

Drive

PORSCHE
ALBANIA

06/16

04

Rritje e Qëndrueshme

A Steady Growth

06

Audi i Ri Q2

New Audi Q2

08

Volkswagen E-Golf



12

Një SUV Spanjoll

A Spanish SUV

22

Google Street View

> Përmbajtja Content



6



8



9



12



16



22

3	I dashur lexues / Dear Reader
6	Audi i Ri Q2 / New Audi Q2
8	Volkswagen E-Golf
9	E-Servis
10	Në Udhëtim / On The Road
12	Një SUV Spanjoll / A Spanish SUV
16	Një Arsye / One Reason
19	Ishulli që ndryshoi emrin The island that changed the name
20	Makinë e përdorur? Urdhëroni! Used vehicle? Welcome!
22	Google Street View
23	Makina Ime / My car

Revista Drive është një botim periodik i Porsche Albania.

Realizimi: Botues Porsche Albania,
Realizimi grafik: Sourceone

Burimi: Audi: Audi-Mediaservice.com,
SEAT: media.SEAT.com,
VW Makina Tregtare:
volkswagen-media-services.com,
VW Das Auto Magazine
ŠKODA: press.ŠKODA-auto.com.

Për komente, pyetje apo sygjerime ju lutem na kontaktoni në office@porsche.al ose në numrin e telefonit: +355 (04) 240 74 30.

Porsche Albania,
Autostrada Tiranë-Durrës, Km. 7, Rr. Monun.
Telefon: +355 (04) 240 74 30, Fax.: +355 (04) 240 74 34,
e-mail: office@porsche.al; <http://www.porsche.al>

I dashur lexues, Dear Reader,

Drive with us

Gentian Bushati - Drejtor i Përgjithshëm Porsche Albania
General Manager Porsche Albania



> Prej 5 vjetësh tashmë kemi zgjedhur të vendosim një urë komunikimi me klientët, partnerët e biznesit, miqtë e kolegët e Porsche Albania-s nëpërmjet revistës Drive. Këto 5 vite histori kanë bërë që revista Drive të jetë një mundësi më shumë për t'ju informuar me të reja në fushën e teknologjisë dhe inxhinierisë të markave të Grupit Volkswagen, arrijtjet, eksperiencat si dhe sfidat e tregut automobilistik në Shqipëri por edhe më gjerë.

Pas zgjerimit, në tetor të 2015-s, të mundësive tona të shërbimit me dy sallone të reja (Volkswagen dhe Audi), kapaciteteve të dyfishuara në servis dhe pjesë këmbimi, investimet vazhdojnë. Si marka me performancën më të mirë në tregun e makinave të reja për pasagjerë, ŠKODA ka tashmë një sallon tërësisht të rikonstruktuar me standardet e përcaktuara nga fabrika prodhuese. Në Porsche Albania ne jemi krenarë për këto investime që në total kapin vlerën e rreth 1 milion euro-ve.

Marka ŠKODA vjen tashmë në treg si alternativë e parë për partnerët dhe klientet tanë. Ky investim në sallonin e markës ŠKODA do bëjë të mundur që ne t'ju shërbejmë

klientëve tanë jo vetëm me më tepër profesionalizëm por edhe në kushte më moderne. Falë investimeve të bëra do të kemi mundësi t'ju ofrojmë shërbime më të përparura si në fushën e shitjeve ashtu edhe në shërbimet e passhitjes. Konceptimi i ri i salloni dhe servisi na jep mundësi të orientojmë edhe më tepër të gjithë proceset tona rreth jush dhe nevojave tuaja.

Për të qenë më të mirë dhe me të sukseshmit në tregun Shqiptar kërkohet punë dhe përkushtim por edhe vision dhe guxim. Porsche Albania shpejt do të hap një kapitull të ri në mënyrën e të udhëtuarit në Shqipëri. Prej kohësh tashmë kemi punuar për të ndërtuar infrastrukturën e nevojshme për të tregëtuar dhe ofruar shërbimet e pas shitjes mjeteve tërësisht elektrike. Ky hap na vendos në një pozitë avangard në tregun Shqiptar. Krijon mundësi krejtësisht të reja biznesi dhe si rrjedhojë edhe mendësi të reja përsa i përket mobilitetit, kostove të mirëmbajtjes, perceptimeve të reja ambientaliste si dhe një realitet krejtësisht të ri për partnerët tanë. Ne në Porsche Albania jemi të sigurt që në të ardhmen Volkswagen Group do të zhvillojë edhe më tej gamën e makinave elektrike si pjesë e strategjisë 2025 dhe ne do ti sjellim,

në kohën më të shkurtër të mundshme, këto zhvillime në tregun Shqiptarë, duke ngulur gjithmonë inovativ dhe strategjik në mënyrën e të bërit biznes në vendin tonë.

Përgjatë vitit ka patur dhe do vazhdojë të ketë një ofensivë modelesh të reja, ku me shumë kënaqësi do përmendja, Volkswagen Tiguanin e ri (Maj 2016), SEAT Ateca e re SUV e parë nga Marka Spanjolle (Tetor 2016), Audi Q2 (Dhjetor 2016) etj. Mjafton një vështrim i shpejtë në këtë rrjeshtim modelesh të reja për të kuptuar se fokusi këtë vit për grupin Volkswagen do të jetë segmenti SUV (sport utility vehicles).

Ecuria në gjashtëmuorin e parë na bëjnë të jemi optimist që edhe ky vit do të jetë një tjetër vit suksesi për Porsche Albania-n. Në faqet në vijim do keni mundësi të lexoni më tepër mbi këto por edhe shumë informacione të tjera nga Porsche Albania.

Në përfundim, ju uroj suksese në planet tuaja edhe në gjysëm të dytë të vitit.

Lexim të mbarë,

> Since 5 years now, we have chosen to establish a communication bridge with the customers, business partners, friends and colleagues of Porsche Albania, through the 'Drive' magazine. During this time we have seen 'Drive' as an important asset of communicating the latest innovations of the Volkswagen Group, the achievements, experiences and challenges of the Albanian automotive market and much more.

Following the expansion in October 2015 of our operational capabilities with two new showrooms (Volkswagen and Audi), the doubled capacity in service and spare parts, our investments continue. As the brand with the best performance in the new passenger vehicles, ŠKODA now has an entirely renovated showroom, in compliance with the brand's and factory standards. At Porsche Albania we are proud of these investments that in total reach the figure of around 1 million Euro.

ŠKODA brand is now the first alternative for

our clients and business partners. Through this investments it would be possible to serve our clients needs not only more professionally but in a more modern set up. Additionally it would be possible for us to offer a new range of services both in the sales and the after sales department. The new design of the showroom will enable us to further tailor our services to Your needs.

Market leadership needs work and dedication but also vision and courage. Porsche Albania will soon start a new chapter in the nature of mobility in Albania. It has been a while since we have started to build the necessary infrastructure for selling and servicing fully electrical vehicles. This initiative improves further the leading position of Porsche Albania in the market. It generates a completely new set of business possibilities in terms of mobility, servicing costs, environmental approach and a brand new reality for our business partners. At Porsche Albania we are confident that Volkswagen Group will further develop its electrical car range as part of its

2025 strategy and we continue to shorten the lead time to introduce these developments in Albania.

During this year, we will have an offensive of new models, whereby I am very pleased to mention the new Volkswagen Tiguan (May 2016), the new SEAT Ateca the first SUV from SEAT (October 2016), the new Audi Q2 (December 2016), etc. It would be enough to take a quick look at the lineup of these new models to realize that the focus for this year for the Volkswagen Group will be the SUV (sport utility vehicles) segment.

The results of the first half of the year gives us the confidence that this year will be another successful achievement for Porsche Albania.

In the end I would like to wish you a successful second half of the year.

Enjoy,

Rritje e qëndrueshme

A steady growth

Të ardhura / Turnover

18.8 miliard €
/billion €

Pika shitjeje / Dealership

628



Salzburg, 16 mars 2016 - Porsche Holding Salzburg (PHS) arriti një tjetër performancë shumë të suksesshme në vitin 2015, duke vendosur rekorde të reja në xhiro dhe automjete të shitura.

Xhiro e konsoliduar u rrit me 10.2% krahasuar me vitin 2014 në 18.8 miliard €.

Një total prej 927,393 automjeteve të reja dhe të përdorura u shitën në sipërmarrjet me shumicë dhe pakicë, një rritje prej 6.9% krahasuar me vitin paraardhës. Mjetet e reja përbënin 670,602 njësi (+7.6%), dhe ato të përdorura 256,791 njësi (+5.2%).

Në mes të vitit 2015, PHS mori përgjegjësinë e tregut për Bosnje-Hercegovinën, çka do të thotë që tani është e pranishme në të gjithë rajonin EQL si importues dhe tregtues i markave të Grupit Volkswagen.

Kompania aktualisht ka sipërmarrje me shumicë dhe pakicë në 25 vende dhe punëson 33,124 persona në mbarë botën (+2.5%).

Rajoni EQL mbetet në një trajektore në ngjitje

Me përjashtim të Ukrainës, tregu i gjithanshëm në vendet e EQL u rrit me ritëm të fortë në disa raste, edhe pse nuk arriti të kapte pikën e lartë të tregut të vitit 2008.

Në të 14 tregjet ku PHS përfaqësohet në këtë rajon, ajo kapërceu rritjen ekonomike rajonale. Me një pjesë tregu prej 18.9% (+0.2%), përmirësoi në mënyrë domethënëse performancën e vet në treg.

Rritjet më të mprehta u regjistruan në Republikën Çeke, në Hungari dhe Rumani si dhe në Shqipëri dhe Maqedoni.

Porsche Česká Republika, importuesi më i madh PHS për nga vëllimi pas Austrisë, rriti

shitjet e makinave të reja në 49,156 automjete (+37.2%).

"Jemi shumë të kënaqur me performancën në të gjithë rajonin EQL dhe tani mund të përfitojmë nga rritja e tregut për shkak të ruajtjes së pranisë sonë në treg," thotë A. Favey, duke komentuar situatën a tanishme të biznesit në tregjet lindore.

Në të gjithë rajonin EQL, PHS shiti 160,730 makina të reja (+15.1%) në përmjet biznesit të importit dhe gjeneroi një xhiro prej 3.2 miliard € (+18.3%) në vitin 2015.

Ritëm i fortë në pakicë

Me 58 shitës të autorizuar (+2), Porsche Inter Auto (PIA) është zinxhiri drejtues i automjeteve për shitjet me pakicë në Austri. Arriti të shiste 44,188 makina të reja, duke gjeneruar një xhiro prej 1.5 miliard €, njësoj me vitin 2014. Për 2015 janë 3,992 persona (-2.5%) janë të punësuar aktualisht në shitësit e autorizuar me pakicë të Porsche Inter Auto.

Shitjet me pakicë të Porsche Inter Auto në EQL dhe Itali

Porsche Inter Auto përfaqësohet në rajonin EQL dhe Itali nga 56 shitësit e vet të autorizuar Porsche Inter Auto, të cilat po ashtu paraqesin një performancë shumë të suksesshme.

Shitjet e makinave të reja u rritën në 62,264 (+16.9%) automjete, duke gjeneruar një xhiro prej 1.6 miliardë Euro (+20.7%). 3,433 persona (+5.3%) janë të punësuar aktualisht në pikat e autorizuar të PIA jashtë Austrisë.

Shitjet me pakicë të Grupit në Gjermani dhe Spanjë

Prej vitit 2012, PHS ka pasur një total prej 158 pika shitjeje të autorizuar (-5) në Gjermani dhe Spanjë, të cilat kombinojnë në dy

nëndegë, VGRD (Volkswagen Group Retail Deutschland) dhe VGRS (Volkswagen Group Retail Spain).

Me mbështetjen e prirejeve pozitive në tregun e përgjithshëm, në të dyja tregjet u regjistruan rritje.

Me 102 shitës të autorizuar, VGRD dorëzoi 84,827 makina të reja (+6.1%), duke gjeneruar një xhiro prej 3.7 miliardë Euro (+10.7%). Numri i punonjësve u rrit me 2.3% dhe arriti 8,410 persona.

Me një ekip prej 1,565 (+3.6%) persona, VGRS shiti 31,266 makina të reja (+20.1%) dhe gjeneroi një xhiro prej 818 milionë Euro (+17.5%) vitin e fundit.

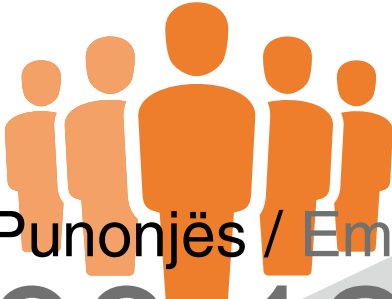
Banka Porsche vazhdon rrugën e saj të suksessit në një vit jubilar

Me mbi 900,000 kontrata financiare dhe sigurimi në 15 vende në portofolin e vet, Porsche Bank vazhdon rrugën e vet të suksessit. Në Austri, arriti rritje të fortë në financa dhe sigurime sipër shërbime bankare për individë dhe për klientë korporata në vitin 2015. Me rritjen e pjesës së tregut në 26.7%, Porsche Bank vazhdon të jetë udhëheqëse e qartë pas 50 vitesh.

Grupi Porsche Bank punëson në total 1,184 persona (362 të vendosur në Austri).

Porsche Holding Salzburg është kompania më e madhe dhe më e suksesshme e Europës në industrinë e automjeteve. Kompania me bazë në Salzburg u themelua në vitin 1949 dhe tani është aktive në 22 vende në Europën Perëndimore dhe Juglindore, si dhe në Kinë, Kolumbi dhe Kili.

Nga 1 mars 2011, PHS zotërohet me pronësi të plotë nga Volkswagen AG.



Punonjës / Employees

33,124



Makina të reja të regjistruara
New car registration

670,602

> Salzburg, 16 March 2016 - Porsche Holding Salzburg (PHS) turned in another very successful performance in 2015, setting new records in turnover and vehicles sold.

Consolidated turnover increased by 10.2% compared with 2014 to €18.8 bn.

A total of 927,393 new and used cars were sold in wholesale and retail operations, up 6.9% compared with the previous year. New vehicle sales accounted for 670,602 units (+7.6%), UC sales for 256,791 units (+5.2%).

In mid-2015, PHS assumed market responsibility for Bosnia-Herzegovina, meaning that it is now present throughout the entire CEE region as importer and retailer of Volkswagen Group brands.

The company currently has wholesale and retail operations in 25 countries and employs 33,124 people worldwide (+2.5%).

CEE region remains on an upward trajectory

With the exception of Ukraine, the overall market in the CEE countries grew at a strong pace in some cases, although it failed to reach the market high of 2008.

On the 14 markets where PHS is represented in this region, it outpaced regional market growth. With a market share of 18.9% (+0.2%), it improved its market performance significantly.

The sharpest increases were recorded in the Czech Republic, in Hungary and Romania as well as in Albania and Macedonia.

Porsche Česká republika, the largest PHS importer by volume after Austria, increased new car sales to 49,156 vehicles (+37.2%).

"We are very satisfied with the performance

throughout the CEE region and can now benefit from the market growth thanks to having maintained our market presence", says A. Favey, commenting on the current business situation in the Eastern markets.

Across the whole CEE region, PHS sold 160,730 new cars (+15.1%) through its import business and generated turnover of €3.2 bn (+18.3%) in 2015.

Strong momentum in retail

With 58 retail dealerships (+2), Porsche Inter Auto (PIA) is the leading automotive retail chain in Austria. It sold 44,188 new cars, thereby generating turnover of €1.5 bn, which is on a par with 2014. 3,992 people (-2.5%) are currently employed in Porsche Inter Auto's retail dealerships.

Porsche Inter Auto's retail in CEE and Italy

Porsche Inter Auto is represented in the CEE region and Italy by 56 of its own Porsche Inter Auto retail dealerships, which also post a very successful performance.

New car sales climbed to 62,264 (+16.9%) vehicles, generating turnover of €1.6 bn (+20.7%). 3,433 people (+5.3%) are currently employed in PIA's retail dealerships outside Austria.

Group retail in Germany and Spain

Since 2012 PHS has been responsible for a total of 158 own dealerships (-5) in Germany and Spain, which are combined in two subsidiaries, VGRD (Volkswagen Group Retail Deutschland) and VGRS (Volkswagen Group Retail Spain).

Supported by the positive trend on the overall market, increases were achieved on both markets.

With 102 dealerships, VGRD delivered 84,827 new cars (+6.1%), thereby generating turnover of €3.7 bn (+10.7%). The number of employees increased by 2.3% to 8,410.

With a workforce of 1,565 (+3.6%), VGRS sold 31,266 new cars (+20.1%) and generated turnover of €818 m (+17.5%) last year.

Porsche Bank continues track record of success in anniversary year

With over 900,000 finance and insurance contracts in 15 countries in its portfolio, Porsche Bank is continuing its track record of success. In Austria it achieved strong growth in finance and insurance for both retail banking and corporate customers in 2015. Having increased its market share in Austria to 26.7%, Porsche Bank is still the clear leader after 50 years.

Porsche Bank Group employs 1,184 people in total (362 are based in Austria).

Porsche Holding Salzburg is Europe's largest and most successful automotive retail company. The Salzburg-based company was founded in 1949 and now operates in 22 countries in Western and South-East Europe, as well as in China, Colombia and Chile.

Since 1 March 2011 PHS has been a wholly-owned subsidiary of Volkswagen AG.

Audi i ri Q2



Edhe disa muaj na ndajnë nga debutimi i modelit më të ri në kategorinë SUV. Audi Q2 shfaqet në skenë si një karakter i veçantë aspak konformist, një tip urban me prerje të shumta gjeometrike. I projektuar si një automjet rinor dhe ofensiv, Audi Q2 garanton lëvizshmëri gati të pakufizuar në trafikun problematik të qyteteve po aq sa zgjon shpirtin e aventurës jashtë rrugëve të asfaltuara. Q2 nuk druhet të tregojë muskujt. Me shpatulla të gjera dhe tipare të prera, ky model reflekton energji dhe vetëbesim. Tavani që zbret drejt fundit dhe linja e ngritur e dritareve të sjellin ndër mend linjën e një kupeje sportive. Këtë efekt e theksojnë më shumë spoileri i çatisë dhe difuzori agresiv.

Audi Q2 ndryshon dukshëm nga vëllezërit e tij me të mëdhenj. Sepse nuk ka një dizajn të qetë e të lëmuar. Audi Q2 është një tip me cepa, jo si te tjerët. Sepse nuk i druhet vëmendjes.

Audi Q2 ndjehet si në shtëpinë e tij në përditshmërinë urbane po aq sa në aventura fundjave. Dizajni progresiv bashkëjeton me

funksionalitetin e lartë, spontaniteti me sistemet më të avancuara të asistencës dhe multimedias.

Megjithëse kompakt në përmasa (4,19 metra i gjatë, 1,79 metra i gjerë dhe 1,51 metra i lartë) Audi Q2 ofron hapësirën e nevojshme për pesë persona. Volumi i bagazhit varion nga 405 litra deri në 1050 litra me sediljet e pasme të palosura.

Gama e motorëve fillon me 1.0 TFSI, motor 3-cilindërsh benzine me 116 kuaj fuqi dhe 1.6 TDI, motor 4-cilindërsh naftë me 116 kuaj fuqi. Te dy këta motorë kanë një konsum që varion midis 4 dhe 5 litra për 100 km. Motorët me fuqi maksimale, si në versionin e naftës, ashtu dhe në atë të benzinës, kanë cilindrata 2.0 dhe gjenerojnë nga 190 kuaj fuqi. Në të dy rastet janë të pajisur me quattro.

Ndonëse Audi Q2 është SUV-ë më i vogël në portofolin e modeleve të Audi-t, është i pajisur me të gjitha sistemet e asistencës, të cilat përgjithësisht i gjejmë vetëm në modelet e kategorive të larta.

Audi "pre sense front" shmang përmes njohjes së radarit të gjitha situatat e rrezikshme të shkaktuara nga kalimtare të pavëmendshëm apo automjete të tjera në rrugë. Adaptive cruise control me funksionin Stop & Go dhe asistenti i trafikut shfrytëzojnë sensorët me ultratinguj dhe kamerën e përparme duke lehtësuar punën e shoferit në situata të ngarkuara, madje mund të marrin përsipër edhe drejtimin e makinës deri në 65 km/h. Sistem drejtimi progresiv për të shtuar karakterin sportiv, profilin i stilit të ecjes Drive Select me pesë kategori auto, comfort, dynamic, efficiency und individual apo amortizim adaptiv janë disa nga opsionet e shumta me të cilat mund të konfigurohet Audi Q2.

Ashtu siç paralajmërojnë elementet individualizues të dizajnit të jashtëm dhe të brendshëm, Audi Q2 ofron një gamë të gjerë opsionesh atraktive, të përdorura kryesisht nga konsumatorët e moshës së re si Audi smartphone interface, App Audi MMI connect apo Bang & Olufsen Sound System.



#untaggageable

> We are just a few months away from the debut of the newest model in the SUV category. The new Audi Q1 appears on stage as a special and non-conformist character, an urban type with numerous geometrical cuts. Designed as a youth and charging car, the Audi Q2 guarantees unlimited mobility in the problematic city traffic just as it awakens a spirit of adventure in off-track roads. The Q2 is not shy to show off its muscles. With broad shoulders and clear-cut features, the model reflects energy and self-confidence. The roof descending toward the end and the elevated window line remind one of a sporty coupe line. The roof spoiler and the aggressive diffuser enhance that effect even more.

Audi Q2 is evidently different from its larger siblings. It does not have a calm and smooth design. The Audi Q2 is a type with edges, not like the others. That's because it doesn't shy away from attention.

The Audi Q2 feels at home both in the urban

daily life and in weekend adventures. The progressive design coexists with its high functionality; the spontaneity coexists with the most advanced assistance and multimedia systems.

Although compact in its dimensions (4,19 meters long 1.79 meters wide and 1.51 meters high), the Audi Q2 provides the necessary space for five persons. The boot volume varies from 405 liters up to 1050 liters with the folded back seats.

The engine range begins with 1.0 TFSI, with a 3-cylinder 116hp gasoline engine and the 1.6 TDI, with a 4-cylinder 116hp diesel engine. Both engines have a consumption that varies between 4 and 5 liters per 100km. Maximal power 2.0 engines, both in the diesel and gasoline versions, generate 190hp and in both cases are equipped with quattro.

Although the Audi Q2 is the smallest in the Audi range, it is equipped with all the assistance systems that you generally find

only in the higher range models.

Audi pre sense front uses radar to avoid all hazardous situations that can occur with careless pedestrians or other vehicles in the street. The Adaptive cruise control with the Stop & Go function and the traffic assist make use of ultrasound sensors and the front camera to make it easier for the driver in certain situations and may also take over driving up to 65 km/h. the progressive steering system to add to the sporty character, the driving style profile Drive select with five categories – auto, comfort, dynamic, efficiency and individual, or adaptive damping are some of the many options to configure the Audi Q2 with.

As the individual elements of the exterior and interior design signal, the Audi Q2 provides a broad spectrum of attractive options, used mainly by young consumers, such as the Audi smartphone interface, App Audi MMI connect or the Bang & Olufsen Sound System.





Prej vitesh tashmë flitet për konkurrencën që motorët elektrikë po i bëjnë atyre me djegie të brendëshme. Madje edhe rënia e çmimit të naftës dhe gazit në tregjet botërore mendohet të jetë ndikuar pikërisht nga ky trend, që tregon rritjen e përgjegjshmërisë së njerëzimit përkundrejt natyrës. Nuk ka asnjë dyshim që çështjet mjedisore kanë marrë një rëndësi madhore në vitet e fundit dhe një nga kollonat kryesore që pritet të ketë ndikim në ngadalësimin e ritmit të ngrohjes globale, është ulja e ndotjes së krijuar nga emetimi i gazrave të automjeteve. Disa shtete evropiane kanë avancuar jashtëzakonisht shumë në këtë fushë, duke krijuar legjislacinon e nevojshëm që pas vitit 2020 (Norvegjia) dhe pas vitit 2025 (Hollanda) të mos tregohen më automjete me motorr me djegie të brendëshme. Këto hapa nënkuptojnë

pa ekzagjerim një revolucion që pritet të ndodhë shumë shpejt në tregun e automjeteve. Në funksion të këtij qëllimi Volkswagen po kryen një rol aktiv, duke ofruar disa modele hibride (benzine + elektrike: Jetta, Golf GTE, Passat GTE) si dhe dy automjete krejtësisht elektrike: e-up! dhe e-Golf. Me një pavarësi prej rreth 160 km për e-up! dhe 190 km për e-Golf, këto dy automjete përshtaten mjaft mirë për lëvizjet e përditshme. Ato janë të pajisura me kabull dhe adaptor në mënyrë që të mundësojnë karikimin nga çdo prizë e zakonshme. Me anë të kësaj metode të thjeshtë, arritja në 100% të kapacitetit të baterisë zgjat jo më shumë se 8 orë. Megjithatë, për ata që e kanë më me ngut, teknologjia e zhvilluar nga Volkswagen dhe partnerët mundëson edhe karikimin e shpejtë prej vetëm 30 minutash të 80% të kapacitetit

të baterisë. Me një konsum prej vetëm 12.7 kWh për 100 km (afërsisht 150 ALL), ulja e kostove që mundësojnë këto mjete është mesatarisht 7-fish me motorët e naftës dhe 10-fish me ato të benzinës. Gjithashtu nëse llogarisim që automjetet elektrike nuk kanë nevojë për shërbime periodike (vaj+filtra) kursimi është edhe më i madh.

Duke patur vizionin që edhe në Shqipëri ashtu si në vendet e Bashkimit Evropian, automjetet elektrike do të shihen me perspektivë dhe me besimin tek marka Volkswagen. Objektivi ynë është që Porsche Albania të jetë koncesionari i parë në rajon që do të ofrojë mundësi shitjeje dhe servisi për mjete të kësaj teknologjie.

Nuk do të jetë e largët dita që do i shohim (jo dëgjojmë) në rrugët e Tiranës!



For years now, there is talk about the competition that electric engines are waging toward internal combustion ones. In fact, even the drop in the price of oil and gas in global markets is thought to have been influenced precisely by this trend, which demonstrates an increased responsibility of mankind towards nature. There is no doubt that environmental issues have assumed major significance in recent years and one of the main pillars that is expected to influence the slowdown of the pace of global warming is the reduction of pollution created by emissions of vehicle gas. Some European countries have advanced incredibly in this area, creating the necessary legislation so that after 2020 (Norway) and after 2025 (Netherlands) will no longer register vehicles with internal combustion engines. Such steps

indicate without exaggeration a revolution expected to take place very soon in the automobile market.

To that end, Volkswagen has undertaken an active role by providing some hybrid models (gasoline + electrical: Jetta, Golf GTE, Passat GTE) as well as two entirely electric vehicles: e-up! and e-Golf. With an independence for about 160 km for e-up! and 190 for e-Golf, these two vehicles are perfectly fitting for daily movements. They are equipped with cable and adaptor that would enable charging on any ordinary socket. Through this simple method, charging 100% of the battery capacity takes no more than 8 hours. However, for those in a hurry, the technology developed by Volkswagen and partners enables fast charging for only 30 minutes up to 90% of the battery capacity. With a

consumption of only 12.7 kWh per 100 km (approximately 150 ALL), the cost reduction that these vehicles enable is about 7 times less than that of diesel engines and 10 times less than that of gasoline engines. Moreover, if we factor in the fact that electric vehicles need no periodical services (oil+filters), saving is even greater.

Having the vision that in Albania, just as in European Union countries, electric vehicles will be seen as having a perspective and with the confidence in the Volkswagen brand, our objective is for Porsche Albania to be the first importer in the region that will have sales and after sales capacities for this new technology.

The day won't be far when we see (not hear) them in the streets of Tirana!

Armand Saliu
Drejtor Volkswagen Makina Pasagjerësh
Volkswagen Passenger Vehicles Brand Manager

Volkswagen E-Golf



E-Servis



> Hedhja në treg e makinave elektrike qofshin ato hibride (e kombinuar me motor me djegje të brendëshme) ose totalisht elektrike ka dhënë një impakt shumë pozitiv edhe në kostot e mirëmbajtjes të vetë kësaj tipologjie mjeti, sidomos kur flasim për kategorinë BEV (Battery Electric Vehicle).

Tashmë është anashkaluar pargjykimi se kjo lloj teknologjie tërheq vetëm ambientalistët apo përdoruesit e etur të teknologjive të reja (early adopters). Mjafton një vlerësim i asaj çka në industrinë tonë i referohemi si TOC (Total Cost of Ownership) për të kuptuar se përfimi në kosto do të bindte edhe më

skeptikët për avantazhet që kjo teknologji ofron. Kontrolli periodik i makinave elektrike 'lehtësohet' një pjesë të rëndësishme të shërbimeve të dosmosdoshme në makinat me motor me djegje të brendëshme. Makinat elektrike në kontrollet periodike dhe shërbimet e tyre limitohen vetëm në ndërrimin e filtrit të kondicionerit që do të thotë jo më vaj motorit dhe filtër vaji jo më filter karburanti dhe jo më filtër ajri për motorin.

Ndërrimi i ferrotave bëhet për një kohë tre herë më të gjatë sesa makinat normale sepse frenimi i moderuar kryhet nëpërmjet motorrit elektrik.

Blloku i baterive për mjetet BEV, që është edhe komponenti më i kushtueshëm i këtyre makinave, vjen me 8 vjet garanci nga grupi Volkswagen.

Prurja e teknologjive të reja paralelisht me vendet më të zhvilluara Europiane është pjesë thelbësore e strategjisë së Porsche Albanias. Për këtë arsye po punohet intensivisht për të zhvilluar kapacitetet edhe në servis për të trajtuar këto mjete. Trajnimet e vazhdueshme të stafit, pajisjet e reja që do të bëjnë karikimin e shpejtë apo diagnostifikimin janë vetëm disa aspekte nga puna e përditshme për të ofruar një shërbim cilësor për drejtuesit e këtyre mjeteve.

> The launch in the market of electric cars whether hybrid ones (combined with internal combustion engines) or totally electric ones has had a very positive impact also on the maintenance costs of this type of vehicle, especially when it comes to the BEV (Battery Electric Vehicle) category.

The prejudice that this kind of technology is only attractive for environmentalists or eager early adopters of new technologies has been already overcome. An evaluation of what in our industry is referred to as TOC (Total Cost of Ownership) would suffice to understand that the cost benefit would convince even the most skeptical about the advantages that this technology offers.

The periodical checkup of electric cars 'facilitates' an important part of essential services for internal combustion engine vehicles. In their periodical checkups and services, electric cars are confined to

changing the air conditioning filter, which means no more engine oil and oil filter, no more fuel filter, and no more engine air filter.

The changing of breaking pads is done during periods that are three times longer than for normal cars because moderate braking is conducted through the electrical engine. BEV's battery block, which is the most expensive component of these vehicles, comes with an 8-year warranty from the Volkswagen group.

Bringing the newest technologies at the same time as in the most developed European countries is an essential part of Porsche Albania's strategy. That is why we are working intensively to develop capacities in the service sector to handle these vehicles. Continued training for staff, new equipment that will carry out fast charging or diagnostics are only some of the aspects of daily work that aims at providing quality services for the drivers of these vehicles.



Engert Gjikhima
Drejtues i departamentit të riparimeve të përgjithshme. Porsche Albania
Head of General Repairs Department

Në udhëtim

On The Road



Kemi folur shpesh për modelin më popullor të Volkswagen Makina Tregtare, Volkswagen Caddy. E megjithëse kemi mbuluar në çdo kënd makinën dhe tipareve të saj, pak ose aspak kemi përshkruar atë çka makina mund të bëjnë provën më të vështirë: Një ditë pune.

Për të bërë një gjë të tillë kemi ndjekur një nga klientët tanë i cili pranoi të shoqërohej nga ekipi i revistës Drive përgjatë një dite pune.

Eduart Beqiri ka arritur të ngrejë një sipërmarrje të suksesshme në një treg në zhvillim siç është ai i materialeve elektrike. Prej vitesh ai është pronar i një Volkswagen Caddy, makinë të cilën pas shumë vitesh pune në rrugë vendosi ta ndërrojë tërësisht me një Volkswagen Caddy edhe më të fuqishme.

Drive: Kur fillon dita juaj e punës?

E. B. Zakonisht në orën 7:00 duhet të sigurohem që pikat e shitjes dhe magazina të kenë furnizimet për aktivitetin e pritsëm të ditës. Përgjithësisht furnizimi ndodh një ditë përpara, megjithatë kontrolli në fillim të ditës është i domosdoshëm.

Drive: për

Prej vitesh tashmë ju dorni për nevojat e biznesit Volkswagen

Caddy. Si është rituali i mëngjesit për makinën?

E. B. Caddy është shoqëruesi i ditës së punës dhe jashtë saj. Një tipar i imi dallues është se e kam të vështirë të pranoj dikë tjetër në timon dhe prandaj çdo lëvizje me makinë për punë ose personale e bëj vetë dhe vetëm me Caddy.

Në sajë të hapësirës së bollshme, marrja apo dërgimi i furnizimeve nga furnitorët apo klientët bëhet shpejt dhe pa pengesa. Në bizneset e vogla dhe të mesme shpesh herë shpejtësia me të cilën mund të reagosh ndaj kërkesës përcakton suksesin e ditës apo ecurinë e një produkti. Projektet e ndërtimit apo klientët kërkojnë që produkti të jetë aty në kohën e premtuar dhe për të arritur këtë ka nevojë për planifikim, por edhe bashkëpunëtor të sigurt (e them me bindje të plotë se Caddy është një prej tyre).

Drive: Sa kohë në ditë shpenzoni në makinë?

E. B. Asnjë ditë nuk është e njëjtë. Ka ditë kur në sajë të kërkesës apo problemeve që kërkojnë zgjidhje të jem 5-6 orë në ditë në timon, sikundër ka ditë që lëviz më pak.

Drive: Pas afërsisht pesë vitesh nën drejtimin

e Volkswagen Caddy ju rizgjidhni këtë model por me disa ndryshime. Si e shpjegoni këtë vendim?

Një shprehje thotë që 'ekipi fitues nuk ndërrohet'. Pas afërsisht pesë vitesh nën timonin e Caddy-t e them me bindje se nuk kam pasur surpriza. E di që makina do më përgjigjet në çdo kohë, çdo stinë e çdo terren ku do të më çojë puna.

Por, me rritjen e punës rritet edhe kërkesa. Mua më duhej një makinë edhe më e fuqishme për nevojat e ditës së punës, por edhe jashtë saj. Për këtë arsye kalova nga Caddy 1.6 TDI tek version më i fuqishëm 2.0 TDI DSG 120 kf.

Drive: Nëse do t'ju kërkoja të shihni në 3 vitet e ardhshme, çfarë shihni për biznesin tuaj?

E. B. Shqipëria është vend i vështirë për parashikim, qofshin këto edhe afatmesëm, por nëse do të vazhdoj t'ju vijë në ndihmë klientëve të mi për të qenë të suksesshëm, është e sigurt se ky sukses do të vazhdojë edhe për sipërmarrjen time. Për të qenë aty për klientët e mi, kam nevojë për partnerë të besueshëm dhe Caddy im është një prej tyre.

Drive: Faleminderit për kohën dhe mundësinë dhe suksese të mëtejshme.

E. B. Faleminderit ju.





We have talked often about the most popular model of Volkswagen Commercial Vehicles, Volkswagen Caddy. Yet, although we have

covered every angle of the car and its features, we have devoted little or no attention to what the car is capable of in the most difficult test of all: a workday.

To do that, we accompanied one of our customers who agreed to be shadowed by the Drive magazine team during a day of work.

Eduard Beqiri has managed to build a successful enterprise in a developing market as the one of electrical materials is. For years, he owns a Volkswagen Caddy; after many years of work on the road, he decided to replace it again with an even more powerful Volkswagen Caddy.

Drive: When does your workday begin?

E. B. Usually, at 7:00 I need to make sure that the sales points and the warehouse have the supply necessary for the expected day's flow. Generally, the supply is provided one day in advance but checking at the start of the day is indispensable.

Drive: For years now, you use Volkswagen Caddy for the needs of your business. What is your morning ritual for the car?

E. B. Caddy is my companion during and after the workday. One characteristic I have is that I find it hard to accept someone else behind the steering wheel so I am the only one making every move on wheels, whether for business or personal, and only with the Caddy. Thanks to its ample space, getting supplies from suppliers or sending orders to customers is done fast and without obstacles. In small and medium size businesses, the speed of your reaction to the demand will determine the success of the day or how a certain product will do. Construction projects or customers want the product to be there as promised and, in order to do that, you need planning but also reliable collaborators; and for me, the Caddy is definitely one of them.

Drive: How much of the day do you spend in the car?

E.B. Every single day is different. There are days when because of the high demand or the problems that require a solution, I can be 5-6 hours behind the steering wheel; then there are also days when I move much less.

Drive: After about five years of driving a Volkswagen Caddy, you have chosen the same model again, although with a few changes. How do you explain that decision?

There is an expression that says 'you don't change a winning team.' After about five years behind a Caddy's steering wheel, I can say with confidence that I have had no surprises. I know the car will be responsive at any time, season or terrain where work will take me.

However, with the increase of work, the demand increases too. I needed an even more powerful car for the needs of the workday and after it. That is why I moved from Caddy 1.6 TDI to the more powerful version 2.0 TDI DSG 120 hp.

Drive: If you were to look at the next three years, what would you see for your business?

E. B. Albania is a difficult country for forecasts, even mid-term ones; however, if I continue to help my customers to be successful, it is certain that the success will continue for my business as well. In order to be there for my customers, I need reliable partners and my Caddy is one of them.

Drive: Thank you for the time and opportunity and we wish you further success.

E. B Thank you.



Një SUV Spanjoll

A Spanish SUV





SEAT i hyn "luftës" së SUV, me Ateca, që starton nga 19.000 Euro

Modeli i parë i SEAT në tregun në rritje të SUV, Ateca më në fund ka mbërritur. Rivali i Renault Kadjar dhe Nissan Qashqai tashmë mund të porositet dhe do të jetë në sallone duke nisur nga muaji shtator.

Ateca do të jetë kolona e tretë e markës spanjolle bashkë me Ibiza dhe Leon.

Do të jetë kështu Ateca modeli i parë i serisë SUV për SEAT, me të paktën 2 modele të tjerë në muajt në vijim. Sipas drejtorit të SEAT Luca de Meo, Ateca do e ndihmojë markën të hedhë një hap tjetër përpara duke përmirësuar më tej imazhin.

SEAT Ateca është një SUV i mesëm me gjatësi 4.36 metër, me dizajn dinamik, bazuar në suksesin e SEAT Leon dhe me shumë risi teknologjike të gjeneratës së fundit.

Një gamë e gjerë motorësh eficient me naftë dhe benzinë, kombinuar me sistem tërheqje 4x4 dhe kambio automatike DSG do ta fusë SEAT në një territor të ri për markën spanjolle.

"Kemi përshtatur gjuhën e dizajnit për SUV-in tonë të parë, - thotë shefi i dizajnit Alejandro Mesonero. - Kjo makinë do të jetë si vëllai i madh për Leon-in, por ndryshime të forta do të pasojnë në 18 muajt e ardhshëm me modelet e reja."



SEAT enters the SUV "war," with Ateca, starting from 19.000 Euro.

The first SEAT model in the increasing SUV market, Ateca, is finally here. The rival of Renault Kadjar and Nissan Qashqai may now be ordered and will be in showrooms starting from September.

Ateca will be the third pillar of the Spanish brand together with Ibiza and Leon.

Thus, we will have the first Ateca model of the SEAT SUV series, with at least two other models in the following months. According to SEAT chief Luca de Meo, Ateca will help the brand take another step forward, further improving its image.

SEAT Ateca is a medium SUV, 4.36 meters long, with a dynamic design, based on the success of SEAT Leon and with a lot of last generation technological novelties.

A new range of efficient diesel and gasoline engines, combined with a 4x4 traction system and automatic gear DSG, will bring SEAT into a new territory for the Spanish brand.

"We adapted our design language for our first SUV, - says design chief Alejandro Mesonero. - This car will be like the bigger brother to Leon, but stronger changes will ensue in the next 18 months with the new models."

The feeling you get once you step into the car is that of ample space and a trunk space with a capacity of 510 liters.

The 4x4 variants reduce capacity to 485 liters, but still leaving behind the 430 liters of Nissan Qashqai and the 472 of Renault Kadjar.

Ndjesia sapo hyn në makinë është ajo e një hapësirë të bollshme dhe një bagazh me kapacitet prej 510 litrash. Variantet 4x4 e reduktojnë kapacitetin në 485 litra, por gjithsesi duke lënë pas 430 litrat e Nissan Qashqai dhe 472 të Renault Kadjar.

Brenda, Ateca ka një pamje familjare me Leon, me ekranin e madh të montuar lart në qendër të kroskotit. Do të jetë 5 inch në seri për versionin bazë, ndërsa me pagesë ofrohen edhe variantet 6.5 dhe 8 inch. Opsionet përfshijnë "SEAT Full Link", që përmban lidhje të plotë me smartphone, aplikacionet Android Auto ose Apple Car Play, si dhe karikim "wireless".

Motori hyrës i benzinës do të jetë 1.0 TSI me 3 cilindra turbo me 115 kuaj fuqi. Është një motor i vogël, por me fuqi të mjaftueshme për ata klientë që nuk kanë ekzigjenca specifike. Pas tij vjen 1.4 Eco TSI me 150 kuaj fuqi, i njëjti që kemi parë te VW Golf dhe SEAT Leon, që është në gjendje të bllokojë 2 cilindra për të kursyer karburant në trafikun e qytetit.

Motorët me naftë pritet të jenë gjithsesi më të shpërndarë duke nisur nga 1.6 TDI me 115 kuaj fuqi me rrota aktive përpara për të kaluar te 2.0 TDI që ofrohet me 150 dhe 190 kuaj fuqi. Motorët janë të gjithë EURO6 Plus dhe më i fuqishmi emeton vetëm 131g/km.

Modelet me katër rrota aktive do

Inside, Ateca has a similar look as Leon, with the large screen mounted at the center of the dashboard. It will be a five-inch display in the basic version, but 6.5-inch and 8-inch screens will also be available. Options will include "SEAT Full Link", which incorporates smart phone connectivity, with applications Android Auto or Apple CarPlay, as well as wireless charging.

The entry-level gasoline engine will be a 1.0-liter three-cylinder turbocharged unit producing 115bhp. It is a small engine but with sufficient power for those customers who have no specific exigencies. Then comes the 1.4 EcoTSI with 150 bhp, the same we have seen in VW and SEAT LEON, able to close down two cylinders to save fuel when in city traffic.

Diesel engines are expected to be the big sellers, starting from 1.6 TDI with 115 bhp with front-wheel drive to move to the 2.0 TDI that comes with 150 and 190 bhp. The engines are all EURO6 Plus and the most powerful emits only 131g/km.

The four-wheel drive models will be called "4Drive" and will be offered in the 1.4 TSI and the 2.0 TDI models as well as in automatic gear.

Ateca will also have a long list of safety elements, including the ability to drive itself in heavy stop-start traffic and monitoring of the driver and can bring the car to a halt if they are inattentive. Traffic sign recognition, a 360-degree view camera and blind spot detection

të quhen "4 Drive" dhe do të ofrohen te motorët 1.4 TSI dhe 2.0 TDI ashtu si edhe kambio automatike.

Ateca do të ketë edhe një listë të gjatë të pajisjeve të sigurisë, duke përfshirë aftësinë për të ecur vetë në situata trafiku stop-start dhe monitorim të drejtuesit të mjetit. Makina mund të ndalë plotësisht nëse drejtuesi i mjetit nuk është i vëmendshëm. Do të ofrohen gjithashtu sensori i shenjave të trafikut, kamera 360 gradë dhe sinjalizues për këndin e padukshëm.

Ateca, që do të prodhohet bashkë me modelin e ri Skoda Yeti në Republikën Çeke, është i pari nga 3 SUV-ët që SEAT do të prezantojë në muajt e ardhshëm. I dyti pritet të bazohet mbi modelin Ibiza duke rivalizuar Nissan Juke dhe Renault Captur, ndërsa i treti do të jetë një 7-vendesh i bazuar në konceptin "20 V 20" të prezantuar në Geneva Motor Show në vitin 2015.



will also be offered.

Ateca, which will be built alongside the new ŠKODA Yeti in the Czech Republic, is the first of three SEAT SUVs that SEAT will introduce in the coming months. The second will be based on the Ibiza model, going up against the Nissan Juke and Renault Captur, while the third will be based on the 20V20 model presented at the 2015 Geneva Motor Show.

SEAT ATECA



Drive with us



Një gamë e gjerë motorësh eficient me naftë dhe benzinë, kombinuar me sistem tërheqje 4x4 dhe kambio automatike DSG do ta fusë SEAT në një territor të ri për markën spanjolle.

A new range of efficient diesel and gasoline engines, combined with a 4x4 traction system and automatic gear DSG, will bring SEAT into a new territory for the Spanish brand.

Një Arsye

One Reason



Prej më tepër se 7 muajsh salloni ekzistues i ŠKODA-s në Porsche Albania ka filluar një rikonceptim tërësor.





Mund të përmendim faktin që ŠKODA renditet e para në tregun e makinave të reja në Shqipëri, apo që sivjet festohet 10 vjetori i

përfshirjes së markës ŠKODA në portofolin e markave të Porsche Albanias, mund të vazhdojmë më tej me 121 vite përvojë të markës Ceke në treg si disa ndër arsyt kryesore të konceptimit dhe ndërtimit të një salloni tërësisht të ri. Por sërish do ishim larg të vërtetës. Arsyeja e vërtetë e këtij investimi është se klienti ŠKODA në Shqipëri meriton të shërbehet në një ambient të denjë dhe të njëjtë me vendet e tjera ŠKODA kudo në Europë.

Prej më tepër se 7 muajsh salloni egzistues i ŠKODA-s në Porsche Albania ka pësuar një rikonceptim tërësor. Çdo element është rindërtuar, përshtatur e përmirësuar duke e bërë ŠKODA-n në Porsche Albania sallonin e vetëm në Shqipëri i cili plotëson 100% standardet ŠKODA, pa asnjë diferencë nga një pikë shitjeje ŠKODA kudo në Gjermane, Francë apo Çeki.

Mbi 100,000 lumen dritë, ndriçojnë makinat, sallonin e reklamave murale të gjitha rigorozisht të prodhuara, montuara sipas standardeve të reja të komunikimit ŠKODA kudo në botë. Hapësira elementi dallues i çdo makine ŠKODA-, vjen edhe tek salloni i ri ku në 313 m² e tij (nga 240m² tek salloni i mëparshëm) qëndrojnë 7 modele të ndryshme ŠKODA (nga 5 të mëparshmet).

Por investimi ka qenë tërësor dhe nuk ka ndaluar vetëm në atë çka duket me sy të lirë. Sistemi tërësisht i ri i kondicionimit dhe izolimit, ripozicionimi i hapësirës sipas përvojës më të mirë që ndihmon në përcëimin e informacionit dhe ekspozimit, hapësirë e dedikuar për pjesë këmbimi dhe aksesore në sallon, kënd konfigurimi për mjetin, hapësira e dorëzimit të mjeteve të shitura e shumë më tepër.

Ambicia jonë është të vazhdojmë të jemi zgjedhja e parë në tregun e makinave të reja. Ne duam të thellojmë më tej bashkëpunimin me biznesin dhe institucionet publike. Shumë shpejt ne do vazhdojmë të shtojmë përfitimet për klientët tanë duke u përqëndruar në atë çka është realisht e rëndësishme.

Avantazhi i klientit do vazhdojë të jetë pika jonë e referimit në aktivitetin tonë.

Në sallonin tonë të ri, në rrjetet sociale, në portalet tona online etj, mediumin ku mund të na ndiqni e zgjidhni ju, përfitimet i sjellim ne.

ŠKODA Simply Clever.



We may mention the fact that ŠKODA ranks first in the list of new vehicles market in Albania; or that this year marks the 10th anniversary of the inclusion of ŠKODA in the brand portfolio of Porsche Albania; we may continue further to say that the Czech brand has 121 years of experience in the market. These could be some of the main reasons for the reconceiving of an entirely new showroom. Yet, we would still be away from the truth. The real reason for this investment is that the ŠKODA customer in Albania deserves to receive services in dignified premises that are the same as the other ŠKODA showrooms everywhere in Europe.

For over 7 months now, the existing ŠKODA showroom at Porsche Albania has seen an entirely new revamping overhaul. Every element has been rebuilt, adjusted and improved, making the ŠKODA showroom at Porsche Albania the sole showroom in Albania that meets the ŠKODA standards 100%, without any distinction from a ŠKODA sales point anywhere in Germany, France or the Czech Republic.

Over 100,000 lumens of light shine on the vehicles, the showroom and mural ads, all of them rigorously produced and mounted according to the new ŠKODA communication standards across the world.

Space as an identifying element in ŠKODA design is transferred at the new showroom where in its 313 m² (from 240 m² in the previous showroom) can now easily fit 7 different ŠKODA models (5 in the previous showroom).

The investment has been total and was not confined only to what a free eye can see. There is the completely new air-conditioning system, the isolation, the repositioning of the space according to the best experience that helps convey information and display, the space dedicated to spare parts and accessories in the showroom, a vehicle configuration corner, the sold vehicles delivery space and much more.

Our ambition is to continue to be the customers' first choice in the new vehicle market. We want to further enhance our cooperation with businesses and public institutions. Very soon, we will continue to add to the benefits for our customers, focusing on what is really important for you.

The customer's advantage will remain the point of reference in our work.

In our new showroom, on social media, our online portals or wherever, you choose to follow us, we bring the advantages.

ŠKODA – Simply Clever.

Bledar Kozma
Drejtore ŠKODA / ŠKODA Brand Manager



Ishulli që ndryshoi emrin

The island that changed the name



Kodiak, Alaska Ndryshon Emrin në Kodiak për Nder të ŠKODA-s së Re

ŠKODA pëlqen t'i emërojë automjetet e saj si pas egërsirave të mëdha me gëzof që jetojnë në të ftohtë – si Yeti – dhe kur erdhi koha për t'i vënë emrin makinës së ardhshme SUV me 7 vende, vendosën ta vazhdonin traditën duke i vënë emrin Kodiak, sipas ariut të Alaskës.

Mund t'ju kujtohet edhe nga gjeografia e shkollës që në Alaskë ekziston një ishull që quhet Kodiak. Epo, kodiakasve u bëri aq shumë përshtypje emri sa që më 6 maj e bënë emrin Kodiak.

Kryebashkiaku i Kodiak Pat Branson doli rrugëve të premten e kaluar për t'u dhënë kodiakasve shkronja Q dhe i nxitë që të zëvendësonin shkronjën e fundit të emrit, K, kudo që ta gjenin.

Jo vetëm që Q-të e reja u përhapën kudo në vend, por qeveria vendore shtypi edhe tabela rrugësh dhe shtoi Q-të në ndërtesat bashkiake dhe automjetet e emergjencave.

ŠKODA thotë se shkrimi i pazakontë është që emri të bjerë në sy më shumë por edhe për të reflektuar se si do ta shqiptonte populli Alutiiq, nga të cilët marrim emrin.

SUV e re me 7 vende do të zbulohet në show-n e makinave në Paris këtë vjeshtë. Megjithatë, të entuziazmuarit pas markës çeke do duhet të presin pak më gjatë para se modeli të dalë në rrugë. Në Shqipëri, modeli planifikohet të arrijë në dhjetor 2016.



Kodiak, Alaska Changes Name to Kodiak in Honor of New ŠKODA

ŠKODA likes to name its vehicles after big hairy beasts that live in the cold—see Yeti—and when it came time to name their upcoming 7-seater SUV, they decided to continue the trend by calling it the Kodiak, after the Alaskan bear.

You may also remember from grade school geography that there is an island in Alaska called Kodiak. Well, the Kodiakers (Kodiakians?) are so impressed with the name that on May 6 they renamed the town Kodiak. Kodiak's mayor, Pat Branson, took to the streets last Friday to hand out Qs to Kodiakites and encourage them to cover the name's final K wherever they found it.

Not only were there ersatz Q-s all over the island, the local government also printed road signs and added the Q to municipal buildings and emergency vehicles.

The odd spelling, says ŠKODA, is both to make the name stand out more and to reflect how the Alutiiq people, from whom we get the name, would spell it.

The new 7-seat SUV is set to be revealed at the Paris auto show this fall. However the Czech brand enthusiast will need to wait a little longer before the model hits the road. In Albania the model is planned to be launched in December 2016.



Kodiak është një nga shtatë komunitetet dhe qyteti kryesor i ishullit Kodiak, në shtetin Alaska të SHBA. I gjithë transporti tregtar midis të gjithë ishullit dhe botës tjetër kalon nëpër këtë qytet ose me traget ose nga ajri. Sipas vlerësimeve, popullsia është 6,304 banorë.

Ariu Kodiak (*Ursus arctos middendorffi*), i njohur edhe si ariu kaf Kodiak, banon në ishujt e Arkipelagut Kodiak në Alaskën jugperëndimore. Emri i saj në gjuhën Alutiiq është taquka-aq. Është nën specie më e madhe e njohur e ariut kaf, dhe një prej dy arinjve më të mëdhenj që jetojnë sot, ku tjetri është ariu polar.

Kodiak is one of seven communities and the main city on Kodiak Island, Kodiak Island Borough, in the U.S. state of Alaska. All commercial transportation between the entire island and the outside world goes through this city either via ferryboat or airline. Estimates put the population at 6,304

The **Kodiak bear** (*Ursus arctos middendorffi*), also known as the Kodiak brown bear, inhabits the islands of the Kodiak Archipelago in southwest Alaska. Its Alutiiq name is taquka-aq. It is the largest recognized subspecies of brown bear, and one of the two largest bears alive today, the other being the polar bear.

Das WeltAuto.

Makina të përdorura. Të garantuara.

zbulo të gjitha ofertat në:
www.dasweltauto.al



Makinë e përdorur? Urdhëroni!

Used vehicle? Welcome!



Fabian Pasholli - Konsulent Shitje SEAT & Das WeltAuto
SEAT & Das WeltAuto Sales Consultant



Porsche Albania tashmë prej 1 viti operon edhe në tregun e makinave të përdorura

"Das WeltAuto. Makina të përdorura që mund t'i besoni." Kjo ishte motoja që grupi Volkswagen përdori për të riorganizuar biznesin e makinave të përdorura. Çdo gjë nisi në Gjermani në vitin 2010, duke u ndjekur më pas nga Italia, Franca, Anglia, Shtetet e Bashkuara të Amerikës dhe Rusia. Që pas asaj kohe "Das WeltAuto" është realitet në të gjitha vendet ku grupi Volkswagen është prezent dhe që prej 1 viti operon edhe në Shqipëri nëpërmjet Porsche Albania-s.

"Das WeltAuto." nuk është thjeshtë një emër. Misioni i kësaj marke është të ofrojë performancën dhe cilësinë që klientët kërkojnë nga grupi Volkswagen për mjetet e përdorura. Me këtë markë të re grupi ka krijuar një platformë të përbashkët për të gjitha tregjet, duke i dhënë një imazh të qëndrueshëm biznesit të makinave të përdorura. Në fakt ky riorganizim pasqyron rëndësinë e madhe që ka ky treg për prodhuesit e makinave. Përlogaritet që 2 në 3 makina që shiten sot në botë janë të përdorura.

Por çfarë është konkretisht "Das WeltAuto"? Përveçse ofron mjete të përdorura të garantuara, programi u jep mundësinë klientëve të këmbëjnë makinën e tyre aktuale me një të re. E njëjta gjë vlen edhe për kompanitë që zotërojnë një flotë. Një tjetër risi e "Das WeltAuto." është ofrimi i garancisë për mjetet që i plotësojnë kushtet si dhe mundësia për të financuar blerjen.

Në Porsche Albania, prej më shumë se 1 viti, klientët kanë mundësinë e blerjes së një mjeti të përdorur ndërsa ata që kanë një mjet ekzistues mund të paraqiten për t'a vlerësuar atë në këmbim të një mjeti të ri Audi, SEAT, ŠKODA apo Volkswagen. "Das WeltAuto." është risi për tregun shqiptar pasi Porsche Albania është e para dhe e vetmja kompani që ka një departament dhe staf të dedikuar.

Dhe efektet kanë nisur tashmë të shfaqen. Nga ditë në ditë klientët po largohen nga tregu i rrugës duke i besuar profesionalizmit të stafit të Porsche Albania-s dhe produkteve të saj. Herë pas here parkut tonë i shtohen mjete të markave të ndryshme të kontrolluara dhe gati për të kaluar në duart e pronarit të ri. Ato mund t'i gjeni të listuara në faqen tonë www.dasweltauto.al ose në profilin tonë në Facebook.



Porsche Albania for one year now operates also in the used vehicle market.

"Das WeltAuto. Used cars you can trust." This was the motto that the Volkswagen group used to reorganize the business of used cars. Everything began in Germany in 2010, then followed by Italy, France, the UK, the United States and Russia. Since then, "Das WeltAuto." is a reality in all the countries where the Volkswagen group is present and has been operational in Albania for one year now through Porsche Albania.

"Das WeltAuto." It is not just a name. The mission of this brand is to provide the performance and quality that customers seek from the Volkswagen group for used cars. With this new brand, the group has created a joint platform for all markets, thus providing a sustainable image to the business of used cars. In fact, this reorganization reflects the great importance that this market has for car producers. It is estimated that 2 in 3 cars sold globally today are used.

What concretely is "Das WeltAuto."? Aside from offering guaranteed used cars, the program gives customers the opportunity to replace their current car with a new one. The same thing is valid for companies that possess a fleet. Another novelty of "Das WeltAuto." is the warranty for vehicles that meet the conditions and the opportunity to fund the purchase.

At Porsche Albania, for over 1 year now, clients have the opportunity to purchase a used vehicle while those that possess an existing vehicle may come to value it in exchange for a new Audi, SEAT, ŠKODA or Volkswagen car. "Das WeltAuto." is a novelty for the Albanian market as Porsche Albania is the first and only company with a dedicated department and staff.

The effects are already showing. Day after day, clients are leaving the street market and trusting the professionalism of the Porsche Albania staff and products. Time after time, our parking lot is enriched with vehicles of different brands, checked and ready to be transferred to the hands of the new owner. They may be found on our website www.dasweltauto.al or our Facebook profile.

Google

Street View



Ndoshta i keni rastisur në rrugën për në punë dhe me siguri keni njohur menjëherë kombinimin shumëngjyrësh të makinës. Google zbret nga interneti dhe vendos të fotografojë rrugët Shqiptare.

Me shumë gjasa në fillim të vitit tjetër në google maps do kemi mundësinë që të shohim në 360 gradë çdo rrugë publike në Shqipëri.

Në Porsche Albania ne jemi 1 hap përpara. Ende pa u 'ngarkuar' harta e rrugëve të Shqipërisë ju mund të vizitoni virtualisht sallonet tona. Tashmë online në Google Maps njeriu i vogël i verdhë e ka një vend ku mund të ulet në rrugën dytësore të autostradës Tiranë – Durrës konkretisht në dy godinat e Porsche Albanias.

Në Porsche Albania duam të jemi në pararojë të zhvillimeve dhe një 'vizitë' e tillë nga Google nuk mund të na linte indiferent. Për këtë arsye ne arritëm që me anë të furnitorëve të licencuar Google të ngarkonim online pamjet në formatin Google Street view të salloneve tona.

Vizitoni virtualisht sallonet e markave tona në google.com/maps Porsche Albania.

Nëse ende nuk e dimë cili do jetë zhvillimi teknologjik i radhës, dimë me siguri që Porsche Albania do jetë pjesë e tij.



Maybe you ran into them on your way to work and surely noticed the multicolor combination of the car.

Google lands from the internet and decides to photograph Albanian streets.

Most probably, at the beginning of next year, we will be able to view every public street in Albania at 360 degrees on google maps.

At Porsche Albania, we are 1 step ahead. Without the map of Albania's roads is 'uploaded' yet, you may virtually visit our showrooms. Now online, on Google Maps, the little yellow man has a spot to land on in the secondary road of the Tirana-Durrës highway, namely in the two buildings of Porsche Albania.

At Porsche Albania, we want to be in the forefront of developments and such a 'visit' by Google could not have left us indifferent. That is why through Google-licensed suppliers, we were able to upload online the footage of our showrooms in the Google Street view format.

Stop by virtually at the showrooms of our brands on google.com/maps Porsche Albania.

While we may not know what the next technological development is, we know for sure that Porsche Albania will be part of it.

Dorian Mehmeti
Drejtor Marketingu / Marketing Manager





Makina ime My Car

> Disa e urrejnë, disa janë të marrosur pas tij. Në Azinë e largët ka edhe shkolla që të mësojnë të çlirohesh nga varësia prej tij. Pushteti i tij dikton jetën e miliarda njerëzve kudo në botë. Nga poli në pol pa asnjë përjashtim njerëzit i besojnë komunikimin, orientimin, argëtimin, punën e pasionet një objekti të vetëm: Celularit.

Sot telefonat celularë inteligjent po zëvendësojnë hartat, navigatorët, orën e zgjimit, axhendën e ditës, pajisjet e monitorimit e jo rrallë herë kompjuterët e tabletat. Virusi 'smart phone' ka futur në botën e internetit me miliona njerëz të cilët i janë dorëzuar zhvillimeve të fundit të sistemeve të ndryshme operative.

Konflikti dashuri-urrejtje për telefonin celular nuk e ka penguar këtë të fundit të përhapet gjithmonë e më shumë. Nga kjo prire nuk ka shpëtuar edhe Shqipëria e vogël.

Telefoni celular është pajisja më popullore në qarkullim. Në rrugë, autobusë, makina e lokale shih turma njerëzish me kokën e ulur në formë lutjeje nga ku duart me shpejtësi prekin ekranet për të përçuar me mijëra 'byte' në botën e madhe të internetit.

Në Porsche Albania ku vazhdimisht kërkojmë të ndërtojmë ura të reja komunikimi me klientët tanë e pamë këtë shans për të t'i ardhur më afër klientit ekzistues ose atij potencial për pyetjen, kërkesën apo nevojën për informacion që mund të lindë.

Tashmë në platformat kryesore të shkarkimit të aplikacioneve mund të gjeni/shkarkoni "Makina ime", aplikacionin nga Porsche Albania.

"Makina ime" është i thjeshtë në përdorim dhe me shumë funksione të dobishme. Një i tillë është "Gjej makinën tënde". Ky funksion ju lejon të shënoni vendin dhe kohën e parkimit të makinës (në hartën dixhitale) si edhe rrugën që keni përshkruar duke shfaqur në kohë reale pozicionin tuaj, të makinës tuaj si edhe kohëzgjatjen e parkimit. Në këtë mënyrë ju do të mund të gjeni shpejt makinën tuaj në parkingje të mëdha apo të dërgoni pozicionin e parkimit të saj të njohurve tuaj.

Formularët e kontaktit, ato për xhiro prove apo për informacion për pjesë këmbimi sjellin më afër informacionin që ju duhet nga Porsche Albania.

Legjenda shpjeguese e sinjaleve të kroskotit ju orienon shpejt për natyrën e sinjalit që është ndezur në kroskotin e makinës tuaj.

Këto e shumë funksione të tjera, premtojnë t'ju bëjnë përvojën tuaj me makinë tuaj edhe më të veçantë.

Zbuloni më tepër për aplikacionin "Makina ime" në 'app store' ose në 'play store'.

> Some hate it, others are crazy about it. In Far Asia, there are even schools that teach you how to free yourself from its addiction. Its power dictates the life of billions of people across the world. From pole to pole without exception, people entrust with their communication, orientation, entertainment, work and passions one single object: the Mobile phone.

Today, mobile smartphones are replacing maps, navigators, alarm clocks, the day's agenda, monitoring equipment and not so rarely computers and tablets. The 'smartphone' virus has brought to the internet world billions of people who have surrendered to the latest developments of different operating systems.

The love-hatred conflict over the mobile phone has not kept the latter from spreading increasingly more and more. Little Albania has not escaped this tendency either.

The mobile phone is the most popular piece of equipment around. On the street, on a bus, in cars and bars, you see many people with their head down as if praying and the hands touch the screens fast to convey thousands of 'bytes' on the huge internet world.

At Porsche Albania, where we are constantly looking for ways to build new communication bridges with our customers, we looked at this opportunity to come closer to existing or potential clients for the questions, requests or needs for information that may arise.

Now, on the main application platforms you may find/download the "My Car" application from Porsche Albania.

"My Car" is simple to use and with many useful functions. One such is "Find your car." This feature allows you to mark the place and time of the parking of your car (on the digital map) and the path you have taken, showing in real time your location, your car's location and the time of parking. In this way, you may find your car faster in large parking lots or send the location of its parking to your relatives.

The contact forms, those for test drives or for information about spare parts bring even closer the information you need from Porsche Albania.

The guiding map for signals on your dashboard quickly shows you about the nature of the signal blinking on your dashboard.

These and many other features promise to make your experience with your car even more special.

Discover more about the "My Car" application in the "app store" or "play store."

Edmond Korbi
Drejtor TI / IT Manager



Nga ëndrra për një makinë, në makinën e ëndrrave tuaja!

Me Grupin Financiar të Porsche Albania, mund të keni makinën e ëndrrave tuaja, duke përshtatur kështu mënyrën tuaj të jetesës dhe të keni të gjithë fleksibilitetin që ju duhet, në kostot e mirëmbajtjes dhe të sigurimit të automjetit.

Kontaktoni me ekspertët e Volkswagen, AUDI, ŠKODA, SEAT, Volkswagen Makina Tregtare dhe DasWeltAuto, për të vendosur për një ofertë financimi të përshtatshme me Porsche Finance Group Albania.

Porsche Finance Group Albania

Autostrada Tiranë-Durrës

Km.7, Rr.Monun

Tiranë-Albania

Tel: + 355 (04) 450 08 28

E-mail: info@porscheleasing.al