročila negotova prihodnost mnogih podjetij.«

Kaj je stres?

Prof. dr. Marko Noč sicer stres dojema kot subjektivno kategorijo, saj se ljudje zelo različno med seboj. »Z drugimi besedami, kar meni predstavlja stres, za koga drugega lahko sploh ni in obratno. Poznam ljudi, ki jih stresna situacija povsem paralizira, pa tudi take, ki potrebujejo prav stresni položaj, da pokažejo vse svoje sposobnosti. Bistvo je, da poznaš samega sebe, saj s tem lahko predvidiš veliko situacij in se nanje pripraviš.«

Prof. dr. Metoda Dodič Fikfak se strinja in meni, da je pri vodstvenih kadrih v veliki meri prisoten pozitiven stres, lahko bi rekli celo izziv. Če kaj res doživljajo kot stres, pa je to pri njih vseeno manj obremenjujoče kot pri kom drugem, je prepričana. Precej več zdravstvenih težav zlasti ob večjih gospodarskih spremembah oziroma krizah opažajo pri srednjem menedžmentu, ki je v tako imenovani sendvič poziciji. »Tveganje za izgorelost in smrt zaradi infarkta je pri njem večje,« poudarja. Med menedžerji na splošno pa je zagotovo tudi veliko prezentizma, saj ti zaradi obveznosti in (občutka) nenadomestljivosti na delo pogosto hodijo bolni ter se manjkrat kot druge poklicne skupine znajdejo na zdravljenju v bolnišnicah.

Dolgoletni direktor dr. Robert Ličen ima nekoliko drugačen pogled na izzive (nekaterih) menedžerjev. »Tisti, ki hodijo v službo zato, da kaj premikajo, ali pa tisti v kriznem menedžmentu so bistveno bolj pod udarom zaradi raznih vrst stresov.« opozarja ustanovitelj in direktor podjetniškega centra Pegasus ter meni, da je eden nevarnejših tako imenovani izvršilni stres. »Ko rešiš en problem, dobiš že drugega. Hitreje ko jih rešuješ, hitreje dobivaš nove.« opisuje začarani krog, v katerem se znajdejo mnogi zagnani podjetniki.

sprostiti s pretiranim športom, tabletami in drugimi substancami, nekateri se zatekajo tudi k meditaciji in podobnim praksam.

»Imam kolege, ki so po nekaj let uživali litij in še kaj drugega. Ampak o tem se ne govori. Menedžerji prikrivajo svoje zdravstveno stanje, ker si mislijo, da je to nekaj slabega in potem nihče ne bo hotel sodelovati z njimi.« Dejstvo pa je, da se prej ali slej srečajo s posledicami. Ličen ne pozna človeka iz težkega menedžmenta brez zdravstvenih težav. »Premalo se zavedamo, da telo potrebuje

za srčno-žilni dogodek ter ultrazvočnimi preiskavami posameznih organskih sistemov. Šele glede na tveganja pri posamezniku se zdravnik odloči tudi za preglede pri specialistih – kardiologu, ortopedu, gastroenterologu in tirologu, vse večkrat pa se poroča tudi psihološka obravnava. »Glede na ugotovitve in indikacije pregled lahko razširimo na dodatne preiskave, vse za oceno zdravstvenega stanja. Na koncu v pogovoru obsežno razložimo rezultate preiskav in meritev ter damo navodila glede na ugotovitve,« pojasnjuje Maja Mikša Podobnik.

Ko se pogovarjajo s pacientom, seveda spregovorijo tudi o ohranjanju zdravja in poudarjajo pomen zdravega življenjskega sloga – pravilne prehrane, zadostne telesne aktivnosti ter dovoljšne količine kvalitetnega počitka in spanca. »Že v osnovne preglede v vedno večji meri vključujemo tudi psihološko podporo z antistresnim pogovorom in učenjem, kako se spoprijemati s stresom,« pravi specialistka. Med menedžerji še vedno prevladuje moški spol, vendarle pa je vse večji tudi delež žensk na vodilnih položajih.

»Menedžerji so specifična skupina zaposlenih, ki si zaradi obremenitev pogosto ne vzamejo časa za svoje zdravje, ampak pridejo k zdravniku šele takrat, ko se pojavijo zdravstvene težave,« ugotavlja pri svojem delu Maja Mikša Podobnik. »Pri preventivnih zdravstvenih pregledih je poudarek res na preventivi, preprečevanju in zgodnjem odkrivanju obolenj, da se ohranjata zdravje in kakovostno življenje. Menedžerski pregledi so vlaganje ne samo v zdravje posameznika, ampak tudi v njegovo družino in prav tako v podjetje,« zatrjuje sogovornica.

Prof. dr. Marko Noč ob tem vseeno opozarja tudi na potencialno nevarnost menedžerskih pregledov. »Ti so seveda koristni, če upoštevajo značilnosti posameznika, čemur morajo biti podrejene morebitne nadaljnje preiskave. Če medicinska preiskava ni indicirana, je namreč lahko potencialno škodljiva, saj nas privede do slučajnih najdb, ki ne potrebujejo zdravljenja. Iz zdravega človeka tako povsem po nepotrebnem naredimo bolnika,« svari. Po njegovem mnenju je ključno, da zdravnik pri menedžerskem pregledu po temeljitem pogovoru s preiskovancem opravi le usmerjene preiskave,

ki so medicinsko upravičene, in ne vseh, ki jih ima na voljo. Pri tem ga namreč, kot meni prof. dr. Noč, velikokrat žal vodi pretežno ekonomski interes.

Nadurno delo in psihični pritiski

Razloge za nastanek na začetku članka naštetih bolezni Maja Mikša Podobnik vidi v obremenitvah in zahtevah, ki jim je vodstveni kader izpostavljen na delovnem mestu. Pomemben dejavnik je psihična obremenitev zaradi načina in narave dela ter nadur. »Pogosto je potrebna 24-urna dosegljivost, med posebnimi zahtevami pa so še zmoglost odločanja in vodenja, komunikacijske in organizacijske sposobnosti, stabilnost osebnosti ter odsotnost psihopatološke simptomatike in težjih obolenj več organskih sistemov, kot sta kardiovaskularni in nevrološki, bolezni odvisnosti ...,« našteva specialistka.

Tveganja, ki jih prinašajo delovna mesta menedžerjev, so velika odgovornost, stres, časovni pritiski in delo z ljudmi. »Specifiki njihove službe, ki predstavljata največje tveganje za zdravje in menedžerje s tem postavljata v skupino delovnih mest, najbolj izpostavljenih pojavu obolenj, pa sta nadurno delo in zahteva po nenehni visoki stopnji psihičnih obremenitev, ki jo narekujejo pritiski odločanja in omejenega časa.«

Rizični dejavniki so zagotovo povezani tudi s starostno strukturo vodstvenega kadra, saj fiziološki proces staranja s seboj prinaša povečano tveganje za srčno-žilna obolenja in bolezni mišično-kostnega sistema. Tako je za ohranjanje enake ravni psihofizične pripravljenosti treba vložiti več napora.

Premalo časa zase

»Zavedamo se, da je delo, ki ga opravljajo naše članice in člani, povezano z veliko odgovornostjo za vodenje podjetja in do ljudi, intenzivnostjo, neurejenim urnikom in tako dalje, kar vodi v stresne situacije in lahko vpliva na zdravje, zato občasno v naše programe vključujemo tudi vsebine s področja zdravja in dobrega počutja,« pravi direktorica Združenja Manager Petra Juvancič. Med drugim so tako pripravili delavnico o pomenu kakovostnega spanca, del njihovih dogodkov in drugih komunikacij pa so tudi teme, ki govorijo o pomenu skrbi za zdravje ne le pri zaposlenih, temveč tudi pri vodstvenih delavcih.

»Sicer ne bi mogli trditi, da se menedžerke in menedžerji, podjetnice in podjetniki ne zavedamo tveganj za svoje zdravje, temveč največkrat v ritmu najrazličnejših odgovornosti, aktivnosti in tudi potovanj razlog za premalo skrbi zase najdemo v pomanjkanju časa,« priznava sogovornica.

Uspeh ni samo denar

»Sam sem delal na polno in pozabil na ravnovesje. Rezultati so bili dobri, potem pa sem dobil račun,« se Robert Ličen spomni na kolaps, ki ga je sam doživel po letih opravljanja dela na področju kriznega menedžmenta. »Useka te tam, kjer je telo šibkejše, in zanihanje ne pomaga. Zaradi stresa sem pokasiral tudi poapnenje žil,« razkriva.

Kot opaža, danes veliko menedžerjev govori o izgorelosti, pa ne vedo, kaj to v resnici je. »Če hočeš izgoreti, moraš prej goreti. To pomeni, da se tudi pol leta ne spraviš iz postelje,« pravi in priznava, da je veliko podjetnikov vseeno na meji izgorelosti. »Sam sem enkrat že bil čez mejo, in ko si tam, dejansko padeš dol. To se pozna vse življenje in potem ravnaš čisto drugače,« je odkrit podjetnik, ki danes pri drugih ne dela več sprememb, ampak jih uči, kako naj kaj spremenijo sami.

Začetek je lahko sama redefinicija uspeha. Ob poslovnem uspehu nekega posameznika ne poznamo cene, ki jo je plačal za to. »Ne vidim veliko poslovno uspešnih ljudi, ki bi imeli urejeno življenje. Vsak je lahko bogat, če izbere denar namesto ljudi,« je prepričan Ličen, ki se sprašuje, koliko je uspešnih direktorjev, ki so hkrati uspešni starši, partnerji, prijatelji ...

»Srečen je tisti, ki je v svojem življenju vzpostavil ravnovesje. Če v življenju ni ravnovesja, ga tudi v telesu ne more biti. Kdor ga hoče doseči, pa se mora zavedati, da uspeh ni samo denar.«

»Osebo največje tveganje pri tem poklicu vidim v sedečem, neaktivnem načinu življenja ter nezdravi in neredni prehrani, ki kmalu pripelje do prekomerne telesne teže. Dodatni zelo pomemben dejavnik, ki ogroža zdravje, je tudi morebitno kajenje,« poudarja prof. dr. Marko Noč, UKC.

Precej več zdravstvenih težav zlasti ob večjih gospodarskih spremembah oziroma krizah opažajo pri srednjem menedžmentu, ki je v tako imenovani sendvič poziciji. »Tveganje za izgorelost in smrt zaradi infarkta je pri njem večje,« poudarja prof. dr. Metoda Dodič Fikfak, predstojnica Kliničnega inštituta za medicino dela, prometa in športa.

Na udaru so predvsem tisti, ki upravljajo spremembe ali delajo v kriznem menedžmentu, saj se poleg svojih ukvarjajo še s tujimi problemi. »Ko rešuješ podjetje, v bistvu rešuješ lastniku kožo. Več ko imaš empatije, bolj se osebno angažiraš, ker poskušaš ohraniti tudi čim več delovnih mest.«

V stalnem stresu so tudi tisti, ki so veliko na terenu in ogromno potujejo. Zaradi prevelike komunikacijske obremenitve se skušajo

ravnovesje, tako kot ga potrebuje življenje samo,« poudarja bistro.

Vlaganje vase, v družino in podjetje

Celostni preventivni zdravstveni pregled na Zavodu za varstvo pri delu vključuje pregled specialista medicine dela, prometa in športa z natančno anamnezo, kliničnim pregledom, antropometričnimi meritvami, razširjenimi preiskavami krvi in urina, pregledom srčno-žilnega sistema, oceno ogroženosti



Druga polovica zdravja

Če smo na prejšnjih straneh naše revije spregovorili o zdravju menedžerjev, je prav, da omenimo tudi to, za kar ljudska modrost pravi, da je pol zdravja: kakšna je torej vloga smeha in humorja v poslovnem okolju?

Piše: Nina Kožar



Smeh krepi imunski sistem. Znižuje nam tudi krvni pritisk. Zaradi intenzivnega delovanja mišic pri desetih do petnajstih minutah smejanja na dan porabimo od deset do štirideset kalorij. Po smejanju so mišice sproščene kot po rekreativni vadbi, povečana količina hormona sreče endorfina pa nas navdaja z ugodjem in zadovoljstvom.

V delovnih okoljih, v katerih je humor dobrodošel, so zaposleni bolj zadovoljni, povezani, motivirani in ustvarjalni. Po drugi strani pa je lahko šaljenje tudi znak težav, ki brbotajo pod površjem.

Zakaj ga sploh potrebujemo?

Ko govorimo o humorju na delovnem mestu, ne mislimo toliko na nenehno zbijanje šal kot na sproščeno vzdušje, v katerem se ekipa zna pošaliti tako, da nihče ni prizadet oziroma užaljen. Številne raziskave klime v podjetjih jasno kažejo, da ima blagodejen humor izključno pozitivne učinke na počutje, ustvarjalnost in entuziazem zaposlenih, s tem pa seveda dobro vpliva tudi na poslovne rezultate.

Vsak, ki je kdaj prvič prestopil prag nove službe, ve, da je ta korak bistveno lažji, če te v novem kolektivu sprejmejo nasmejani sodelavci. Vzdušje v podjetju je zato eden od pomembnih dejavnikov, na katere so iskalki zaposlitve pozorni že pri prijavi in pogovorih o ponujenem delovnem mestu. Radoživi in ustvarjalni ljudje z ve-

KAJ NA DELOVNEM MESTU NI DOVOLJENO?

- **Dovtipi o videzu, narodnosti, verskih in političnih prepričanjih, spolu, spolni usmerjenosti ter drugih osebnih okoliščinah sodelavcev;**
- **zbijanje šal o tragičnih dogodkih;**
- **namigovanja, ki bi jih sodelavci lahko razumeli kot spolno nadlegovanje;**
- **pretirana raba humorja, s katero bi lahko motili sodelavce.**

liko domišljije se verjetno ne bodo dobro počutili v okolju, v katerem vladajo strogost, resnost in cela kopica pravil o primernem vedenju. Po drugi strani pa je proces zaposlovanja tudi priložnost za podjetje, da oceni, ali se kandidatov značaj ujema z obstoječo ekipo. Zabavna in pozitivna oseba se bo težko vključila med cinike z ostrimi pikrimi šalami, kandidatove robate domislice pa lahko pomenijo težave v kolektivu, ki goji malce žlahtnejši humor.

Če je vzdušje v ekipi prijetno in sproščeno, zaposleni z veliko večjim veseljem hodijo v službo, tudi v ponedeljek zjutraj. Smeh združuje in povezuje ljudi, s tem pa tudi krepi pripadnost podjetju. Ekipa, ki se zna skupaj nasmejati, bo dobro sodelovala tudi pri zahtevnejših poslovnih izzivih. Humor je še posebej dobrodošel v podjetjih, kjer tempo narekujejo krajši roki, cilji in norme. To so

medijske hiše, zavarovalnice, marketinške agencije in podobna precej stresna okolja. Ko breme postane težko, šala razrahlja ventile in sprosti ekipo, da se lažje loti novih nalog.

Kjer je doma humor, živita tudi ustvarjalnost in inovativnost. Zaposleni, ki vedo, da se na delovnem mestu lahko pošalijo, imajo izrazitejši občutek varnosti, ta pa je nujen za iskanje neobičajnih rešitev, ki poganjajo razvoj.

Tudi poslovna izobraževanja so veliko lažja in učinkovitejša, če jih začnimo s smehom. Kar vprašajte Johna Cleesa, člana legendarne britanske komične skupine Monty Python, ki je s poslovnim partnerjem Anthonyjem Jayem v sedemdesetih letih ustanovil podjetje Video Arts. To še danes za različne korporacije snema zabavne in navdihujoče videe, ki pomagajo zaposlenim razvijati vodstvene sposobnosti, spoznavati delovne procese, razumeti strateške usmeritve podjetja ter skrbeti za zdravje in dobro počutje na delovnem mestu. Seveda so vsi prežeti z obilno mero zlahtnega humorja, ki ljudem poenostavi in približa včasih zelo kompleksne poslovne pojme.

Se smejejo vam ali z vami?

Pri ustvarjanju pozitivnega delovnega okolja, v katerem je dovolj prostora za humor, imajo veliko vlogo vodstveni kadri. Marsikateri zelo dobro ve, da so časi rigidnih pravil, strogosti in discipliniranja za vsako malenkost že davno minili. Danes se od dobrega vodje pričakuje, da bo empatičen, vključujoč in pristen, svoji ekipi pa bo poleg občutka varnosti omogočil kar se da dobre delovne pogoje in jo spodbujal s pozitivnim vzdušjem.

Dober vodja se ne boji, da mu bo malce humorja spodkopalo avtoriteto. Kljub jasni hierarhiji so vodje s pretanjenim smislom za humor med zaposlenimi navadno zelo priljubljeni in spoštovani. Ker gresta smeh in ustvarjalnost z roko v roki, so velikokrat tudi uspešnejši in učinkovitejši kot tisti, ki svojo ekipo držijo bolj na kratko.

Humor je še posebej pomemben v kočljivih situacijah, saj vodje z njim lažje izrazijo lastne napake in ranljivost. S tem ekipi pokažejo, da se je motiti človeško in so tudi oni le ljudje. Seveda pa so vodje tudi sami kdaj pa kdaj predmet smeha in šale. Dobro je, če znajo to športno prenesti. Če govorimo o posmehu, pa je pametno vzroke zanj čim prej razčistiti in postaviti jasne meje.

Ko vrag odnese šalo

Ljudje smo si različni. Šala, ki se nekomu zdi izjemno smešna, lahko drugega močno prizadene, zato nekaj previdnosti in zdrave pameti ne bo odveč. Dovtipi o videzu, verskih prepričanjih, spolu, spolni usmerjenosti in drugih osebnih okoliščinah sodelavcev so absolutno zunaj območja dobrega okusa. Nedopustno se je tudi šaliti na račun sodelavke oziroma sodelavca, ki nima zaledja v skupnosti. Humor naj bi zaposlene povezoval, ne pa izoliral. Z nepremišljenimi opazkami namreč lahko ljudi resno ranite, sebi pa nakopljete zelo neprijeten zmenek s kadrovsko službo. Razčiščevanje v slogu »saj sem se samo hecal« je lahko precej zoprno za vse vpletene. Šale o blondinkah pa smo kot družba tudi že davno prerasli.

KAJ SE MED SMEJANJEM DOGAJA V TELESU?

Smeh se rodi v čelnem možganskem režnju, ki nadzira načrtovanje, abstraktno mišljenje, presojanje, pozornost in impulzivnost. Razdeljen je na levo in desno polovico. Leva, praktična, ugotovi, ali je to, kar slišimo in vidimo, šala ali ne. Desna, ustvarjalna, pa presodi, ali je ta šala smešna ali ne. Če obe polovici čelnega možganskega režnja potrdita, da je stvar smešna, pošljeta signal limbičnemu sistemu, ki požene kolesje smeha. To vključuje petnajst obraznih mišic ter mišice rok in prsnega koša. Slednje začnejo sunkovito iztiskati zrak iz pljuč, kar povzroča zvok, ki ga prepoznamo kot smeh. Ampak pozor! Pri smejanju sodeluje tudi trebušna prepona, ki z raztezanjem in krčenjem vznemirja sečni mehur. Vsi vemo, kakšne so lahko posledice.

Zbijanje šal lahko preseže tudi vse zdrave meje in začne motiti delovne procese v podjetju, še posebej, če je k temu nagnjen le del ekipe, drugi pa se poskušajo osredotočiti na delo. Zatekanje k humorju v neprimernih situacijah lahko načne tudi ugled vodje, če zaposleni računajo na njegovo trezno glavo in sposobnost iskanja rešitev iz zagate.

Humor pa je lahko tudi sredstvo za lajšanje nezadovoljstva in stresa na delovnem mestu, kar je zelo nevarna past, pred katero si marsikatero vodstvo zatiska oči. Pod krinko dobrega vzdušja v kolektivu se namreč lahko skrivajo resne težave, ki bi jih morala prepoznati in rešiti kadrovska služba v sodelovanju z vodstvom podjetja.

Humor je mišica, ki jo utrjujemo s treningom

Zaposlenim v podjetju smeha ne morete predpisati ali jim ga dirigirati. Smehu je treba preprosto pustiti dovolj svobode, da mu lahko zrastejo krila. Ne bojte se, sproščeno vzdušje ne pomeni, da zaposleni dela ne jemljejo resno. To je prej znak, da v njem uživajo in so dovolj suvereni, da se obenem lahko sprostijo.

Nekatera podjetja, ki želijo svoje ekipe prezračiti s smehom, v goste povabijo tudi uveljavljene komike, da malce bolj na stežaj odprejo vrata humorju. Eden od njih je tudi Robert Petan, kantavtor in član ekipe TV-oddaje Kaj dogaja?, ki se na nastope vedno temeljito pripravi: »V praksi to pomeni, da spišem besedilo o podjetju ter dodam nekaj internih štosov o upravi, zaposlenih in



DOBRE PLATI HUMORJA V DELOVNEM OKOLJU

- Humor blaži vsakdanji stres v službi.
- Smeh povezuje ekipo, gradi zaupanje, dviga moralo in krepi pripadnost podjetju.
- Komunikacija med zaposlenimi je učinkovitejša, če jo začnimo z malce humorja.
- Igrivo delovno okolje spodbuja ustvarjalnost, inovativnost in razmišljanje zunaj ustaljenih okvirov.
- Ob pravem času in na pravem mestu je humor lahko odličen način za sprejemanje kompromisov in reševanje konfliktov.

izkušnjah, ki jih družijo – pa naj bo to vedno hladna malica, ki jo pripelje Wolt, pomanjkanje parkirišč in podobne tegobe obsebnega dela. Ker gre večinoma za notranje nastope, si lahko včasih duhovito privoščim tudi direktorje, kar se mi zdi, da zelo dobro vpliva na moralo na delovnem mestu. Skromnost in pripravljenost, da se ponorčuješ iz sebe, se mi zdita temeljni človeški orodji za to, da lahko (p)ostaneš kul na vseh nivojih svoje osebne ali poslovne rasti.«

Katerim temam pa se raje izognete? »Ljudje, ki delajo s strankami, radi slišijo, da te nimajo vedno prav in da je pacient včasih res 'pacient'. Načeloma ne grem čez mejo, ker nekdo vedno odobri tekst, preden z njim nastopim – hec je hec, tožba pa ni ravno najzabavnejše terensko delo. Na splošno pa se izogibam temam, ki bi jih obšel tudi na kosilu z razširjeno družino, to je politiki, globalnemu segrevanju in vprašanju, ali je Luka Bassi res kul glasbenik.«

Nove sile

Dinamično poslovno okolje zahteva od vas fleksibilne odzive na vedno nove izzive. Da lahko kljub vsem oviram ostanete na poti uspeha, morate pametno širiti krog svojih sodelavcev ter vztrajno poglobljati njihova znanja in veščine, s katerimi bo vaše podjetje zmoglo več, hitreje in bolje. Nikar ne pustite, da vas povozi prihodnost – pripeljite nove sile.

Piše: Matjaž Korošak



Volkswagen Tiguan

Če ga ne bi bilo, bi si ga morali izmisliti. Ta cestni terenec dovolj kompaktnih mer, da je povsem obvladljiv, a hkrati prostoren, je zdaj oblikovno še samozavestnejši, povsem digitaliziran, obenem pa bolj trajnosten, vključno s hibridiziranimi pogoni. In seveda – tudi njegova vozna dinamika je prepričljivejša.



Več preberite na: www.volkswagen.si



Za prenovljenega Tiguan so oblikovalci pripravili številne nove in originalne rešitve. Še najmanj so se spremenile zunanje dimenzije, saj je na platformi MQB evo nastali model zrasel le za tri centimetre in zdaj v dolžino meri natanko 4539 milimetrov.

Oblikovno je novinec odločnejši in bolj dinamičen, predvsem zaradi dvignjenih bokov in blatniških razširitev, visoko postavljenih žarometov ter čokatega prednjega dela z veliko masko hladilnika in agresivnimi žarometi. Ti so novi, ožji, vedno v LED-tehnologiji svetil, v najboljši izdaji pa so seveda matrični in prilagodljivi, kar se imenuje IQ.Light. Uglajena in izpoljena podoba pa ni sama sebi namen, saj je količnik zračnega upora precej ugodnejši kot prej (0,28 namesto 0,33).

Nova je tudi zasnova potniške kabine in predvsem voznikovega delovnega mesta. Digitalni zaslon, namenjen prikazu merilnikov (in povsem prilagodljiv), zdaj meri 10,25 palca, desno od njega pa je velik prostostoječi osrednji zaslon, ki lahko meri do 15 palcev. Infozabavni sistem uporablja četrto generacijo sistema MIB z uporabniku prijazno razvrščenimi ikonami in osvetljenim drsnikom za nastavljanje glasnosti, glasovna pomočnica IDA pa si pri odgovorih pomaga tudi s ChatGPT-jem.

Volanski obroč je prenovljen in zdaj so na njem fizična stikala za upravljanje. Zračniki so se preselili pod osrednji zaslon, pod njimi pa je prostoren podaljšek osrednje konzole. Ročica menjalnika je namreč prestavljena ob volan, kajti prav vse različice novega Tiguan so opremljene le še s sedemstopenjskim menjalnikom DSG. Izjema je hibridna različica, ki je na voljo s šeststopenjskim menjalnikom DSG.

Zadnja klop je spet vzdolžno pomična, tako da lahko voznik nameni več prostora bodisi potnikom zadaj ali prtljaji. Prtljažnik sicer lahko sprejme kar 652 litrov prtljage (40 litrov več od predhodnika).

Na voljo je oziroma bo sčasoma sedem pogonskih različic. Vsi motorji so novi ali vsaj prenovljeni. Ponudba se začne z 1,5-litrskim štirivaljnikom TSI, ki je blago hibridiziran, na izbiro pa je z močjo 96 in 110 kilovatov (130 in 150 konjskih moči). Sledi 2.0 TSI v različici s 195 kilovati (265 konjskimi moči). Tudi dizli so še v igri – 2.0 TDI je na voljo v dveh izvedbah, in sicer s 110 in 142 kilovati (150 in 193 konjskimi moči).

In naposled – kot češnja na torti – druga generacija priključnohibridnega pogona. Sestavljata ga prenovljen 1,5-litrski štirivaljnik in šeststopenjski menjalnik DSG, v ohišju katerega je električni motor z močjo 85 kilovatov (115 konjskih moči), energijo pa priskrbi baterija z zmogljivostjo 19,7 kilovatne ure (prej 10,6 kilovatne ure). V tovarni zagotavljajo, da je doseg več kot sto kilometrov (prej med 50 in 80 kilometri). Poleg polnjenja z izmeničnim tokom (tudi z močjo do 11 kilovatov, do sedaj 3,6 kilovata) pa je mogoče tudi hitro enosmerno polnjenje (do 50 kilovatov). Priključni hibrid bo na voljo v dveh različicah, s 150 in 200 kilovati (207 in 272 konjskimi moči).

Zasnova podvozja je ostala enaka. Gre torej za posamično vpetje spredaj in večvodilno zadaj, so pa inženirji vgradili nove stabilizatorje in blažilnike. Tu je tudi računalnik, ki skrbi le za vozno dinamiko. Povsem nov je sistem računalniško vodenih blažilnikov DCC Pro, ki zdaj uporablja dva ventila (prej enega), po enega za stisk in razteg, krmiliti pa ju je mogoče neodvisno in tako vplivati tudi na vozno dinamiko.



Audi A3

Avtomobil, ki se je leta 1996 rodil kot Audijev premijski vstopni model, se je skozi desetletja prelevil v uspešno in zelo vsestransko modelsko družino, ki lahko zadovolji praktično vse okuse – od umirjenih voznikov in trajnostno ozaveščenih kupcev pa vse do adrenalinskih navdušencev, ki vožnjo doživljajo zelo čustveno.





 Več preberite na: www.audi.si

Oblikovna osvežitev limuzinske in petvratne različice Audi A3 je še najbolj vidna na sprednjem delu avtomobila. Heksagonalna maska je zdaj ožja in daljša, mreža hladilnika je brez roba, logotip je potisnjen višje in odbijač je zasnovan z izrazitejšimi spodnjimi bočnimi odprtini, kar še bolj poudarja športnost novega modela. Tudi zadnji odbijač z opaznejšim difuzorjem je nov in pri Audiju odkrito priznavajo, da so idejo povzeli po športnem RS3. Žarometi so seveda v LED-tehnologiji, po novem pa se lastnik lahko odloči za enega od štirih svetlobnih podpisov dnevni luči in tudi kadar koli preklaplja med njimi.

Nekaj več sprememb je bila deležna notranjost. Predvsem je vgrajene več serijske opreme, denimo usnjen večfunkcijski volanski obroč, ambientalna osvetlitev, tudi vratnih oblog in osrednjega dela armaturne plošče, tu pa

je še možnost indukcijskega polnjenja. Novi so tudi dekorativni vložki na armaturni plošči in zvočni sistem Sonos s 3D-zvokom, oblikovno pa so spremenjeni in posodobljeni zračniki ob volanskem obroču in osrednja konzola.

Glavna in dokaj presenetljiva novost je različica Audi A3 allstreet. Ta je v tej modelski družini rešitev za vse tiste, ki sicer želijo nekaj več prehodnosti, ne pa tudi klasično robustnega terenskega izgleda. Allstreetova velika osemkotna mreža hladilnika s satasto strukturo je višja kot pri izvedenki A3 Sportback, zato je ta križanec bolj podoben modelom Q. Poleg tega je njegovo dno v primerjavi s serijskimi modeli za 30 milimetrov bolj dvignjeno od tal (od tega 15 milimetrov zaradi višjega podvozja, 15 milimetrov pa prispevajo pnevmatike z večjim premerom). Tudi vzmeti in blažilniki so uglašeni pose-

bej za ta model, ki bo serijsko opremljen s 17-palčnimi platišči, ter ponujajo dober kompromis med udobjem, prehodnostjo in zabavnimi voznimi lastnostmi. Ob tem A3 allstreet dodaja še nekoliko višje sedenje za boljši pregled nad okolico in nekaj elementov zunanjega oblikovanja, ki ga približujejo terenskim vzornikom, kot so na primer plastične obrobe blatnikov, nakazan ščitnik za podvozje, pragovi ...

Ponudba motorjev in pogonov pri Audiju A3 ostaja enaka: sprva bo torej na voljo 35 TFSI z 1,5-litrskim motorjem TSI, in sicer kot klasični štirivaljnik in blagi hibrid. V obeh primerih zmoglost 110 kilovatov (150 konjskih moči). Tu je še 35 TDI, ravno tako s 110 kilovatov (150 konjskimi močmi), medtem ko več motornih izvedenk prihaja kasneje. Konec leta bo A3 na voljo tudi kot priključni hibrid.

Še trdneje je zdaj del družine najvznemirnejši model S3. Tudi v tem primeru so pri Audiju inženirji resno razrezali v tehniko. S3 ima zdaj precej močnejši motor, saj dvolitrski TFSI po novem zmoglost že 245 kilovatov (333 konjskih moči) in 420 njutonmetrov navora. Za uspešno upravljanje vsega tega navora in za več vozne dinamike je S3 dobil nov sistem pogona z zadnjim diferencialom torque splitter. Ta sicer ni novost; gre namreč za odprt diferencial in večploščno sklopko na vsaki od pogonskih osi zadnje preme, kar omogoča boljši oprijem, hkrati pa idealen prenos navora za več vozne dinamike. Tako zdaj S3 do hitrosti sto kilometrov na uro pospeši že v 4,7 sekunde! Spisek izboljšav je seveda še precej daljši, od zmogljivejših zavora (koluti z večjim premerom) do novega podvozja (tudi z vodenimi blažilniki in s 15 milimetrov nižjim podvozjem).

CUPRA Formmentor in CUPRA Leon



Če se je Leon rodil še kot SEAT, pa je Formmentor prvi model, ki je bil zasnovan in izdelan izključno za znamko CUPRA z vsemi njenimi dizajnerskimi posebnostmi. Nedavno sta bila oba deležna oblikovne in tehnične osvežitve, ki še utrjuje družinske vezi.

CUPRA je sveža, mlada znamka, ki pa je prav zaradi svoje »obsedenosti z oblikovanjem«, kot je dejal njen direktor Wayne Griffiths, v le šestih letih doživela izjemen uspeh. Prodala in dobavila je namreč kar 600 tisoč avtomobilov, samo v prvem četrtletju letos pa že 56.600 vozil. V največji meri sta za ta uspeh zaslužna Leon in Formentor.

Da bosta že na prvi pogled nezmotljivo del istega plemena CUPRA, je posodobljen sprednji del obeh modelov dobil bolj zašiljeno, ostro podobo odbijača (t. i. shark nose) z veliko masko hladilnika pod njim in z žarometi, potisnjenimi na robove vozila, ki so trikotne oblike, nov pa je tudi svetlobni podpis. Gre za kombinacijo treh trikotnikov, ki se pojavljajo tudi v prenovljenih zadnjih lučeh, te pa imajo sedaj še nezamenljivo 3D-grafiko svetilnih elementov.

Pri obeh modelih se je logotip CUPRA preselil na spodnji del pokrova motorja in je zdaj celo osvetljen. Tudi zadnji odbijač je mogočnejši, opazne so »škrge« avtomobila, ki skrbijo za bolj optimiziran pretok zraka okoli avtomobila.

Sodobna notranjost obeh modelov je dodelana predvsem z naprednejšo digitalizacijo. Tako je osrednji zaslon infotainment sistema zdaj večji (njegova diagonala meri 12,9 palca), pod njim je osvetljen drsnik za nadzor glasnosti, sistem pa poganja nova platforma MIB 4 s sodobnim vmesnikom, ki ga je deležen tudi kombinirani instrument Digital Cockpit (10,35 palca) pred voznikom. Ob tem so se oblikovalci posvetili še novim materialom, izboljšali so haptične površine, dodali so nekaj podrobnosti v barvi bakra, več je recikliranih materialov (školkasti sedeži so na primer oblečeni v material, ki je 73-odstotni reciklat), na voljo je tudi umetno usnje. Avdiofilii si bodo

lahko notranjost ozvočili z vrhunskim sistemom znamke Sennheiser in dvanajstimi zvočniki.

Ker sta oba modela zaradi platformske izdelave (platforma MQB) pravzaprav bolj sorodna, kot je to mogoče sklepati na prvi pogled, je takšna tudi motorna izbira. Oba ponujata več kot širok nabor motorjev in pogonov, od najsodobnejših agregatov z notranjim zgorevanjem, blagohibridnih in priključnohibridnih sistemov pa vse do izpopolnjenega turbodizelskega stroja.

Vstopni štirivaljnik 1.5 TSI z močjo 110 kilovatov (150 konjskih moči) je spojen s šeststopenjskim ročnim menjalnikom in poganja prednji kolesi. 1.5 TSI je na voljo tudi kot 48-voltni blagi hibrid z menjalnikom DSG. Nov je tudi vstopni motor 2.0 TSI s 150 kilovati (204 konjskimi močmi), ki je opremljen s štirikolesnim pogonom in kombiniran z menjalnikom DSG. V ponudbi pa je mogoče najti še agregat 2.0 TDI s 110 kilovati (150 konjskimi močmi).

Za najzmogljivejše različice so pri CUPRI rezervirali oznako VZ (izpeljana je iz španske besede veloz, ki

pomeni hitro). Vstopni motor je dvolitrski z močjo 195 kilovatov (265 konjskih moči) in sprednjim pogonom. Vrh ponudbe predstavlja zdaj nov motor z 245 kilovati (333 konjskimi močmi) in štirikolesnim pogonom s sklopko na vsaki pogonski osi zadaj (torque splitter), ki omogoča učinkovitejši prenos navora po kolesu in celo program Drift, voznik pa lahko izbere tudi zmogljivejše zavore znamke Akebono. Najmočnejši motor je v Leonu na voljo le v karoserijski različici Sportstourer (karavan), najmočnejša petvratna verzija pa ima kot doslej dvolitrski stroj TSI z močjo 220 kilovatov (300 konjskih moči) in prednjim pogonom.

Po prenovi imata CUPRA Formentor in CUPRA Leon tudi dva priključnohibridna pogona. Vstopni ponuja sistemsko moč 150 kilovatov (204 konjske moči), močnejši pa 200 kilovatov (272 konjskih moči). Tej kombinaciji bo lastnik lahko dodal tudi zavorni sistem Brembo. Baterski sklop ima neto zmogljivost 19,7 kilovatne ure (prej 10,9 kilovatne ure), kar naj bi omogočalo dobrih sto kilometrov električne vožnje, baterija pa se lahko polni tudi na hitri polnilnici z močjo do 50 kilovatov.





Škoda Octavia

Leto 2024 prinaša prenovljeno, posodobljeno izdajo četrte generacije najuspešnejšega Škodinega modela. Morda se bo površnemu opazovalcu sprva zazdelo, da je sprememb manj, toda oblikovalci in inženirji so posegli prav na vsa področja ter Octavio korenito posodobili.



plošči, ki so po večini reciklirani, trajnostni. Seveda je posodobljen tudi največji osrednji zaslon infozabavnega sistema, ki lahko meri trinajst palcev (osnovni serijski je desetpalčni), nov je logotip na volanu, lastnik pa lahko izbira med kar devetimi linijami notranjosti (Design Selections) s skrbno izbranimi materiali oblažinjena in barvno usklajenimi dekorji. Polega tega so zdaj na voljo tudi novi, hrbtenici prijazni sedeži (AGR) z masažo, zračenjem in ogrevanjem.

Potnikom bo vožnjo olajšalo tudi nekaj novih Simply Clever rešitev, na primer samodejno zložljivo prekrivalo za prtljažni prostor, poseben predal v podaljškju osrednje konzole pred zadnjimi sedeži, večfunkcijski žep na hrbtu sprednjih sedežev in nosilec za pametne naprave, namenjen potnikom zadaj, strgalo za led in prepoznavni dežnik v sopotnikovih vratih pa sta zdaj iz trajnostnih materialov.

Nekaj sprememb je pri motorni ponudbi: vstopni motor se zdaj začne s štirivaljnikom in njegova prostornina 1,5 litra ni več novost, spojen pa je s šeststopenjskim menjalnikom. Ta štirivaljnik je na voljo tudi kot blagohibridni stroj z jermenskim zagonskim alternatorjem, ki motorju pomaga pri pospeševanju – v tem primeru je povezan s sedemstopenjskim DSG-menjalnikom. 1.5 TSI EVO je na voljo v dveh različicah moči, to je s 85 in 110 kilovati (115 in 150 konjskimi močmi).

Oba dvolitrska stroja sta zdaj dodobra posodobljena in močnejša. 2.0 TSI zmora deset kilovatov več, torej 150 kilovatov (204 konjske moči), to pa je hkrati tudi edini motor v kombinaciji s štirikolesnim pogonom. Pri najzmogljivejšem stroju, ki poganja model RS, je prirastek

moči kar petnajst kilovatov, tako da je zdaj na voljo s 195 kilovati (265 konjskimi močmi). Tudi dizelski motorji TDI so še vedno v ponudbi. 2.0 TDI je na izbiro v dveh izvedbah – s 85 in 110 kilovati moči (115 in 150 konjskimi močmi).

Prenovljena je seveda tudi Octavijina najbolj športna različica RS. Ne le da ima močnejši in sodobnejši motor, ki je vselej spojen z menjalnikom DSG, moč pa na sprednji kolesi pošilja s pomočjo diferenciala z računalniško krmiljeno zaporo (VAQ). Tudi podvozje je prirejeno zahtevam dinamične vožnje in petnajst milimetrov nižje (opcijsko je na

voljo še podvozje z uravnanimi blažilniki DCC), volanski mehanizem pa je progresiven. Vse skupaj je začinjeno z drznejšo zunanjo podobo in Octavii RS lastno linijo notranje zasnove. No, za tiste, ki jim je RS malce preveč, serijski modeli pa so jim premalo, ponuja Škoda tudi različico Sportline, ki združuje oblikovne posebnosti Octavie RS s praktično vsemi motorji, športnim podvozjem in progresivnim krmilnim mehanizmom.



Več preberite na: www.skoda.si.

Redki so si avtomobilsko davnega leta 1996 upali napovedati, da se pri Škodi rojeva najuspešnejši model. Octavia je presegla vsa pričakovanja in s tekočega traku je doslej prišlo že sedem milijonov njenih primerkov.



Najprej se oko ustavi na posodobljeni zunanosti, kjer so sicer oblikovalci silhueto Octavie pustili nespremenjeno, a so hkrati povsem predelali sprednji in zadnji del. Predvsem žarometi, seveda v LED-tehniki (in po želji s sodobno matrično tehnologijo), zdaj izraziteje določajo obraz avtomobila. Večja maska in žarometi so nekako spojeni, puščičasta LED-dioda, ki tvori značilen svetlobni podpis, pa je del dneвне luči. Tudi odbijači in satovje pod njim so novi ter nakazujejo več širine in dinamike, meglenk ni več, Octavia pa je s tem pridobila tudi devet milimetrov dolžine (zdaj je dolga 4,698 metra).

V notranjosti so oblikovalci več pozornosti namenili novim materialom na sedežih, vratnih oblogah in armaturni



Volkswagen Transporter

Do šeste generacije popularnega Bullija je bila vsaka nova na voljo kot robustnejši in bolj deloven Transporter (v številnih izvedbah) ali kot Multivan, velikoprostorec z obilo udobja in vgrajene opreme za osebni in potniški prevoz. Poslej bo vse drugače.



Zgodba Transporterja se je leta 1950 začela precej bolj preprosto in se nadaljevala bolj ali manj enostransko skozi šest generacij, od T1 do T6.1. Vedno je bil osnova za številne izvedbe in nadgradnje, tudi v vlogi avtodoma. Iz enake podlage je izviral Multivan kot velik enoprostorec, namenjen osebni prevozu.

Ko iz enega nastaneta dva

Obrat je pomenil novi Multivan (mnogi mu pravijo kar T7), ki je prvič nastal na prilagojeni platformi MQB, v osnovi namenjeni osebnim vozilom. Nasprotno pa je novi Transporter nastal na samosvoji platformi in bo zadovoljil predvsem tiste bodoče lastnike, ki v njem vidijo lahko gospodarsko vozilo, torej uporabnega in marljivega sodelavca, ki lahko vedno in povsod priskoči na pomoč s svojo multitalentirano mobilnostno genetsko zasnovo, robustnostjo in nosilnostjo.

Novi Transporter bo torej na voljo kot zaprt dostavnik z dvema medosnima razdaljama in višinama (tudi v krajši verziji bo lahko povišan), z dviznimi ali krilnimi zadnjimi vrati, s predelno steno, z dvojno kabino (2 x 3 sedeži), s klopjo ali s tremi posamičnimi odstranljivimi sedeži v drugi vrsti ter seveda tudi v različici z notranjimi oblogami in zasteklitvijo kot potniški model Caravelle.

Novi Transporter bo bolj – transporter

Pri Volkswagnu so razkrili vse ključne tehnične podatke, mere in mase. Standardna, torej krajša verzija v dolžino meri 5,05 metra (in 2,03 metra v širino), kar je skoraj 13 centimetrov več od predhodnika. Podaljšana verzija pa je zdaj 40 centimetrov daljša (5,45 metra).

Tudi v širino je novinec precej pridobil (12,8 centimetra), še več pa je zdaj prostora med kolesnimi oboki v notranjosti tovornega prostora, in to skoraj 15 centimetrov več. Dolžina transportnega prostora je 2602 milimetra, kar pomeni dodatnih 61 milimetrov, s podaljšano medosno razdaljo pa 3002 milimetra.

Zaradi večje zunanje dolžine, širine in medosne razdalje je inženirjem uspelo bistveno povečati tovorni prostor, pa tudi nosilnost. Največja prostornina pri osnovni medosni razdalji (in za vse vrste pogona) je zdaj 5,8 kubičnega metra (do 9,0 pri podaljšani verziji). In nosilnost? Novi model zmore prepeljati do 1,33 tone (prej 1,2 tone), nanj pa je mogoče pripeti še priklopnik s skupno maso 2,8 tone. Večja je tudi dovoljena dinamična obremenitev strehe, ki je zdaj že 170 kilogramov (prej 150).

Ob vsem tem je inženirjem uporabno višino vozila uspelo obdržati pod dvema metroma, kar mu omogoča dostop v veliko večino podzemnih garaž. Podobno praktičen je tudi 11,8-metrski obračalni krog, tako da je novinec primerno okreten in enostavno vodljiv.

Prijaznejše voznikovo okolje

V potniški kabini so oblikovalci obdržali tipično visok položaj sedežev, široka vrata in dvignjeno lego ročice menjalnika. Pred voznikom je zdaj povsem digitalizirano okolje, ki ga sestavljata prosto nastavljiv 12-palčni instrument (digitalni kokpit z diagonalo 30 centimetrov) in 13-palčni zaslon na dotik (z diagonalo 33 centimetrov) pri standardnem infozabavnem sistemu (vključno z DAB+ in brezžično aplikacijo Apple CarPlay oziroma Android Auto). Še ena praktična funkcija je nov multifunkcijski volan z gumbi, ki jih je preprosto uporabljati tudi z orokavičeno roko. Kot Multivan in ID. Buzz ima novi Transporter zdaj tudi električno parkirno zavoro (na armaturni plošči) ter funkcijo Auto Hold, seveda pa tudi celo paleto sodobnih asistenčnih in varnostnih sistemov. Na sredinski konzoli je predal za odlaganje pametnih telefonov z izbirno funkcijo indukcijskega polnjenja. Naprave je sicer mogoče polniti tudi z do sedmimi vtičnicami USB-C, USB-A in 12 V. Novi Transporter bo na voljo tudi z možnostjo polnjenja naprav z 230

volti (400 vati moči), vključno s pretvornikom za napajanje velikih električnih naprav vseh vrst. Za električno (BEV) ali elektrificirano (PHEV) različico bo na izbiro celo inverter z močjo 2,3 kilovata.

Pogonski multitalent

Novi Transporter je bolj kot kadar koli multitalent tudi zaradi števila in različnosti pogonskih opcij. Priljubljeni motorji TDI so na voljo v treh različicah: z 81 kilovati (110 konjskimi močmi), 110 kilovati (150 konjskimi močmi) in 125 kilovati (170 konjskimi močmi). Tem bo sledil še priključni hibrid (PHEV) s sistemsko močjo 171 kilovatov (233 konjskih moči) in naposled še baterijski električni pogon s kar štirimi izvedbami – s 85 kilovati (116 konjskimi močmi), 100 kilovati (136 konjskimi močmi), 160 kilovati (218 konjskimi močmi) in 210 kilovati (286 konjskimi močmi).

Baterijski paketi bodo imeli (bruto) energijsko vrednost 83 kilovatnih ur, baterija osnovne različice s 85-kilovatom električnim pogonskim motorjem pa 54 kilovatnih ur. Modela TDI in eHybrid imata v osnovi pogon na prednja kolesa, priljubljeni štirikolesni pogon 4MOTION pa bo na voljo za različice TDI z močjo od 110 kilovatov naprej. Električni modeli imajo sicer pogon na zadnjo os (kjer je tudi motor), vendar je tudi v tej pogonski različici predviden dvomotorni štirikolesni pogon.



»Energetska samooskrba je ena ključnih prioritiet v državi«

Konsolidacija Gospodarske zbornice Slovenije, gradnja enotne blagovne znamke, trije jasno določeni stebri delovanja, digitalna in trajnostna transformacija – to so področja, v katera usmerja največ energije generalna direktorica GZS Vesna Nahtigal. »Gre za procese, ki se ne končajo čez noč, vendar so rezultati že vidni,« pravi po letu in pol svojega mandata. Izvrstna poznavalka industrije in turizma z dolgoletnimi izkušnjami je prava sogovornica za pogovor o tem, kam gre slovensko gospodarstvo ter kakšno vlogo bodo imeli pri tem trajnostni prehod, zelena energija in seveda njena cena.

Piše: Jak Vrečar
Foto: Miran Juršič

Začniva s klasiko: kakšna je vloga GZS danes, kje je njena največja vrednost?

GZS je osrednja gospodarska institucija, socialni partner in oblikovalec gospodarskega okolja v Sloveniji. Spodbujamo internacionalizacijo in razvojno naravnost družb ter tudi slovensko lastništvo in odgovoren odnos do zaposlenih. Podjetjem želimo pomagati pri prehodu v trajnostnost, predlagamo mehanizme finančnih spodbud, ki so primerne za naša podjetja. Državi ponujamo strokoven pogled na teme, ki zadevajo gospodarstvo. Zelena transformacija, oblike financiranja in spodbud za gospodarstvo, davčne politike, politike trga dela, umeščanje objektov v prostor in še veliko drugega. Ni nas malo, več kot sto

nas je. Jasno smo določili tri prioritete: strateški razvoj in internacionalizacija, konkurenčno poslovno okolje, socialni dialog. Ti članom zagotavljajo jasno smer našega sodelovanja.

S članstvom pokrivata vse panoge slovenskega gospodarstva. Kje vidite največje priložnosti in izzive, s katerimi se spoprijema slovensko gospodarstvo?

Največji izzivi prihajajo iz zunanega okolja, od naših kupcev v tujini. Slovenska storitvena podjetja poslujejo dobro, še posebej na področju storitev, kot so na primer turizem in druge priložnostne aktivnosti. Po drugi strani pa si naša industrija deli podobno usodo z drugimi v re-



Veliko sem na poti, letno prevozim okrog 40.000 kilometrov. Ampak lahko se pohvalim, da nisem odvisna le od avta. Veliko sem tudi na kolesu, digitalni števec pa mi dnevno pokaže tudi po 13.000 korakov.

giji, saj so verige vrednosti prepletene in je to posledica večletne gradnje učinkovitosti pri proizvodnji. V lanskem letu smo doživeli močan učinek zmanjšanja zaloga, ki je bil posledica visoke inflacije in upadanja kupne moči evropskega potrošnika, energetske krize ter hitre rasti stroškov financiranja. Letos pa se kazalniki razpoloženja obračajo navzgor, pravzaprav so se že v zadnjem četrtletju lani. Vendar v industriji rasti novih naročil še ni, kljub temu da je industrija materialov letos že povečala proizvodnjo, predvsem zaradi nižjih cen zemeljskega plina.

Digitalizacija, avtomatizacija in novi poslovni modeli krojijo prihodnost. Kje smo na teh področjih v Sloveniji? Menim, da smo pri teh trendih pred srednjeevropskimi državami, kot so Češka, Slovaška in Madžarska, zaostajamo pa za Avstriji in Nemci. Slovenska podjetja so nekoliko bolj zadržana glede sprememb poslovnih modelov in se raje držijo preverjenih receptov za uspeh. Stabilnost poslovanja je visoko na piedestalu poslovne uspešnosti slovenskih industrijskih podjetij in menim, da bo tako tudi ostalo, dokler ne bomo imeli prirasta uspešnih mladih podjetnikov, ki bodo na to dinamiko in priložnosti gledali z drugačnimi očmi. Pogrešam več sodelovanja domačih ali tujih tehnoloških podjetij z našimi velikimi družbami pri pilotnih projektih komercialne narave. Okrepiti moramo še sodelovanje gospodarstva z izobraževalnimi institucijami, še posebej z javnimi zavodi in univerzami. Področje vajeništva moramo še naprej spodbujati, prav tako večje zanimanje žensk za tehnične poklice. Tu vidim še veliko potenciala.

Pomemben del slovenskega gospodarstva je povezan z avtomobilsko industrijo. Kakšno perspektivo napovedujete tem podjetjem?

Slovenija je majhno gospodarstvo, vendar je to navkljub svoji majhnosti posebno, ker je zelo diverzificirano. To pomeni, da ima vrsto različnih kupcev, sicer pretežno evropskih, vendar ti prihajajo iz različnih držav in industrij. To je v obdobju strukturnih sprememb v avtomobilski industriji pomembno. Glavnino avtomobilske verige predstavlja jo dobavitelji, ki izdelujejo vse od odkovkov do odlitkov, akumulatorjev, delov za motorje, plastičnih delov, kabelskih sestavov in podobnega. Ker so dobavitelji, jim prodajno ceno določajo kupci, ti pa so precej večji. Ker evropska avtomobilska industrija izgublja globalni tržni delež, proizvodnja pa se vse bolj lokalizira, so stroškovni pritiski v tej industriji veliki. Obdržijo se lahko le razvojni dobavitelji, ki so prilagodljivi, medtem ko smo proti množični proizvodnji cenovno nekonkurenčni. To je še bolj poudarila energetska kriza, ki je vplivala tudi na visoko rast stroškov dela. Avtomobilski verigi pripisujemo okoli štiri odstotke dodane vrednosti v Sloveniji oziroma petino v celotni predelovalni dejavnosti. Avtomobilski industriji napovedujem zahtevne čase in boj za ohranitev lojalnosti domačega kupca. Na drugi strani pa imamo v Sloveniji zelo uspešne in prodorne proizvajalce avtomobov in počitniških hiš ter bivalnih prikolic, pri katerih smo v verigi vrednosti uvrščeni precej višje, kar pomeni višje marže, ki jih tudi azijska konkurenca še ne ogroža. V tem segmentu pričakujem rast, ker so podjetja zelo prilagodljiva do kupcev in tudi narekujejo širše dizajnerske smernice.

V avtomobilski industriji že lep čas govorimo o prehodu v trajnostnost. V sodobnem gospodarstvu je to nasploh izjemno pomembna tema. Kako jo vidite vi?

Trajnostnost danes ni več izbira, temveč nujnost, ki se ji ne moremo izogniti. Gospodarstvo se tega v veliki meri zaveda, saj nas na to opozarjajo tudi evropske direktive, prav tako pa partnerji v verigah vrednosti. Po drugi strani zavedanje o pomenu sedemnajstih trajnostnostnih ciljev, ki so jih postavili v OZN, predstavlja tudi merilo pri privabljanju in izbiri novih kadrov. Dejstvo namreč je, da se večina podjetij, ne le v Sloveniji, temveč tudi širše v Evropi in globalno, sooča s pomanjkanjem izobražene delovne sile. Predvsem mlajše generacije dajejo bistveno večji poudarek ravnotežju med delovnim in zasebnim časom, v katerega ta trajnostnostni vidik močno posega. Glede na to, da je slovensko gospodarstvo zelo izvozno usmerjeno, se trajnostnost vpeljuje tudi že v poslovne modele in komuniciranje, saj je to velik potencial tako za pridobivanje novih poslov kot tudi ohranjanje konkurenčnosti.

Kaj na tem področju počnete v zbornici?

GZS je že vrsto let proaktiven partner slovenskemu gospodarstvu na tem področju. Z izobraževanji, konferencami, tudi različnimi nagradami in priznanji, svetovanji in izmenjavo dobrih poslovnih praks ozavešča ter spodbuja slovensko gospodarstvo pri zelenem prehodu v trajnostnost. Tudi interno GZS vseskozi izvaja aktivnosti na področju trajnostnosti. Zato sedaj pripravljamo tudi stra-

tegijo trajnostnostne preobrazbe, ki bo zajela vse obstoječe vsebine na tem področju in dodala nove cilje do leta 2026, kjer vidimo največji potencial za napredek. Ključni namen vseh naših aktivnosti je namreč, da GZS kot primer dobre prakse postane svetilnik za trajnostnostno preobrazbo celotnega gospodarstva.

V zadnjih letih se je že izkazalo, kako pomembna – ali usodna – je lahko v poslu cena energije. Kako si lahko tu podjetja zagotovijo konkurenčno prednost?

Industrija, predvsem njen energetske intenzivni del, je bila močno prizadeta zaradi izjemno visokih cen energentov v letih 2021-2023, kar je šibilo konkurenčni položaj številnih podjetij v tem segmentu tako v EU kot tudi globalno. Trenutno se zadeve malo umirjajo, napoved novega sistema obračunavanja omrežnin pa vnaša dodatno skrb in nemir. Upoštevati je treba tudi, da je slovensko gospodarstvo zelo izvozno usmerjeno, vpeto v mednarodne verige vrednosti. Naša največja zunanjetrgovinska partnerica je Nemčija in nemška recesija je prav tako vplivala na zmanjšanje naročil pri nas. Kot del evropskega gospodarstva je tudi slovenska industrija podvržena vplivom odziva Evropske unije na globalna dogajanja, kar največkrat vodi v nove zakonodajne predloge in zahteve, na katere se morajo podjetja prilagajati – še posebej na področjih digitalizacije, na primer NIS2, in zelenega prehoda. Podjetja spremembe vpeljujejo sprotno in večinoma pravočasno. Nekaj težav sicer opažamo pri manjših in srednjih, ki imajo manj resursov za obvladovanje vseh omenjenih aktualnosti.

Kakšen pomen pripisujete energetske samooskrbi podjetij?

Energetska samooskrba je del trajnostnostnega načrta (zelenega prehoda), česar se veliko podjetij že močno zaveda. Podjetja, predvsem energetske intenzivna, za svoje poslovanje potrebujejo zanesljivo oskrbo z energijo po konkurenčnih cenah. Glede na številna geopolitična žarišča in minulo energetske krizo je jasno, da zanesljiva energetska oskrba v prihodnje ne bo samoumevna v enaki meri, kot je bila v preteklosti. Tista podjetja, ki se tega zavedajo, že iščejo alternativne vire energije, ki bi jim, kolikor je le mogoče, zagotovili samooskrbo. Ta je gotovo najboljši način za kljubovanje vsem cenovnim odklonom, vendar pa si jo predvsem energetske intenzivna podjetja lahko zagotovijo le za nekaj odstotkov svojih potreb. Trenutno sta še vedno veliki oviri pri tem zagotavljanje dovoljenj in priklop na omrežje. Slovenija veliko večino energentov – zemeljski plin, nafta ... – uvaža, je pa visoko samooskrbna pri proizvodnji električne energije. To je še zlasti veljalo v preteklosti, z opustitvijo fosilnih proizvodnih virov elektrike pa je treba zgraditi nove nizkoogljične vire in tako zagotoviti čim višjo stopnjo samooskrbe z električno energijo. Industrija v Sloveniji porabi skoraj polovico vse električne energije in sedemdeset odstotkov zemeljskega plina, zato sta strategiji razvoja industrije in energetske oskrbe Slovenije izjemno povezani. Menim, da je energetska samooskrba poleg čim višje stopnje samooskrbe na področju prehrane in zagotavljanja varnosti ena ključnih prioritet v naši državi.



Lepih koncev in tudi manj odkritih koticov je v Sloveniji toliko, da jih zame še ne bo zmanjkalo. Če imam nekaj dni, lepo naravo, da grem lahko naokrog s kolesom, in če je v bližini kakšno igrišče, da potešim svojo strast do golfa, imam vse, kar potrebujem.

Dotakniva se še promet. Kako velika težava za podjetja je trenutna cestna in železniška infrastruktura ter kaj bi bilo po mnenju GZS oziroma tudi vašem osebnem mnenju treba storiti v Sloveniji na tem področju?

Da je to težava, na GZS opozarjamo že leta. V Sloveniji imamo po eni strani preozke, premalo pretočne avtoceste, po drugi pa še vedno zastarelo železniško omrežje, ki ne omogoča ne povečanja hitrosti vlakov ne povečanja kapacitet. Zato so nujni tako takojšnji ukrepi na prometni infrastrukturi kot dodatni mehki ukrepi, s katerimi bomo tej infrastrukturi omogočili čim učinkovitejše delovanje. Tu govorim o rešitvah, kot so nočna vožnja tovornih vozil, IT-sistem DARS, ki bi sproti prilagajal hitrosti, več spodbud za delo od doma, drseči delovni čas, sistemi P & R. Zadovoljna sem, da bo naš strateški svet za investicije in gradbeništvo bdel nad projekti prometne infrastrukture ter odločevalce glasno opominjal, če bi ti ponovno zaspali.

Ustanovili smo na primer strokovni odbor za spremljanje izvedbe prostorskega načrtovanja in drugih aktivnosti na področju ljubljanskega avtocestnega obroča in širšega urejanja prometa v Sloveniji. Take aktivnosti niso ključne le za gospodarski razvoj. Upoštevati je treba tudi škodo, ki gospodarstvu nastaja zaradi zastojev, da ne omenjam varnosti, ki se tiče vseh nas. Pri gradnji nove infrastrukture pa je treba paziti, da se ne bodo ponavljale napake iz preteklosti. Seveda je treba pospešiti tudi umeščanje v prostor, na tem področju so namreč zamude izrazito dolge. Problem pa so tudi dolgotrajni postopki za pridobitev okoljskih dovoljenj.

Naj bo promet še iztočnica za bolj osebno vprašanje. Kako ste mobilni v vlogi generalne direktorice Gospodarske zbornice Slovenije in zasebno?

Na GZS že leta približujemo trajnostnost in e-mobilnost zaposlenim, poslovnim partnerjem in obiskovalcem. Sončna elektrarna na naši stavbi na Kardeljevi ploščadi je samoumevna, imamo tudi hranišnik za energijo MOON. Bili smo med tistimi, ki so zelo hitro postavili električne polnilnice za avtomobile, imamo tudi kolesarnico za polnjenje in parkiranje e-koles. Uporabljam službeni električni avto. Verjamem, da se je kljub vsem priročnim digitalnim orodjem še vedno zelo koristno srečevati na terenu. Veliko sem na poti, letno prevozim okrog 40.000 kilometrov. Ampak lahko se pohvalim, da nisem odvisna le od avta. Veliko sem tudi na kolesu, digitalni števec pa mi dnevno pokaže tudi po 13.000 korakov.

Dolgo ste delali v turizmu. Vas še mikajo tudi daljša potovanja?

V življenju sem delala v tujini, bila veliko in daleč na poteh že zaradi dela, pa tudi zasebno. Videla sem res veliko lepih koncev sveta. Ampak danes sem prvič dosti bolj umirjena, drugič pa tudi vedno bolj cenim lepote, ki jih imamo doma. Dopust zdaj najraje preživljam v bližnji okolici. Lepih koncev in tudi manj odkritih koticov je v Sloveniji toliko, da jih zame še ne bo zmanjkalo. Če imam nekaj dni, lepo naravo, da grem lahko naokrog s kolesom, in če je v bližini kakšno igrišče, da potešim svojo strast do golfa, imam vse, kar potrebujem.

Delovna oaza

Kako v službenem okolju ustvariti čim bolj prijazne razmere za delo? Ena od rešitev je ozelenitev prostorov. »Listnati sodelavci« namreč, kot razkrivajo raziskave, pomembno vplivajo na delovno učinkovitost, zadovoljstvo in ustvarjalnost.

Piše: Špela Krajnc



Pomen zelenja za zaposlene prepoznavajo podjetja po vsem svetu. Google, Amazon in Facebook so le nekateri izmed zares velikih, ki so v svoje prostore že pred leti vključila obsežne zelene površine, vertikalne vrtove in celo mini parke. Tudi v Sloveniji je trend ozelenitve pisarn v vzponu. Še posebej velik porast se je zgodil v času epidemije koronavirusne bolezni, ko so se ozele njevali takrat prazne pisarne in polni domovi, v zadnjih dveh letih pa se je ta težnja še okrepila.

»Vsak bi imel zeleno oazo, saj naročniki vidijo, da to prinaša uspeh,« pojasnjuje Vilma Grošelj, urrejevalka zelenih prostorov iz Vrtnega centra Gašperlin. Raziskava, opravljena na Univerzi v Exetru, ji pritrjuje. Pokazala je namreč, da lahko rastline v pisarni produktivnost povečajo za kar 15 odstotkov. Še posebej pozitivno naj bi vplivale na odzivanje v stresnih situacijah, uporabo velikih količin informacij in strateško načrtovanje, torej na večšine, ki so zlasti pomembne za vodilne kadre.

V pisarniškem okolju, v katerem stres mimogrede zastrupi ozračje in paralizira posameznikovo razmišljanje, lahko že pogled na zeleno barvo umiri um. »Zeleno zmanjšuje stres in utrujenost ter pomirja. Rože oddajajo posebno energijo, z njimi se lahko tudi pogovarjaš. Več ko si z njimi, več časa, ko preživiš v zelenem prostoru, bolj si pomirjen,« dodaja Vilma Grošelj. In ker

skrb za rastline pogosto postane skupna dejavnost, ki spodbuja komunikacijo in sodelovanje med zaposlenimi, vodi tudi do izboljšanja odnosov v službi in tako še dodatno prispeva k bolj pozitivnemu delovnemu okolju.

Raziskovalci z univerz v Utahu in Kansasu so dognali, da stik z naravo izboljša sposobnost reševanja problemov za 50 odstotkov. Pripeljite torej naravo v pisarne.

Naravni elementi so od nekdaj veljali za močan vir navdiha. Zelene površine in rastline v delovnem okolju vzpodbujajo razmišljanje zunaj okvirov, kar lahko pripelje do hitrejših in bolj inovativnih rešitev. Delno je to posledica zmanjšane stresa in boljšega razpoloženja, h katerima prispevajo rastline, to pa ustvarja prijetnejši mentalni prostor za ustvarjalno razmišljanje. Hkrati pa rastline vsrkavajo zvok, kar je v časih hibridnega dela odlična novica za vse, ki so navajeni miru domače pisarne. Če bo podjetje v svoje prostore postavilo nekaj velikih sobnih rastlin, bodo te torej ublažile glasnost okolja in omogočile boljšo zbranost vseh zaposlenih.

In še nekaj je zelo pomembno: po eni strani se na listih zelenih rastlin nabira prah, še posebej v bližini računalnikov, po drugi pa v procesu fotosinteze spreminjajo ogljikov dioksid v kisik, kar pomeni, da s tem dobesedno čistijo zrak, hkrati pa tudi povečujejo vlažnost v prostoru. Več kot 90 odstotkov vode, ki jo rastlina vsrka skozi korenine, namreč odda nazaj za prostor.



Katero izbrati?

»Če odločajo direktorji, vedno izberejo slonovo nogo. Ta rastlina pomeni moč. Naj bo direktor še tako prijazen, ko zagleda to 1,8 metra visoko rastlino, ga očara,« so izkušnje Vrtnega centra Gašperlin. Tudi oblika listov rastlin igra pomembno vlogo: »Če so ti okrogli, človeka malo bolj zmehčajo, naredijo nežnejšega, zato v prostorih tudi priporočamo rastline z bolj okroglimi listi, ne s koničastimi. Slednji marsikoga zmotijo, ker so preveč strogi.«

Pri izbiri rastlin, primernih za delovno okolje, pa je poleg estetike in osebnih preferenc pomembno upoštevati tudi praktične vidike, kot so razpoložljiva svetloba, prostor in seveda čas, ki ga imajo v podjetju na voljo za nego lončnic. Vsaka rastlina ima pač svoj videz, lastnosti in zahteve. Povsem nezahtevne sukulente so pravo utelešenje neodvisnosti in odpornosti, medtem ko bujne cvetoče rastline ustvarjajo občutek toplote in gostoljubnosti. Na splošno pa velja, da je bolje izbirati manj zahtevne vrste, ki preživijo tudi čas dopustov, ko so prostori prazni, pa tudi obdobja, ko jih zalivajo s preveliko vne-mo ali povsem pozabijo nanje.

Sodobne poslovne stavbe imajo večje odprte in svetle prostore, zato ne preseneča, da je hit zadnjih dveh let

V poslovnem kontekstu lahko rastline simbolizirajo tudi delovne vrednote in cilje posameznika oziroma ekipe. Vodja, ki ima v svoji pisarni rastline, ki potrebujejo redno nego in pozornost, s tem izraža tudi zavezanost rasti in razvoju tako svojih zaposlenih kot podjetja. Podobno lahko ekipa, ki za službene rastline skrbi skupaj, to dojema kot simbol sodelovanja in skupne odgovornosti.

trendovska monstera, ki v takšnih razmerah hitro raste, ima ogromne liste, a je hkrati nezahtevna. »Bolj jo pustiš na miru, lepša je,« povzame Vilma Grošelj. Prava izbira za vsa podjetja, katerih prostori so večji del dneva zatemnjeni, pa so zamija, taščin jezik in aglaone-ma, ki celo vsrkavajo elektromagnetno sevanje ter jih zato močno priporočajo ob ekranih vseh oblik in velikosti.

V zadnjem letu postaja vse bolj priljubljen dobri stari fikus. Gre za hvaležno rastlino močne temno zelene barve. V trendu pa so tudi tako imenovane zelene stene, izdelane iz prepariranega rastlinja, ki kot okras nadomeščajo slike. S takšnimi ozelenitvami ni nobenega dela, osvežijo in poživijo pa še tako monoton prostor.

Rastline na delovnem mestu



1. Zmanjšujejo stres

Zelena barva ima namreč dokazano sproščujoč in pomirjujoč vpliv na ljudi.



2. Povečujejo produktivnost

Po raziskavah, ki jih je leta 2014 opravila Univerza v Exetru, se je produktivnost zaposlenih v okolju, ki so mu dodali rastline, povečala za 15 odstotkov.



3. Čistijo zrak

Rastline vsrkavajo ogljikov dioksid, ki ga izdihamo, in ga s fotosintezo predelajo nazaj v kisik. Nedavna raziskava, ki so jo opravili na Tehnološki univerzi v Sydneyju, je pokazala, da lahko rastline zmanjšajo raven ogljikovega dioksida, in sicer za približno 10 odstotkov v klimatiziranih pisarnah ter za približno 25 odstotkov v stavbah, ki niso klimatizirane. Poleg tega so Nasini znanstveniki že v osemdesetih letih preteklega stoletja ugotovili, da so rastline sposobne iz zraka odstranjevati celo kemikalije, kot so benzen, trikloretilen in formaldehid, ter lahko v štiriindvajsetih urah izločijo do 87 odstotkov teh zračnih toksinov. Listi absorbirajo hlapne organske spojine, ki jih nato razgradijo mikrobi v koreninskem sistemu. Rastline sproščajo fitokemikalije, ki zavirajo rast spor plesni in bakterij za 50 do 60 odstotkov.



4. Uravnavaajo vlažnost

Rastline 97 odstotkov vode, ki jo absorbirajo, sprostijo v okolico, kar je še posebej blagodejno pozimi, ko centralna kurjava izsuši zrak v prostoru.



5. Zmanjšujejo hrup

Z vpijanem zvoka rastline pomagajo zmanjšati škodljive učinke hrupa ozadja v pisarni.



6. Spodbujajo kreativnost

Po raziskavah teksaške univerze A&M lahko rastline na delovnem mestu povečajo ustvarjalnost za 15 odstotkov ali več.



Tudi na Triglav sije sonce

Finančni prihranki, manjša odvisnost od električnega omrežja in nihanja cen ter drugih zunanjih dejavnikov na eni strani, na drugi pa raba solarne energije kot čistega in obnovljivega vira ter zaveza k trajnosti in družbeni odgovornosti: to so razlogi, zakaj se vse več uspešnih podjetij odloča za proizvodnjo in uporabo lastne energije. Med njimi je tudi Skupina Triglav, vodilna zavarovalno-finančna skupina v Sloveniji in regiji Adria.

Piše: Jak Vrečar
Foto: Miran Juršič

V poslovnem svetu je že dolgo prepoznana kot organizacija, v kateri imata trajnost in zmanjševanje vpliva na podnebne spremembe pomembno vlogo. Spodbuja digitalno poslovanje, krepi trajnostno ozaveščenost zaposlenih, celovito meri ogljični odtis, veliko pozornosti namenja tudi energetske prenovi stavb. Povsem razumljivo je, da so del te zgodbe tudi lastne sončne elektrarne na poslovnih objektih zavarovalnice.

»Največ pozornosti na področju okoljskih dejavnikov posvečamo rešitvam za učinkovito rabo energije in upravljanju ogljičnega odtisa ter vključevanju podnebnih tveganj v sistem upravljanja tveganj. V Skupini Triglav smo zato na nekaterih naših poslovnih stavbah že postavili sončne elektrarne. Glavni cilj projekta je povečati delež obnovljivih energijskih virov v končni rabi energije. Tako sledimo tudi zavezam Skupine Triglav na področju trajnosti, svoje vplive na naravno okolje pa skladno s sprejetimi strateškimi ambicijami zmanjšujemo predvsem z učinkovito rabo energije in omejevanjem izpustov toplogrednih plinov. Ogljični odtis obsega 1. in 2. Skupine smo v letu 2022 zmanjšali za 13 odstotkov,« pojasnjuje premišljeno strateško usmeritev Triglava vodja odnosov z javnostmi Sašo Sever.

Z izgradnjo in postavitvijo sončnih elektrarn na Triglavovih poslovnih objektih želijo v družbi (oziroma širše v Skupini Triglav, ki deluje v šestih državah v regiji) povečati delež zelenih in trajnostnih naložb, zmanjšati ogljični odtis na zaposlenega z vidika proizvodnje električne energije, omejiti tveganja, povezana z veliko fluktuacijo cen električne energije, z lastnimi obnovljivimi viri pridobiti del električne energije za pokrivanje potreb družbe ter z implementacijo zelenih tehnologij (o)krepiti ugled Skupine Triglav.

Odločitev za MOON: kakovost, cena, reference in izkušnje
Ko so se v Triglavu odločili za solarno energijo, so v postopku izbora preverili različne rešitve, ki so na trgu, in k oddaji ponudbe povabili več potencialnih partnerjev. Kriteriji za izbiro so bili cenovno najugodnejša rešitev ob upoštevanju inštalirane moči, obsega izkoriščenosti razpoložljivih strešnih površin, nazivne moči ter referenc in izkušenj iz preteklega sodelovanja. Vsi naštetih dejavniki so bili razlog, da so izbrali ponudnika MOON pod okriljem Porsche Slovenija.




Čeprav postopek odločanja in vpeljevanja novosti v prakso pri velikih sistemih in strateških odločitvah včasih traja nekoliko dlje, to za Triglav ne velja. »Prve aktivnosti raziskave trga in postavitve koncepta izgradnje sončnih elektrarn smo začeli pred dvema letoma. Celotna izvedba do popolne funkcionalnosti vseh elektrarn na naših objektih pa je bila zaključena že konec preteklega leta,« pove Sever.

Sončno energijo pri Triglavu že proizvajajo brez težav. Delovanje sistema trenutno nadzirajo in spremljajo sami

s pomočjo vzdrževalcev na posameznih lokacijah, v prihodnje pa načrtujejo, da bodo sisteme upravljanja še nadgrajevali in avtomatizirali z novimi rešitvami, ki so že na voljo in jih bo tudi še omogočal MOON.

V Triglavu se zgodba trajnosti s sončnimi elektrarnami seveda ne končuje. Na področju trajnostne oziroma učinkovite rabe energije trenutno že poteka večji investicijski projekt na poslovnem objektu na Dunajski cesti 22 v Ljubljani (gre za eno bolj prepoznavnih ljubljanskih poslovnih stavb, nekdanji Slovenijales). V postopku energetske sanacije omenjene stavbe prenavljajo toplotne postaje, menjajo hladilne agregate in hladilne strojnice ter celovito obnavljajo sistem prezračevanja z vgradnjo novih, energetske bistveno učinkovitejših prezračevalnih naprav. Tako bodo lahko uporabnikom stavbe ponudili dodatne kvalitetne poslovne površine in s tem še nadgradili ponudbo na omenjeni lokaciji. Poleg tega se bosta izboljšala požarna varnost in tudi energetska učinkovitost objekta. Tovrstne aktivnosti bodo nadaljevali tudi na drugih lokacijah Zavarovalnice Triglav.

LOKACIJE IN ŠTEVILKE

-  Sončne elektrarne so postavljene na lokacijah Skupine Triglav v Ljubljani, Murski Soboti, Novi Gorici in Trbovljah.
-  Skupna moč na teh objektih je skoraj 800 kilovatov.
-  Sončne elektrarne na Triglavovih poslovnih stavbah naj bi skupaj pokrivalo okoli 10 odstotkov letne porabe električne energije.



Brez skrbi do ugodne elektrike

Naj bodo stroški električne energije za vaš posel prednost, ne pa breme in skrb. Toda kako?

Piše: Jak Vrečar

Kdaj je nabava elektrike v poslu postala tako zapletena stvar, načrtovanje stroškov zanjo pa se je izkazalo za zelo zahtevno? Kdaj so se začeli glavoboli za vse, ki se morajo v podjetjih ukvarjati tudi s tem?

Težave pri dobavi in divjanje cen, nato pa še vrsta vprašanj in nejasnosti glede novih tarifnih sistemov in obračunavanja omrežnin: vse to je bila realnost v podjetjih v zadnjih dveh letih. Na hitro osvežimo spomin. Leto 2022 je pri povprečnem poslovnem odjemu prineslo za več kot 80 odstotkov višje cene kot v letu 2021, v energetske intenzivnih panogah pa za skoraj 120 odstotkov. Lani, v letu 2023, je v ospredje prišla tema o novi metodologiji obračunavanja. Omrežnino naj bi po novem začeli obračunavati prvega januarja 2024. Ali pa mogoče prvega marca? Ali končno prvega julija? Ali pa morda še pozneje, kot je nato aprila kljub neodobravanju Agencije za energijo predlagala vlada Republike Slovenije? Rok so se prestavljali, negotovost pa je ostala.

Ugodna energija kot cilj zaradi posla

Drži, da so se pravila glede obračunavanja spreminjala večkrat, kot bi si želeli, in da je (bilo) zelo težko oceniti, po kakšnih cenah se bo dala kupovati elektrika. A vse to ne bi smelo biti ovira.

Da bo podjetje lahko uspešno, potrebuje ugodno pridobivanje elektrike (pri čemer govorimo o proizvodnji lastne energije ali odkupu iz omrežja), njeno hranjenje, uravnavanje porabe in spremljanje stroškov. Vse to zdaj omogoča MOONelektrika, nova ponudba za izjemno ugodno samooskrbo in klasično oskrbo z električno energijo za podjetja in fizične osebe.

Ponudba MOONelektrike kot ugodne in pregledne rešitve za električno energijo je pripravljena preprosto. Prilagojena je glede na tip odjemalca in infrastrukturo, ki jo ta že ima.

Mali poslovni odjemalci

Če ste v podjetju, ki sodi med male poslovne odjemalce, že postavili svojo sončno elektrarno z močjo do 43 kilovatov in jo uporabljate samooskrbno, se uvrščate med tiste, ki se jim elektrika, oddana v omrežje, in energija, pridobljena iz njega, enkrat letno obraču-

nata po sistemu neto meritev ali net meteringa. Ta je v preteklosti zagotavljal preprosto letno obračunavanje dodatne električne energije, ki ste jo ob svoji lastni pridobivali iz omrežja. Tako bo za vas ostalo tudi v prihodnje, vsi, ki vloge za soglasje za sončno elektrarno oddajajo po prvem januarju 2024, pa so to možnost zamudili. MOONelektrika ima prednosti za oboje.

Prva velika prednost je tehnološko napreden in v praksi dokazano uspešen sistem za upravljanje električne energije optiMOON. Z njim lahko krmilite nekatere potrošnike v vašem sistemu, nadzorujete preostale in tako obvladujete konične moči (ki pri novem omrežninskem sistemu povzročajo še višje stroške), ter imate pregled nad vsemi električnimi napravami, povezanimi v vaš sistem, nad porabo in stroški. Upravljanje električne energije je tako poenostavljeno in vselej pregledno, saj zna optiMOON upoštevati tudi nove omrežninske bloke.

Drugi velik korak naprej pa je možnost prenosa presežkov. Tudi če je vaš sistem porabe lastne sončne energije optimiziran in prav tako uporabljate hranilnik elektrike, se lahko zgodi, da ustvarjate tudi presežke energije, ki jih oddajate v omrežje.

MOONelektrika omogoča prenos 65 odstotkov priznanih presežkov energije, in to na drugo odjemno mesto ali za prihodnjo uporabo na istem odjemnem mestu.

In če nimate presežkov? Tu imate možnost, da si že z vklopom lastnega hranilnika električne energije in z uporabo sistema optiMOON zagotovite še ugodnejšo ceno elektrike.

Če v podjetju nimate lastne sončne elektrarne, to nikakor ne pomeni, da ne morete izkoristiti prednosti MOONelektrike. Ta vam je namreč v ponudbi za male poslovne odjemalce brez samooskrbe na voljo po ugodnih, konkurenčnih cenah. Pri tem pa okolje MOON, v katerem so vam ob strokovni pomoči pri oceni potreb, izbiri, montaži, nastavitvah in spremljanju delovanja na voljo sončne elektrarne, hranilniki, sistem za upravljanje in polnilne postaje za električna vozila, omogoča še marsikaj: hiter vstop v lastno proizvodnjo sončne energije, če se boste v prihodnje odločili za energetske neodvisnost, še ugodnejše cene, manjšo izpostavljenost na trgu, učinkovito pridobivanje in upravljanje elektrike ter druge prednosti samooskrbe.

Rešitve po meri za velike

Kaj pa velika podjetja, ki imajo večje porabe in elektrarne ter so predvsem brez možnosti sistema neto meritev? Zaradi izzivov, opisanih na začetku, je še pomembnejše, kako se celostno lotite vseh vprašanj, povezanih z električno energijo. Tudi tu lahko izkoristite prednosti MOONelektrike. Strokovnjaki znamke MOON vam bodo prilagodili ponudbo in skupaj z vami med več opcijami izbrali pravo za vas, s fiksnimi cenami za časovno obdobje ali vezano na borzne (day-ahead) cene. Ugodnejše cene lahko dosežete glede na vašo obstoječo infrastrukturo (fotovoltaiko, hranilnike) in optimizacije, ki jih lahko zagotovite pri upravljanju z uporabo sistema optiMOON. Tu imate pri znamki MOON dodatno prednost, da vam lahko strokovnjaki priskočijo na pomoč in postanejo vaš partner v vseh fazah, od analize porabe in cen, prehoda na proizvodnjo lastne trajnostne energije, pri upravljanju, zniževanju konične moči ... Rešitve MOON in ponudbo MOONelektrike danes že s pridom uporabljajo tudi velika podjetja z več tisoč zaposlenimi, ki imajo razsežne poslovne objekte in posebne potrebe v svojem poslu.

»Elektrika je logično nadaljevanje zgodbe«

Pogovor z Dušanom Lukičem, vodjo projekta Nova mobilnost v Porsche Slovenija, o celostni ponudbi vsega, kar danes potrebuje podjetje v povezavi z elektriko, in o znamki MOON, ki je na trgu okroglih pet let.

Piše: Jak Vrečar

Foto: Miran Juršič

Pet let je kratka doba, pa vendar so bile spremembe v naših življenjih v tem času velikanske.

Včasih res kar težko verjamemo, da je iz začetkov električne revolucije, o kateri smo govorili pred petimi leti, danes tu konkretna, oprijemljiva, vseprisotna zgodba o elektriki iz lastnih trajnostnih virov. V poslu je pojmovanje mobilnosti ter pridobivanja, hranjenja, uporabe in upravljanja električne energije povsem drugačno. V marsičem smo bili v Porsche Slovenija pred časom, vizionarji, tudi pionirji.

Podjetja so MOON najprej spoznala kot znamko Porsche Slovenija na področju električne mobilnosti.

Drži, da smo leta 2019 sledili usmeritvi koncerna Volkswagen v električno prihodnost. Začeli smo s tem, da smo bili prvi, ki smo govorili o e-mobilnosti, tektonskih spremembah in premiku k elektriki. Avtomobilska mobilnost je bila navsezadnje 25 let primarna dejavnost naše družbe in logično je bilo, da bomo kot slovenska številka ena prvi tudi pri električnih vozilih. V podjetjih je tistim, ki so znali videti korak naprej, hitro postalo jasno, da lahko z električnimi avtomobili optimizirajo stroške za službene poti zaposlenih. Tu se je vse skupaj začelo.

Naslednji korak so bile polnilnice. Ta del je seveda logičen. Pa ste že takrat imeli v mislih tudi širšo zgodbo z elektriko?

Smo. Že pri električnih avtomobilih je bilo jasno, da ti dobijo pravo vrednost, ko jih podpira infrastruktura. Tako smo bili med prvimi, ki smo postavljali polnilnice, tudi hitre, v naši prodajno-servisni mreži. In ko so stale tam, je bilo logično, da jih ne bomo imeli le za svoje avtomobile, ampak jih bomo odprli tudi drugim. Iz tega je zrasel MOONcharge,

ki je danes celostni sistem za polnjenje električnih vozil ter omogoča preprosto uporabo naših in partnerskih polnilnih postaj. Sočasno smo enak sistem uvajali v podjetjih, v katerih so se odločili za naše električne avtomobile. Z lastnimi polnilnicami so dobili preprost pregled nad porabo, stroški za vožnje so se zmanjševali, hkrati pa je spremljanje stroškov postalo zelo preprosto. V podjetju so dobili digitalni vpogled, dobesedno na enem računu so videli, koliko porabijo, poleg tega pa naša rešitev pokriva polnjenje tako na službenih polnilnicah kot tudi na domačih polnilnicah zaposlenih, kjer je to potrebno, in seveda na nekaj deset tisoč javnih polnilnicah. To je bil velik korak naprej v naslednje obdobje.

Zanimivo je, kako se je spremenilo dojemanje trajnostne energije v podjetjih. Še pred nekaj leti so se s ceno energije ukvarjali le redki, veliko več se je govorilo o avtomobilih, drži?

Danes se zdi to povsem na dlani, ampak leta 2020, ko smo prodajali predvsem električne avtomobile in postavljali prve polnilnice znamke MOON, nas je marsikdo spraševal, zakaj se ukvarjamo še s tem in ali nismo »avtomobilisti«. Ampak tu se najbolje vidi, kako se je prelevil MOON. Ko smo takrat prišli k novim partnerjem v podjetje, smo se pogovarjali o številu vozil, ekonomiki prehoda s klasičnih na električne avtomobile, morda še o kakšni polnilnici zanje. Avto je bil tisti prvi kontakt, ki je spodbudil razmišljanje o znamki MOON kot ponudniku. Potem se je sčasoma, ko smo bili vedno bolj prisotni na trgu energetskih rešitev, zgradili nekaj sto sončnih elektrarn in prodali na stotine polnilnic, zgodba obrnila. Videli so, da je zgodba s sončno elektrarno na strehi, hranilnikom in sistemom za upravljanje porabe v objektu

veliko večja. MOON se je, če lahko rečem, kot znamka osamosvojil, iz znamke, povezane z e-mobilnostjo, je postal znamka celostne zgodbe trajnostne energije. Dejansko danes zelo pogosto sodelovanje s podjetji začnemo pri energiji, sončnih elektrarnah, z oceno porabe elektrike, pregledom konic, s pogovorom o tem, kaj bodo v podjetju delali čez leto, dve ali pet let in kako lahko na njihovo poslovanje vpliva cena energije, omrežnine. Imamo tudi partnerje, ki so v voznem parku imeli ali pa še imajo avtomobile drugih znamk. MOON ni izključujoč. Da ne bo pomote: še vedno verjamemo, da lahko vsakemu podjetju ponudimo tudi najboljše in najširšo ponudbo električnih vozil. Tu se je v petih letih prav tako zgodilo ogromno in avti, ki jih imamo v ponudbi, so vrhunski.

V zadnjih letih smo vsi zelo jasno spoznali, kaj pomeni nihanje cene elektrike.

Izzivov ni manjkalo. Ampak odzivi s trga, pozitivne reakcije uporabnikov, od manjših do velikih podjetij in institucij, stanovanjskih skupnosti, skratka, z vseh koncev, so nam jasno sporočali, da smo na pravi poti - in prav na ta način, s priporočili obstoječih strank, smo dobili tudi ogromno novih. Pri tem smo se držali načela, da si želimo biti korak pred drugimi, ponujati najboljše in najbolj inovativne storitve, produkte in poslovne modele, hkrati pa trg tudi demokratiziramo in odpiramo vrata za sodelovanje. Logična nadgradnja sončnih elektrarn so hranilniki in sistemi za energetske upravljanje, kot je naš optiMOON. Lahko bi rekli, da teh ne ponujamo, lahko bi pripeljali proizvode iz tujine. Pa smo se raje odločili za razvoj in iskanje dobrih izdelkov doma ter prišli do družbe TAB iz Mežice. Enako smo se povezovali na področju drugih programskih in produktnih rešitev, na primer z Amibitom, Etreloom ... Ne pripisujemo si ekskluzivnih zaslug za napredek. Lahko pa brez lažne skromnosti rečemo, da smo med tistimi, ki smo vlekli in še vlečemo voz trajnostne elektrifikacije naših življenj v Sloveniji.

Zdaj ponujate podjetjem tudi električno energijo? Zakaj?

Ker je tudi to logično nadaljevanje zgodbe. Električni voznik, polnilne postaje, sončna elektrarna, hranilnik, sistem za upravljanje energije optiMOON ... Recimo, da imate v podjetju vse to: zakaj bi se zdaj ustavili in tisto elektriko, ki je ne morete proizvesti sami, kupovali nekje drugje? Zakaj bi se morali ob tem, da vam vse drugo uredimo mi, sami ukvarjati z novimi pogodbami za dobavo in odkup električne energije, za samooskrbo? Veliko preprosteje je, da je tudi to v paketu in še to uredite pri nas, seveda pod zelo ugodnimi pogoji. Zato smo šli naprej z MOONelektriko.

Za manjša in srednja podjetja imamo že danes ponudbo, ki je pregledna in preprosta. Ta jasnost je nekaj, kar v podjetju močno olajša delo. Nihče si ne želi naložiti dodatnega dela, ves čas iskati odgovorov, koliko ga kdaj stane elektrika, kje jo plačuje preveč, kje izgublja. Tu smo z MOONelektriko skupaj s podjetjem Ngen, ki je pri tem projektu naš partner kot inovator na področju sistemskih energetskih rešitev, ustvarili optimalne pakete za električno energijo. Ne glede na to, ali v podjetju že imate svojo sončno elektrarno ali pa le iščete zanesljivega ponudnika in si želite zgodbo razširiti, ko bo pravi čas, ima MOONelektrika že ponudbo za vas.

Za manjše odjemalce je ta standardizirana, določeno je tudi, kako lahko izkoriščajo ali prenašajo presežke energije, kar je posebnost. Nismo pa omejeni le na manjša podjetja. Individualno delamo tudi z velikimi družbami. Pri teh je toliko specifik, da se ne dajo spraviti v kalup.



Tu pa izkoriščamo naše znanje in izkušnje, skupaj gremo v drobne potrebe in možnosti ter razdelamo infrastrukturo in upravljanje tako, da je takemu podjetju danes na voljo trajnostna energija po najboljši ceni, hkrati pa v njem vedo, da se bodo lahko ažurno prilagajali razmeram tudi v prihodnosti.

Je z MOONelektriko vaš električni krog zdaj sklenjen?

To vprašanje smo pri znamki MOON v preteklih petih letih že velikokrat slišali. Drži, da smo s ponudbo električne energije zdaj resnično celostni ponudnik, vendar pa ne bom rekel, da je to naša zadnja postaja. Veliko stvari že imamo in o sistemih za upravljanje porabe optiMOON ali pa o rešitvah, ki so posebej razvite za poslovne uporabnike, njihove poslovne prostore ali proizvodnjo, bi lahko govorili v nedogled. Povezujemo se z zunanjimi deležniki, na primer občinami, in izkoriščamo prednosti, ki jih ponujajo druge družbe v našem širšem sistemu. V sodelovanju s Porsche Finance Group Slovenia tako MOON ponuja različne lizinge in druge oblike financiranja, tudi za polnilne postaje, v uporabi so že storitve car sharinga in še kaj. V marsikaterem podjetju na primer polnjenje na postajah ponujajo tudi zunanjim uporabnikom ali pa svojim zaposlenim za zasebno rabo. Povezujejo se v energetske skupnosti, odkrivajo dodatne možnosti za optimizacijo svojih stroškov. Naš ekosistem se torej še naprej širi in razvija. Ključno pa je, da se da vsak nov produkt ali storitev povezati z obstoječimi proizvodi in storitvami, čim preprosteje uporabljati ter kar se da pregledno upravljati, pa tudi cena mora biti čim ugodnejša. Krog je sicer sklenjen, a to ne pomeni, da smo končali, seveda se bo še večal. Pripravljamo že nove storitve, nove rešitve, nove poslovne modele za naše sedanje in prihodnje uporabnike.

Golfovih 50

Letošnjo pomlad za Volkswagen zaznamuje eden izmed najpomembnejših jubilejev znamke. Konec marca 1974, torej pred petdesetimi leti, se je začela serijska proizvodnja Golfa. Po njem so z leti poimenovali največji avtomobilski razred, vsekakor pa je neizpodbitno dejstvo, da je Golf ikona, ki si je v svetu avtomobilizma našla popolnoma svoje mesto.

Piše: Matjaž Tomažič



Predzgodba

Začetek 70. let

Evropska avtomobilska javnost je nestrpno pričakovala naslednika do tedaj najuspešnejšega avtomobila vseh časov, popularnega hrošča. Ta se je sicer še vedno dobro prodajal, kljub temu pa se je takratni prvi mož koncerna Volkswagen Kurt Lotz zavedal dejstva, da bo za nadaljevanje uspešne hroščeve zgodbe treba vpeljati radikalne tehnične spremembe. Motor in pogon sta se morala iz zadka preseliti v sprednji del avtomobila. Volkswagen se je pri tem modro oprl na svojo veliko investicijo: leta 1964 je namreč od družbe Daimler-Benz kupil znamko Audi. Danes ni skrivnost, da je bil cilj tega nakupa prevzem tehnologije sprednjega motorja in motorjev z vodnim hlajenjem, Volkswagen pa je pridobljeno znanje in izkušnje v prihodnjih desetletjih odlično izkoristil. Leta 1973 je namreč na trg poslal Passata in v hipu je postalo jasno, da si zvesti Volkswagnovi kupci želijo tudi dostopnejši, vendar hkrati sodoben in tehnično napreden avtomobil.

O Golfu se ni vedelo veliko. Avtomobilska javnost je pričakovala vizualno in konstrukcijsko nekoliko drugačno vozilo, a takratni Volkswagnovi inženirji so od vodstva dobili jasno navodilo, da morajo imeti avtomobili, ki jih bodo predstavili v prihodnjih letih, podobno konstrukcijo, hkrati

pa tudi izžarevati, da so med seboj družinsko povezani. Šlo je torej za zelo napredno idejo, podobno sodobnim platformskim strategijam.

Volkswagen je v času Golfovega debija užival sloves proizvajalca kakovostnih in trpežnih, torej tipičnih nemških avtomobilov. A Golf, ki je bil s konstrukcijskega vidika popolno nasprotje svojega predhodnika hrošča, vsaj na prvi pogled ni bil tako zelo nemški. Samonosno karoserijo je namreč izumila italijanska Lancia, karoserijsko obliko »hatchback« so že pred časom usvojili Francozi, prečno postavljen motor z menjalnikom na levi strani in različno dolgimi polosovinami pa so že nekaj let uporabljali pri italijanskih Autobianchiju in Fiatu. Poleg tega so Nemci vlogo prvega oblikovalca zaupali studiu Italdesign, ki ga je takrat vodil zelo znan in uspešen Giugiaro. Vseeno pa bi Golfu že takrat storili veliko krivico, če bi trdili, da v njem ni pravega nemškega avtomobilskega duha in hroščeve kakovosti. S svojim občutkom za avtomobilsko nadpovprečje so namreč Volkswagnovi inženirji pripravili in v celoto zgnetli izključno najboljše, kar je sodobni avtomobil takrat potreboval in za razumen denar lahko ponujal.

Golf 1 (1974-1982)

Legenda je rojena

Če se na Golfa prve generacije ozremo skozi prizmo ustrezne časovne distance, je bilo ob pogledu na njegove takratne najneposrednejše tekmece hitro jasno, da bo tako kot Passat postal prodajna uspešnica. Ni jasno, ali je šlo za naključje ali eno najboljših strategij v zgodovini avtomobilizma, a Golf je na trg prišel v idealnem trenutku. Takratna Ford Escort in Opel Kadett sta kot relikta še vedno ždela v poznih šestdesetih letih, italijanski Fiat 127 in francoski Renault 5 sta bila občutno manjša, Simca 1100 je kljub genialnemu prostorskemu konceptu tehnično močno zaostajala, Citroën GS in Alfa Romeo Alfasud pa sta bila za bolj zadržane kupce preveč avantgardna.

Golf je hitro postal avtomobilski hit. Že leta 1976 je s tekočega traku pripeljal njegov milijonti primerek, leta 1979 pa je število prodanih vozil tega modela že preseгло 2,5 milijona. Povsem razumljivo, saj je že sam na sebi, še dodatno pa z različnimi izvedenkami in inačicami, pokrival številne segmente - od preprostega vsakdanjega avtomobila ali tovornega in flotnega službenega vozila ter vse do za marsikoga sanjskega GTI-ja in Cabrioleta. Leta 1976 je na trg prišel GTI, ki so ga sprva nameravali izdelati v

samo pet tisoč primerkih, a se je v vrsto preprosto postavilo preveč kupcev, da bi ostalo pri tem. Istega leta so predstavili tudi Golfa z dizelskim motorjem, ki so ga z odprtimi rokami sprejeli tako številni zasebni kupci kot tudi upravljavci velikih avtoparkov.

Leta 1979 je iz tovarne Karmann pripeljal prvi Golf Cabriolet, ki so ga izdelovali vse do leta 1992. Leta 1982 je Golf dobil tudi različico GTD, ki jo je poganjal turbodizelski motor s 70 konjskimi močmi. Že leta 1975 je bila za doplačilo na voljo klimatska naprava, na seznamu dodatne opreme pa so se našli tudi prestižni dodatki, kot so sončna streha, centralno zaklepanje ali avtomatski menjalnik. Leta 1983, ko je na vrata avtomobilskih salonov že trkal naslednik, Golf 2, so v Sarajevu začeli izdelovati tovorno različico Caddy, ne smemo pa pozabiti tudi na izvedbo z limuzinskim zadkom, ki so jo poimenovali Jetta.

Golf prve generacije je bil deležen dveh manjših osvežitvev in ene nekoliko obsežnejše, na južnoameriških trgih pa so ga z minimalnimi modifikacijami izdelovali vse do leta 2009.

Golf 2 (1983-1992)

Tisti, ki je zaznamoval evropsko in domačo avtomobilsko panoramo

Golf prve generacije, ki je v začetku osemdesetih let predstavljal kar 40 odstotkov celotne Volkswagrove prodaje vozil, se je odlično prodajal tudi v zadnjih letih njegove proizvodnje. A evropska avtomobilska javnost je že pričakovala prihod njegovega naslednika. Lahko si predstavljate, kako napeti so bili ljudje, zbrani v vodilnih oblikovalskih, razvojnih in marketinških timih, ko so se znašli pred zelo težko nalogo: ponoviti uspešno zgodbo, ki bo še naprej narekovala standarde v razredu.

Jasno je bilo, da bo nova generacija Golfa prinesla sodobnejšo mehaniko in nekaj novih tehničnih detajlov, ljudje pa so pričakovali predvsem več dizajna in nasploh več avtomobila. Pred končno potrditvijo zunanje podobe Golfa 2 so se v Volkswagnu odločali med desetimi idejami in na koncu izbrali kreacijo hišnega oblikovalca Herberta Schäferja. Menda Golf druge generacije takratnih avtomobilskih novinarjev ob predstavitvi ni preveč navdušil, a sam lahko z današnje časovne distance mirno zapišem, da je bil to skladen, všečen in za tiste čase tudi lep avtomobil.

V primerjavi s prvo generacijo je močno zrasel. Ko je prišel na trg, je s svojimi merami močno presegel takratne razredne standarde. Pridobil je tudi maso. Osnovni model je tako tehtal 780 kilogramov, par zadnjih bočnih vrat je dodal 90 kilogramov, najtežji modeli s štirikolesnim pogonom pa so lahko dosegli tudi 1250 kilogramov.

Znatno večja karoserija je konstruktorjem ponujala tudi več prostora za implementacijo turba, hladilnika zraka, zmogljivejše klimatske naprave, večjega rezervoarja za gorivo in štirikolesnega pogona Syncro. Tudi Golf 2 je z leti kupcem ponujal vedno več: GTI-ja s šestnajstventilskim motorjem, različico s prisilnim polnjenjem G60, model Rallye, terenskega Countryja in vrsto posebnih priložnostnih modelov, ki so imeli različne stopnje opreme in pogonskih konfiguracij.

Skupaj je Volkswagen izdelal nekaj več kot 6,3 milijona Golfov druge generacije, v svoji življenjski dobi pa je Golf 2 doživel dve oblikovni posodobitvi.



Golf 3 (1992-1997)

Revolucionarna TDI in VR6

Potem ko je Golf 2 zabetoniral Golfov razred, je bilo jasno, da bo nadaljevanje te avtomobilske zgodbe tudi v prihodnje samo še uspešno. Tretja generacija je morala enako kot druga po prvi narediti konkreten oblikovalski odmik tako v notranjosti kot zunaj, a si s tem pri Volkswagnu tokrat niso tako zelo belili glave kot pred desetimi leti. Pozornost so preusmerili na tehniko in pogonske sklope, s katerimi so v okviru razreda naredili verjetno največji korak naprej v Golfovi zgodovini.

Golf 3 je bil namreč prvi serijski Golf, ki ga je poganjal 1,9-litrski turbodizelski motor z neposrednim vbrzganjem goriva, bolj znan kot TDI. Kratica, ki je avtomobilski svet zaznamovala vsaj tako močno kot GTI, je skozi leta postala sinonim za varčnost, trajnost, nizke stroške

vzdrževanja in zmogljivost. Seveda pa TDI ni bil edina novost, ki jo je na področju motorjev v razred prinesel Golf. Ne smemo namreč pozabiti na kompaktni šestvaljni motor VR6, s katerim je Golf (pa tudi Vento, Passat in Corrado) z vidika pogonske konfiguracije zapeljal na prag srednjega razreda.

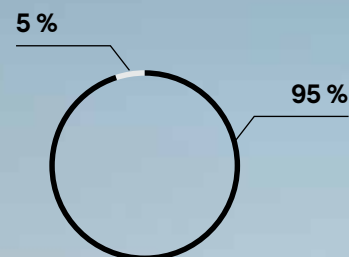
Golfu 3 so v primerjavi z dvojko izboljšali tudi osnovno opremljenost. Vsi modeli razen osnovnega 1,4-litrskega bencinarja so imeli servovolana, za doplačilo pa so bile na voljo tudi varnostne blazine. Mnogi so se zelo razveselili prihoda prvega Golfa s karavanskim zadkom, ki se je imenoval Variant, na voljo pa je bil tudi kot kabriolet in štirikolesna limuzina Vento. Skupaj so izdelali nekaj manj kot pet milijonov primerkov Golfa tretje generacije

Golf 4 (1998-2005)

Korak proti premijskemu razredu

Koncern Volkswagen je s četrto generacijo jasno nakažal strategijo za novo tisočletje: Golf ne bo več tipičen predstavnik ekonomskega razreda, ampak bo zapolnjeval praznino med premijskim Audijem ter cenejšima Škodo in SEAT-om. S skrbno preišljenim oblikovanjem in previdno izbiro materialov v notranjosti se je ta model tudi dejansko odmaknil od pojmov, kot sta preprosto in skromno.

Tudi pri tem Golfu ni manjkalo številnih priložnostnih različic, najekskluzivnejši pa je bil vsekakor model R32, ki danes že sodi med cenjene zbirateljske primerke. Ponudbo je zaznamovala tudi izredno široka motorna paleta. Poleg štiri- in šestvaljnih motorjev je bil na voljo 2,3-litrski petvaljnik, motorji TDI pa so dosegali še pred nekaj leti nepredstavljivi 150 konjskih moči. Velik tehnični preskok je bila uvedba naprednejšega in lažjega štirikolesnega pogona 4MOTION s Haldexovo sklopko.



V Sloveniji je med trenutno registriranimi Golfi 95 odstotkov vozil v lasti fizičnih, 5 odstotkov pa v lasti pravnih oseb.



Golf 5 (2005-2009)

TSI, DSG in enoprostorec

Golfu 5 lahko pripišemo obilico revolucionarnega duha, predvsem pri pogonskih sklopih. Motorno ponudbo so zaznamovali bencinski motorji FSI in TFSI (neposredni vbrizg goriva), v naboru dizelskih motorjev pa se je prvič znašel tudi sodobnejši in zmogljivejši 2,0-litrski štirivaljni TDI. Med najpomembnejšimi novostmi je bil dvosklopčni menjalnik DSG, ki je zaradi zanesljivega delovanja in odlične usklajenosti z motorjem povzročil, da so se kupci

množično odločali za samodejni menjalnik. V primerjavi s predhodnikom je Golf 5 precej zrasel. Medosna razdalja in dolžina sta se povečali za konkretnih sedem centimetrov, temu primerno razkošnejši pa je bil tudi prostor v kabini. Karoserijsko ponudbo je dopolnil Golf Plus, ki se je s povišano streho in večjimi stranskimi okni spogledoval z razredom enoprostorcev.

Golf 6 (2008-2016)

Tehnična in vizualna modernizacija

Šesta generacija Golfa je na področju kakovosti, izdelave, materialov in splošnega premijskega vtisa na novo napisala standarde razreda. Implementacija najnovejših in najučinkovitejših tehnologij v pogonske sklope je zmogljivosti

okolju prijaznih štirivaljnih motorjev dvignila do stopnje, ko so se šestvaljni agregati lahko dokončno poslovili, za prav vse motorje iz ponudbe pa se je zdelo, da svojo nalogo opravljajo odlično.

Golf 7 (2012-2020)

Dinamika, hibridizacija, elektrifikacija

Praktično vsaka generacija Golfa je bila kot prototip ali v manjših serijah gnana tudi z električnim pogonom, modeli pa so se imenovali CityStromer. Prav to pionirsko delo je Volkswagnu omogočilo, da je s sedmo generacijo Golfa med prvimi elektrificiral kompaktni razred. Električni e-Golf seveda ni bil edini Volkswagnov prispevek k uvedbi alternativnih avtomobilskih pogonov v serijsko proizvodnjo, saj je bila sedma generacija na voljo tudi kot

hibrid (Golf GTE) ter se je izkazala za zelo učinkovito in zanesljivo izbiro.

Golf 7, ki so ga tudi sicer poganjali motorji novih generacij, je postal eden najbolj dinamičnih avtomobilov v svojem razredu. Zaradi dolge medosne razdalje, kratkih previsov in nizkomasne konstrukcije sta se odzivnost in vodljivost skozi zavoje dvignili na najvišji razredni nivo.

Golf 8 (2020-2024)

Digitalizacija

Ob predstavitvi Golfa 8 se je zdelo, da so se pri Volkswagnu odločili svojim kupcem omogočiti vse, kar sodobno vozilo lahko ponudi. Izrazito digitalizirana notranjost, sistemi za delno avtonomno vožnjo, napredni varnostni sistemi, LED matični žarometi, možnost komuniciranja z drugimi vozili in še kakšne napredne rešitve postavljajo Golfa v sam vrh ponudbe v razredu kompaktnih avtomobilov.

Z bogato in celovito paleto pogonskih sklopov Golf 8 tudi z letošnjo posodobitvijo nadaljuje 50-letno tradicijo, v kateri je voznikom in voznicam, pa naj gre za zasebni ali službeni avtomobil, ponujal varnost, zanesljivost ter razvijano in kakovostno servisno mrežo.

Golf kot službeni avtomobil

Volkswagnov bestseller se že desetletja uvršča na praktično vse evropske lestvice najbolj prodajanih flotnih oziroma službenih avtomobilov. Ni naključje, da ga upravljavci velikih avtoparkov ter velika evropska oziroma globalna zasebna in javna podjetja redno vključujejo v svoje flote. Ne samo za kakovost in zanesljivost, Golf je v preteklih desetletjih namreč postal tudi sinonim za uspeh in dober imidž. Slovenska podjetja pri tem niso izjema. Razvejana in kakovostna servisna mreža, zanesljiva in hitra distribucija nadomestnih delov in potrošnega materiala ter konkurenčne cene poprodajnih storitev so atributi, s pomočjo katerih se Golf upravičeno že vrsto let postavlja na piedestal najboljših službenih avtomobilov.

65.147

Golfov je bilo registriranih v Sloveniji junija 2023. Najstarejša dva sta bila izdelana v letu 1976, skupno število Golfov 1 pa je približno 250. S 1650 vozili je na cestah bistveno bolj prisotna druga generacija. Naslednje generacije si sledijo takole: Golf 3 – 1900 vozil, Golf 4 – 13.100 vozil, Golf 5 – 15.000 vozil, Golf 6 – 12.600 vozil, Golf 7 – 24.600 vozil.

75 %

Golfov pri nas poganja dizelski motor (48.800 vozil), 15.700 jih ima bencinski motor, 610 pa je električnih.

13,3 leta

je povprečna starost Golfa v Sloveniji.

37.000.000

Golfov je Volkswagen izdelal od 29. marca 1974 do danes.

2000

kupcev se odloči za Golfa vsak dan.

6.900.000

primerkov Golfa 1 je bilo prodanih, s tem pa je to najbolj prodajana generacija tega modela.



Rodil se je še bolj divji!

Born bo, čeprav je del družine CUPRA že od leta 2021, polnokrven član plemena postal šele s to najnovejšo in najzmogljivejšo različico, za kakršne imajo pri CUPRI rezervirano oznako VZ (veloz ali hitro).

Električni motor na zadnji osi zagotavlja moč 240 kilovatov (326 konjskih moči), kar je za 40 odstotkov več kot pri različici e-Boost. Navor je prav tako povečan na osupljivih 545 njutonmetrov, to pa je celo za 75 odstotkov več kot pri kateri koli drugi različici. To pomeni, da lahko CUPRA Born VZ z mesta do hitrosti sto kilometrov na uro pospeši še sekundo hitreje kot inačica e-Boost, saj za to potrebuje samo 5,6 sekunde. Da pa vse skupaj ne gre na račun učinkovitosti, so pri CUPRI dokazali z dosegom. Z

nekoliko zmogljivejšo baterijo (79 kilovatnih ur) je ta kar 599 kilometrov, največja moč polnjenja pa doseže 185 kilovatov. Inženirji so zmogljivostim priredili tudi podvozje in zavore. Paket podvozja DCC Sport prinaša nove blažilnike in vzmeti s posodobljenimi nastavitvami ventilov v blažilnikih ter zasnovano vzmeti na sprednjem delu, čvrstejši pa so tudi stabilizatorji. Vse to zagotavlja boljši nadzor nad karoserijo vozila in hkrati učinkovitejše blaženje grbin na cesti. CUPRA Born VZ je nadgrajen z novo strojno in programsko opremo za bolj športno vožnjo, tudi zavore so posodobljene in ponujajo močnejši, robustnejši odziv na pedal. V notranjosti še najbolj presenetijo školjkasti športni sedeži CUP, ki so oblečeni v trpežno in predvsem lahko prevleko iz lanenih vlaken.

Od koncepta do serijskega avtodoma



Julija se bo začela predprodaja nove generacije kultnega avtodoma, s katerim je Volkswagen spremenil dojemanje tako imenovanih minivanov. California je zdaj na trgu na novo osmišljena, narejena na osnovi podaljšanega Multivana (5,17 metra), s serijskimi dvojnimi drsnimi vrati in strešnim (pop-up) šotorskim ležiščem. Prvi modeli bodo pri kupcih v drugi polovici leta.

Odslej je California še bolj uporabna in udobna, hkrati pa je še vedno priročna tudi kot velikoprostorec za vsakodnevne potrebe. Novi lastnik se lahko odloča med petimi opremskimi verzijami.

Vstopni model Beach je na voljo s tremi ravnimi opreme, še vedno pa ima homologacijo osebnega vozila. Osnovni Beach je opremljen s šestimi posameznimi sedeži in dvižno platneno streho ter ležiščem. Sledi Beach Tour, ki dodaja še ležišče v kabini, Beach Camper pa mini izvlečno kuhinjo. Coast in najbolj opremljeni Ocean sta avtodoma s čvrsto vgrajeno kuhinjo v boku za voznikom z enim gorilnikom, pomivalnim koritom in izvlečnim hladilnikom. Postelja (na podrtih naslonih sedežev) v kabini meri 1,06 x 1,98 metra, v nadstrešku pa 1,14 x 2,05 metra. Šotorska nagradnja omogoča stojno višino 2,1 metra, če je spalni podest dvignjen.

Ko si motošport in elektrika podata roke

Iz izjemno dolge in uspešne zgodovine v avtomobilskem športu, predvsem v reliju, črpajo pri Škodi tudi navdih za serijske modele, predvsem takrat, ko je treba izkoristiti znanje in izkušnje pri oblikovanju, aerodinamiki, podvozju ... Nov koncept dirkaško agresivnega videza poskuša prav to - združevati trajnostni način pogona z dinamiko in športnostjo, hkrati pa je več kot le oblikovalska ideja za model, ki ima še največ skupnega s trenutnimi dirkalniki kraljevskega razreda v prvenstvu WRC. Postal bo namreč funkcionalen prototip, ki bo tudi nekakšen Škodin vozni laboratorij, v katerem bodo preizkušali natančno določene tehnične in konstrukcijske spremembe ter nadgradnje za zmogljiva električno gnana vozila.

Enyaq RS Race je zasnovan na modelu Enyaq Coupé RS, bo pa vozni koncept nižji, širši, lažji in aerodinamično optimiziran. Imel bo novo podvozje, 20-palčna platišča in pnevmatike, veliko zadnje krito, vgrajeno varnostno kletko ter dva dirkaška sedeža, kar nekaj elementov pa bo izdelanih iz lahkih kompozitnih materialov.





Več udobja in dosega

Q7 in Q8, največja modela iz Audijeve serije Q, sta bila tudi v priključnohibridni verziji deležna prenove, predvsem pogonskega sistema, tako da je doseg z električnim motorjem zdaj celo do 90 kilometrov. Prav tako so bili optimizirani vozni programi, to pa poleg dosega povečuje tudi udobje in učinkovitost.

Pogonski del obeh priključnih hibridov je sestavljen iz trilitrskega šestvaljnika z močjo 250 kilovatov (340 konjskih moči) in kompaktnega elektromotorja (PSM) z največ 130 kilovati in 460 njutonmetri navora. Baterija je zmogljivejša. Njena nova zasnova omogoča kapaciteto 25,9 kilovatne ure bruto in 22 kilovatnih ur neto pri 370 voltih. To pa tudi pomeni, da je popolnoma električen doseg do

90 kilometrov na mestnih območjih (WLTP EAER City), kar je blizu kombiniranemu dosegu do 85 kilometrov (WLTP EAER). Največja sistemska moč pri 55 TFSI e quattro je 290 kilovatov (394 konjskih moči), sistemski navor pa 600 njutonmetrov. Z mesta do hitrosti sto kilometrov na uro Q7 in Q8 pospešita v 5,7 sekunde. Višje v ponudbi je še 60 TFSI e quattro, ki ima tudi prednosti novega elektromotorja z največ 360 kilovati sistemske moči (490 konjskimi močmi) in do 700 njutonmetri navora. V tej konfiguraciji Q7 in Q8 iz mirovanja do hitrosti sto kilometrov na uro pospešita v petih sekundah. Vse različice imajo omejeno največjo hitrost 240 kilometrov na uro, pri čemer je maksimalna hitrost na električni pogon 135 kilometrov na uro. Baterija se polni z močjo do 7,4 kilovata, povsem napolnjena pa je v približno treh urah in 45 minutah.

Nekoliko drugače delujejo tudi vozni programi in polnjenje med vožnjo, kar povečuje učinkovitost. Motor polni baterijo le pri hitrosti nad 65 kilometrov na uro, prednost daje rekuperaciji (do 80 kilovatov), pri pospeševanju pa je večji poudarek na delu e-motorja. Ob tem so modeloma PHEV pri Audiju prvič namenili tudi možnost aktivnih elektromehanskih stabilizatorjev in štirikolesnega krmiljenja. Spisek serijske opreme je tudi sicer zdaj daljši, 60 TFSI e quattro je na primer že serijsko opremljen s paketom zunanosti S Line in športnim paketom ter seveda z vsemi spremembami in dodatki, ki so jih predstavili že ob prenovi obeh modelov.

Najbolj zmogljivi ID. Buzz z dvema motorjema

Oznako GTX, pri Volkswagnu rezervirano za najbolj športne električne avtomobile, si bo po novem pripel tudi ID. Buzz, največji model električno gnane serije ID. Priznajte, 250 kilovatov in 4MOTION - to v tem paketu zveni precej vznemirljivo. Družina ID. je tako zdaj tudi športno zaokrožena, saj so prav vsi modeli že ali bodo v kratkem na voljo z najzmogljivejšo pogonsko kombinacijo, ki jo v glavnem, ne pa nujno, sestavlja tudi štirikolesni pogon. Ta je pri Buzzu vključen tako v kratki kot v podaljšani verziji (+ 250 milimetrov).

V tem primeru gre za dvomotorno verzijo, pri kateri zadnjo os poganja pogonski sklop z močjo 210 kilovatov in s 560 njutonmetri navora, prednji pa v kombinacijo prispeva 80 kilovatov in 134 njutonmetrov. Sistemska moč je omejenih 250 kilovatov ali 340 konjskih moči. Pri znamki pravijo, da Buzz GTX doseže (omejeno) hitrost 160 kilometrov na uro, z mesta do hitrosti sto kilometrov na uro pa pospeši v približno 6,5 sekunde.



Kupci bodo lahko izbirali med dvema baterijama, pri čemer je novost najzmogljivejša s kapaciteto 79 kilovatnih ur (neto), dosega pa še niso razkrili. Novo baterijo bo mogoče polniti z močjo do 200 kilovatov. Poleg izdatnega oprijema štirikolesnega pogona 4MOTION lahko GTX zdaj vleče celo (zaviran) priklonnik z maso do 1800 kilogramov.

Ob bateriji in dolžini je mogoče izbirati še med pet-, šest- in sedemsedežno verzijo (razporeditev 2/3/2), pri čemer se lahko zadnja sedeža vzdolžno premikata za 150 oziroma 200 milimetrov. Prtljažnik tako meri od 306 (sedemsedežna verzija) pa vse do skoraj 2500 litrov (podaljšana verzija s podrtimi naslonjali).

Novi šef

Z imenovanjem Massima Frascelle za vodjo oblikovanja bo tudi pri Audiju zavel svež oblikovalski veter. Italijan bo zamenjal Marca Lichteja, ki je ta položaj zasedal kar deset let. Frascella, sicer diplomant akademije Istituto d'Arte Applicata e Design v Torinu, je kariero začel v znanem studiu Stile Bertone. Nato je delal za Ford Motor Company in Kio. Od leta 2011 je skrbel za oblikovanje pri znam-

ki Jaguar Land Rover. »Frascella bo zagotovil, da bodo vozila Audi utelešala identiteto znamke z nezgrešljivim in čustvenim oblikovalskim jezikom. Jasnost, natančnost in popolna razmerja so v središču njegove dizajnerske filozofije - to pa so lastnosti, ki se brezhibno prilegajo podobni znamke Audi.« pojasnjuje Gernot Döllner, predsednik uprave Audija.



PORSCHE
SLOVENIJA

Izdajatelj:

Porsche Slovenija d. o. o.,
Bravničarjeva ulica 5, 1000 Ljubljana
www.porsche-slovenija.si, www.poslo.si

Odgovorna urednica:

Sabrina Pečelin,
sabrina.pecelin@porsche.si

Idejna in oblikovna zasnova

ter uredništvo:

PM, poslovni mediji, d. o. o., www.p-m.si

Glavni urednik:

Igor Savič, igor.savic@p-m.si

Izvršna urednica:

Barbara Bizjak, barbara.bizjak@p-m.si

Fotografije:

Arhiv Porsche Slovenija,
Miran Juršič, Shutterstock

Tisk: SCHWARZ PRINT d. o. o.

Datum natisa: maj 2024

Naklada: 1.300 izvodov

ISSN C507-0635

Na revijo Poslovni Carzine se lahko naročite na spletni strani www.poslo.si (Medijsko središče).

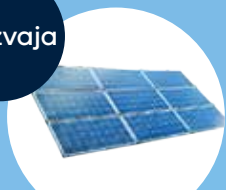
Celovite energetske rešitve za vaš dom in podjetje

Energija



MOONelektrika

Proizvaja



Sončna elektrarna
MOON

Hrani



Hranilnik električne
energije **POWER**

Upravlja



Sistem energetskega
upravljanja
optiMOON

Polni



Polnilna postaja
MOON



MOONelektrika | Sončne elektrarne | Hranilniki električne energije | Sistem energetskega upravljanja | Polnilne postaje