PORSCHE
ALBANIA

DRIVE

QERSHOR 2026



UNË JAM TEO

05 Audi Q3
09 The New T-Roc Is in Town
22 Alis × Skoda
24 Makina Ime - Teo Vision



05 AUDI Q3

Në një kohë kur gjithçka lëviz shpejt dhe vëmendja është bërë gjithnjë e më e vështirë për t'u fituar, mënyra si një markë zgjedh të komunikojë bën diferencën. Për Audi dhe Porsche Albania, prezantimi i Audi Q3 të ri nuk mund të ishte thjesht një fushatë. Duhej të ishte një ndjesi. Një histori. Një interpretim artistik.

09 THE NEW T-ROC IS IN TOWN

Në një kohë kur gjithçka lëviz shpejt dhe vëmendja është bërë gjithnjë e më e vështirë për t'u fituar, mënyra si një markë zgjedh të komunikojë bën diferencën. Për Audi dhe Porsche Albania, prezantimi i Audi Q3 të ri nuk mund të ishte thjesht një fushatë. Duhej të ishte një ndjesi. Një histori. Një interpretim artistik.

22 ALIS × SKODA

Në një kohë kur gjithçka lëviz shpejt dhe vëmendja është bërë gjithnjë e më e vështirë për t'u fituar, mënyra si një markë zgjedh të komunikojë bën diferencën. Për Audi dhe Porsche Albania, prezantimi i Audi Q3 të ri nuk mund të ishte thjesht një fushatë. Duhej të ishte një ndjesi. Një histori. Një interpretim artistik.

24 MAKINA IME - TEO VISION

Në një kohë kur gjithçka lëviz shpejt dhe vëmendja është bërë gjithnjë e më e vështirë për t'u fituar, mënyra si një markë zgjedh të komunikojë bën diferencën. Për Audi dhe Porsche Albania, prezantimi i Audi Q3 të ri nuk mund të ishte thjesht një fushatë. Duhej të ishte një ndjesi. Një histori. Një interpretim artistik.


PORSCHE
ALBANIA

RRITJA E TREGUT TË AUTOMJETEVE NË SHQIPËRI DHE SFIDA E STANDARDIZIMIT



Gentian Bushati

Drejtor i Përgjithshëm
Porsche Albania

Tregu automotive në Shqipëri ka vijuar të rritet gjatë vitit të fundit, duke u bërë një nga sektorët më dinamikë të ekonomisë sonë. Në pesë muajt e parë të vitit 2026, tregu regjistroi një rritje prej 2.3% krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2025, ndërsa automjetet e reja u rritën me rreth 55%. 1 në 3 automjete të regjistruara këtë vit është automjet i ri, ndërsa në segmentin e automjeteve elektrike, rreth 80% janë automjete 100% elektrike.. Këto shifra tregojnë se tregu i automjeteve jo vetëm që po zgjerohet, por po bëhet gjithnjë e më qendror në jetën e përditshme në vendin tonë.

Megjithatë, sfidat që vijnë me këtë rritje janë mjaft të mëdha. Tregu mbetet ende i fragmentuar dhe një nga çështjet më urgjente është mungesa e standardizimit, e kombinuar me konkurrencën e pandershme. Automjetet e homologuara për tregun kinez shpesh shiten në nivele çmimesh të ulëta ose mesatare, ndërsa automjetet që përmbushin standardet e Bashkimit Europian shiten në nivele çmimesh mesatare ose të larta, të ngjashme me ato të tregjeve rajonale dhe të BE-së. Kur këto dy kategori konkurrojnë drejtpërdrejt në të njëjtin treg, operatorët që respektojnë standarde më të larta sigurie dhe kërkesa teknike vendosen në disavantazh. Kjo nuk është konkurrencë e shëndetshme; është një konkurrencë që shpërblen koston më të ulët fillestare dhe jo cilësinë, sigurinë apo vlerën afatgjatë.

Klientët tanë vazhdojnë të jenë fort të orientuar drejt çmimit dhe e kuptoj pse. Në një mjedis ekonomik sfidues, çmimi fillestar i blerjes është shpesh faktori më i dukshëm. Por kur konsumatorët zgjedhin kryesisht mbi bazën e çmimit, ata mund të mos marrin plotësisht në konsideratë pasojat afatgjata: performancën e sigurisë, besueshmërinë, kostot e mirëmbajtjes, vlerën e mbetur dhe përputhshmërinë me kërkesat e ardhshme rregullatore. Ky është realiteti me të cilin përballemi dhe është një realitet që kërkon përgjegjësi nga të gjithë ne, nga bizneset, institucionet dhe vetë tregu.

Presionet aktuale të energjisë dhe kostove kanë rritur gjithashtu kërkesën për automjete më ekonomike, përfshirë modelet e importuara me kosto më të ulët. Megjithatë, nëse tregu ynë vazhdon të zhvillohet kryesisht rreth përballueshmërisë afatshkurtër, rrezikojmë të krijojmë pasiguri afatgjatë për konsumatorët, për sigurinë rrugore dhe për mjedisin.

Nga perspektiva e politikave publike, Shqipëria ka nevojë për një kuadër më të qartë dhe më të koordinuar për tregun automotive. Si një vend në rrugën e tij drejt integrimit në Bashkimin Europian, duhet të harmonizojmë gradualisht standardet e automjeteve, rregullat e përputhshmërisë dhe mbikëqyrjen e tregut me normat europiane dhe me praktikat e ndjekura nga vendet fqinje. Shqipëria është aktualisht i vetmi treg në rajon me një strukturë kaq të fragmentuar dhe të pakoordinuar, dhe kjo situatë po bëhet gjithnjë e më e vështirë për t'u mbrojtur ndërsa afrohemi me standardet europiane.

Si Drejtorë të Përgjithshëm të Porsche Albania, duam të jemi të qartë për qëndrimin tonë. Porsche Albania është pjesë e Porsche Holding Salzburg, një nga grupet më të mëdha automotive në Europë, dhe jemi të pranishëm në tregun shqiptar që prej vitit 2005. Që nga fillimi, misioni ynë ka qenë të sjellim standardet europiane në shitje, shërbimet pas shitjes dhe mbrojtjen e konsumatorit për drejtuesit shqiptarë. Operacionet tona të shitjes me pakicë ndërtohen mbi standarde të larta, një qasje të fortë të orientuar drejt konsumatorit dhe kushte garancie që mund të përdoren në të gjithë Europën.

Për ne, siguria e automjetit nuk është një kufizim; ajo është themeli i një marrëdhënieje afatgjatë me klientin. Biznesi ynë ndërtohet mbi besimin, transparencën dhe mbrojtjen reale të konsumatorit. Klienti është gjithmonë prioriteti ynë dhe çdo vendim strategjik fillon dhe përfundon me interesin e tij afatgjatë, duke e vendosur atë në qendër të gjithçkaje.

Kjo është gjithashtu ajo që nënkuptojmë kur flasim për një model biznesi të qëndrueshëm. Ne nuk fokusohemi te volumi afatshkurtër i nxitur nga konkurrenca e çmimit. Modeli ynë bazohet në cilësi, përputhshmëri me standardet, besueshmëri të shërbimeve pas shitjes dhe krijim të vlerës afatgjatë. Është një model që mbështet objektivin e ardhshëm për një harmonizim më të thellë me tregun europian dhe, me kalimin e kohës, një pozicion më të fortë brenda një ekosistemi automotive të orientuar drejt Bashkimit Europian. Në terma praktikë, kjo do të thotë të mbështesim një mjedis biznesi ku konkurrenca nuk përcaktohet vetëm nga çmimi më i ulët i blerjes, por nga siguria, përputhshmëria, cilësia e shërbimit dhe aftësia për të ndërtuar besim të qëndrueshëm me konsumatorët.
Porsche Albania vazhdon të investojë në zhvillimin e markave, në prezantimin e modeleve të reja dhe në forcimin e partneriteteve me palë të interesuara që ndajnë të njëjtat standarde dhe vlera. Duke parë drejt gjysmës së dytë të vitit, klientët mund të presin zhvillime të rëndësishme: modele të avancuara, më shumë zgjidhje hibride dhe elektrike, si dhe teknologji që i përgjigjen kërkesës në rritje për efikasitet energjetik Ndërsa ecim përpara, mbetemi të bindur se tregu shqiptar i automjeteve mund të maturohet në një mënyrë që përfiton të gjithë: konsumatorët, bizneset dhe vendin. Kjo kërkon konkurrencë të përgjegjshme, rregulla të qarta dhe një angazhim të përbashkët ndaj standardeve europiane. Në Porsche Albania, ne jemi të përkushtuar të luajmë rolin tonë në këtë rrugëtim.

GROWTH OF THE CAR MARKET IN ALBANIA AND THE CHALLENGE OF STANDARDIZATION

The automotive market in Albania has continued to grow over the past year, becoming one of the most dynamic sectors of our economy. In the first five months of 2026, the market recorded a 2.3% increase compared to the same period in 2025, while new vehicles increased by around 55%. 1 in 3 vehicles registered this year is a new vehicle, while in the electric vehicle segment, around 80% are 100% electric vehicles. These figures show that the automotive market is not only expanding, but is also becoming increasingly central to everyday life in our country.

However, the challenges that come with this growth are quite significant. The market remains fragmented, and one of the most urgent issues is the lack of standardization, combined with unfair competition. Vehicles homologated for the Chinese market are often sold at low or mid-range price levels, while vehicles that meet European Union standards are sold at mid-range or high price levels, similar to those in regional and EU markets. When these two categories compete directly in the same market, operators that comply with higher safety standards and technical requirements are placed at a disadvantage. This is not healthy competition; it is competition that rewards the lowest initial cost rather than quality, safety, or long-term value.

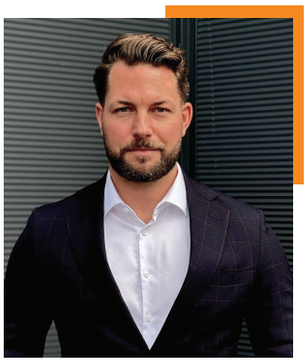
Our customers remain strongly price-oriented, and I understand why. In a challenging economic environment, the initial purchase price is often the most visible factor. But when consumers choose mainly based on price, they may not fully consider the long-term consequences: safety performance, reliability, maintenance costs, residual value, and compliance with future regulatory requirements. This is the reality we face, and it is a reality that requires responsibility from all of us: businesses, institutions, and the market itself.

Current pressures related to energy and costs have also increased demand for more economical vehicles, including lower-cost imported models. However, if our market continues to develop primarily around short-term affordability, we risk creating long-term uncertainty for consumers, road safety, and the environment.

From a public policy perspective, Albania needs a clearer and more coordinated framework for the automotive market. As a country on its path toward integration into the European Union, we must gradually harmonize vehicle standards, compliance rules, and market supervision with European norms and with the practices followed by neighboring countries. Albania is currently the only market in the region with such a fragmented and uncoordinated structure, and this situation is becoming increasingly difficult to defend as we move closer to European standards.

As General Directors of Porsche Albania, we want to be clear about our position. Porsche Albania is part of Porsche Holding Salzburg, one of the largest automotive groups in Europe, and we have been present in the Albanian market since 2005. From the beginning, our mission has been to bring European standards in sales, after-sales services, and consumer protection to Albanian drivers. Our retail operations are built on high standards, a strong customer-oriented approach, and warranty conditions that can be used across Europe.

For us, vehicle safety is not a limitation; it is the foundation of a long-term relationship with the customer. Our business is built on trust, transparency, and real consumer protection. The customer is always our priority, and every strategic decision begins and ends with their long-term interest, placing them at the center of everything.



Robert Herzog

Drejtor i Përgjithshëm
Porsche Albania

This is also what we mean when we talk about a sustainable business model. We do not focus on short-term volume driven by price competition. Our model is based on quality, compliance with standards, reliability of after-sales services, and the creation of long-term value. It is a model that supports the future objective of deeper harmonization with the European market and, over time, a stronger position within an automotive ecosystem oriented toward the European Union. In practical terms, this means supporting a business environment where competition is not defined only by the lowest purchase price, but by safety, compliance, service quality, and the ability to build lasting trust with consumers.

Porsche Albania continues to invest in brand development, the introduction of new models, and the strengthening of partnerships with stakeholders who share the same standards and values. Looking toward the second half of the year, customers can expect important developments: advanced models, more hybrid and electric solutions, as well as technologies that respond to the growing demand for energy efficiency.

As we move forward, we remain convinced that the Albanian automotive market can mature in a way that benefits everyone: consumers, businesses, and the country. This requires responsible competition, clear rules, and a shared commitment to European standards. At Porsche Albania, we are committed to playing our role in this journey.

PORSCHE
ALBANIA



AUDI Q3:
NJË KONCEPT I RI

Audi Q3: A new concept

Në një kohë kur gjithçka lëviz shpejt dhe vëmendja është bërë gjithnjë e më e vështirë për t'u fituar, mënyra si një markë zgjedh të komunikojë bën diferencën. Për Audi dhe Porsche Albania, prezantimi i Audi Q3 të ri nuk mund të ishte thjesht një fushatë. Duhej të ishte një ndjesi. Një histori. Një interpretim artistik.

Kështu lindi bashkëpunimi me Joan Kamberaj, një artist i ri i animacionit, i cili e pa Audi Q3 jo vetëm si një model makine e re, por si një reflektim të imagjinatës, kujtimeve dhe ëndrrave që shumë prej nesh kanë pasur që fëmijë.

Mes skicave, ilustrimeve dhe animacionit, Audi Q3 mori formë përmes syve të dikujt që dikur vizatonte makina si pjesë të botës së tij imagjinare. Për Joan, ky projekt ishte si një bisedë me versionin e vogël të vetes, me fëmijën që dikur ëndërronte makina, pa e ditur se një ditë do t'i sillte ato në jetë përmes artit të tij.

Sepse marrëdhënia jonë me makinat nis shumë herët.

Fillon me lodrat, me vizatimet në fletore, me posterat në mur apo me momentin kur një model të bën të ndalesh dhe ta shohësh pak më gjatë. Me kohën, ajo ndjesi evoluon. Admirimi bëhet identitet, eksperiencë dhe mënyrë jetese.

Pikërisht këtë përfaqëson Audi Q3 i ri në këtë seri animacionesh: një ëndërr që rritet bashkë me ne. Një model që flet për spontanitetin, individualitetin dhe kuriozitetin.

Animacioni i parë mban emrin "Ëndrra", një titull që përmbledh jo vetëm frymëzimin e projektit, por edhe filozofinë që Audi vazhdon të ndërtojë përmes inovacionit dhe kreativitetit.

Në Porsche Albania, sjellja e modeleve të reja përfaqëson prezantimin e audiences me një identitet unik. Dhe këtë herë, identiteti u shfaq përmes artit, animacionit dhe syve të një brezi të ri krijuesish.

Sepse ëndrrat nuk kanë pse mbesin në letër.
Ato marrin formë. Marrin lëvizje. Dhe quhen Audi!

At a time when everything moves fast and attention has become harder than ever to capture, the way a brand chooses to communicate makes all the difference. For Audi and Porsche Albania, the launch of the new Audi Q3 could not be just another campaign. It had to be a feeling. A story. An artistic interpretation.

This is how the collaboration with Joan Kamberaj was born — a young animation artist who saw the Audi Q3 not simply as a new car model, but as a reflection of imagination, memories, and the dreams many of us carried as children.

Through sketches, illustrations, and animation, the Audi Q3 took shape through the eyes of someone who once drew cars as part of his imaginary world. For Joan, this project became a conversation with his younger self — the child who once dreamed about cars, without knowing that one day he would bring them to life through his own art.

Because our relationship with cars starts very early.

It begins with toys, sketches in notebooks, posters on bedroom walls, or that moment when a certain model makes you stop and look at it just a little longer. Over time, that feeling evolves. Admiration becomes identity, experience, and a lifestyle.

And that is exactly what the new Audi Q3 represents in this animation series: a dream that grows alongside us. A model that speaks to spontaneity, individuality, and curiosity.

The first animation is titled "The Dream" — a name that captures not only the inspiration behind the project, but also the philosophy Audi continues to build through innovation and creativity.

At Porsche Albania, introducing a new model means more than presenting a vehicle — it means introducing audiences to a unique identity. And this time, that identity came to life through art, animation, and the perspective of a new generation of creators.

Because dreams were never meant to stay on paper.
They take shape. They begin to move.
And they are called Audi.

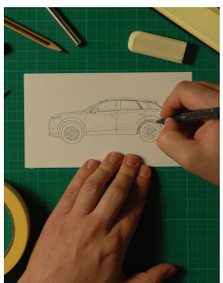












NUK KEMI PARË ENDE GJITHÇKA

We Haven't Seen Everything Yet

AUDI Q9

Audi po përgatit një kapitull të ri në segmentin premium SUV dhe pamjet e para të Audi Q9 jane kthyer në sensacion! Modeli pritet të jetë SUV-i më i madh dhe më luksoz i markës, duke sjellë një kombinim të ri të teknologjisë, komoditetit dhe dizajnit modern.

Me linja elegante, përmasa imponuese dhe një prezencë të fuqishme, Audi Q9 premton të ripërcaktojë eksperiencën e udhëtimit për familjet dhe klientët që kërkojnë më shumë hapësirë dhe luks.

Ndër elementët më të përfolur janë:
- Deri në 7 ulëse lëkure premium
- Hapësirë e bollshme për pasagjerët dhe bagazhin
- Sistemi Bang & Olufsen 4D Sound
- Koncepti i ri i ndriçimit ambiental në kabinë
- Teknologji dhe komoditet të nivelit më të lartë

Audi Q9 pritet të vijë shumë shpejt edhe në Shqipëri nga Porsche Albania, përfaqësuesit zyrtarë të Audi...Nëse këto janë vetëm pamjet e para, atëherë e ardhmja duket vërtet mbresëlënëse.

Audi is preparing a new chapter in the premium SUV segment, and the first glimpses of the Audi Q9 have already become a sensation! The model is expected to be the brand's largest and most luxurious SUV yet, bringing together a new combination of technology, comfort, and modern design.

With elegant lines, imposing dimensions, and a powerful presence, the Audi Q9 promises to redefine the driving experience for families and customers seeking more space and luxury.

Among its most talked-about features are:
- Up to 7 premium leather seats
- Spacious interior and large luggage capacity
- Bang & Olufsen 4D Sound system
- A new ambient lighting concept inside the cabin
- Cutting-edge technology and top-level comfort

The Audi Q9 is expected to arrive very soon in Albania through Porsche Albania, the official representative of Audi.
If these are only the first images, then the future truly looks impressive.











AUDI NË FORMULA 1: NJË ËNDËRR QË BËHET REALITET

Audi in Formula 1: a dream becoming reality

Pas vitesh spekulimesh dhe pritjeje, marka gjermane ka zbuluar zyrtarisht projektin e saj në Berlin: **Audi Revolut F1 Team**, duke konfirmuar zyrtarisht pjesëmarrjen në startin e sezonit 2026. Debutimi i madh nisi më 8 mars në Australi, aty ku filloi një kapitull krejt i ri për Audi-n në skenën më të madhe të motorsportit!

Në qendër të këtij projekti që po merr formë çdo ditë është makina e re Audi R26. E pajisur me njësinë hibride **AFR 26**, ajo kombinon një motor V6 turbo me sistem elektrik deri në 350 kW dhe përdor karburant të qëndrueshëm. Është teknologji e së ardhmes, e sjellë në pistë sot.

Por pas shifrave dhe inxhinierisë, qëndron një ide më e madhe: Audi nuk vjen në Formula 1 vetëm për të marrë pjesë. Vjen për të konkurruar, për të sfiduar dhe për të lënë gjurmë. Me një trashëgimi të fortë në garat e qëndrueshmërisë dhe një kulturë të thellë inovacioni, marka gjermane po hyn në një botë ku çdo milisekondë ka peshë dhe çdo vendim mund të shkruajë histori.

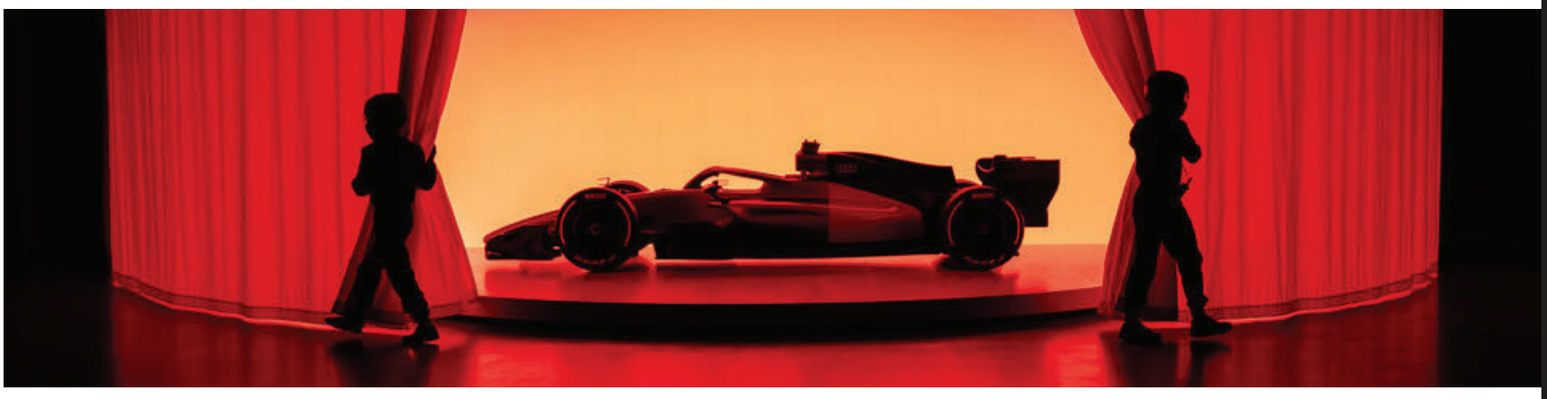
Formula 1 po ndryshon, dhe me ardhjen e Audi-t, ky ndryshim ndihet më real se kurrë. Ky është fillimi i një historie të re që ende nuk është shkruar. Ky është Audi!

After years of speculation and paddock rumors, Audi has finally taken its boldest step. In Berlin, the brand officially unveiled its Formula 1 project: **Audi Revolut F1 Team**, confirming its entry into the championship from the 2026 season. Everything is now in motion, with the debut set for March 8 in Australia, where a new chapter for the German marque begins.

At the heart of this evolving project is the new Audi R26. It features the **AFR 26** hybrid power unit, combining a V6 turbo engine with up to 350 kW of electric power, running on sustainable fuel. It is not just a race car, but a clear statement of where Formula 1 is heading today.

Beyond the technology and numbers, the real essence of this entry lies elsewhere: Audi is not coming to Formula 1 just to be on the grid. It is coming to fight, to challenge the very best, and to build a new legacy at the top. With its long-standing endurance racing heritage and a deeply rooted engineering culture, Audi enters a world where every lap matters and every mistake costs dearly.

Formula 1 is changing before our eyes, and Audi's arrival makes that change even more tangible. This is the beginning of a story that has only just started to be written. This is Audi!













50 VITE GOLF GTI

50 Years of Golf GTI



Festë, emocion dhe adrenalinë në legjendaren 24h Nürburgring.

Volkswagen festoi **50-vjetorin** e Golf GTI në një nga skenat më ikonike të motorsportit botëror: 24h Nürburgring, e zhvilluar nga 14–17 maj 2026. Një event që bashkoi gjysmë shekulli histori, performancë dhe pasion.

Mes zhurmës së motorëve, dritave të paddock-ut dhe mijëra fansave të ardhur nga e gjithë Europa, 24h Nürburgring u kthye në një festival të vërtetë për komunitetin GTI.

Në atmosferën elektrizuese të GTI Village, Volkswagen prezantoi për herë të parë një model plotësisht elektrik që mban emblemën legjendare GTI: ID. Polo GTI.

Një moment simbolik që tregoi se ADN-ja sportive e GTI nuk lidhet me një motor apo një epokë, por me emocionin që të jep pas timonit.

Volkswagen Albania ishte pjesë e këtij eventi përmes Volkswagen Brand Ambassador **Enxhi Nasufi** dhe **Ana Xharo**, të cilat ndanë live eksperiencën e tyre nga zemra e eventit, duke sjellë nga afër energjinë e GTI Village, prezantimet ekskluzive dhe atmosferën unike të një prej fundjavave më të rëndësishme për komunitetin GTI.

Celebration, Emotion and Adrenaline at the Legendary 24h Nürburgring

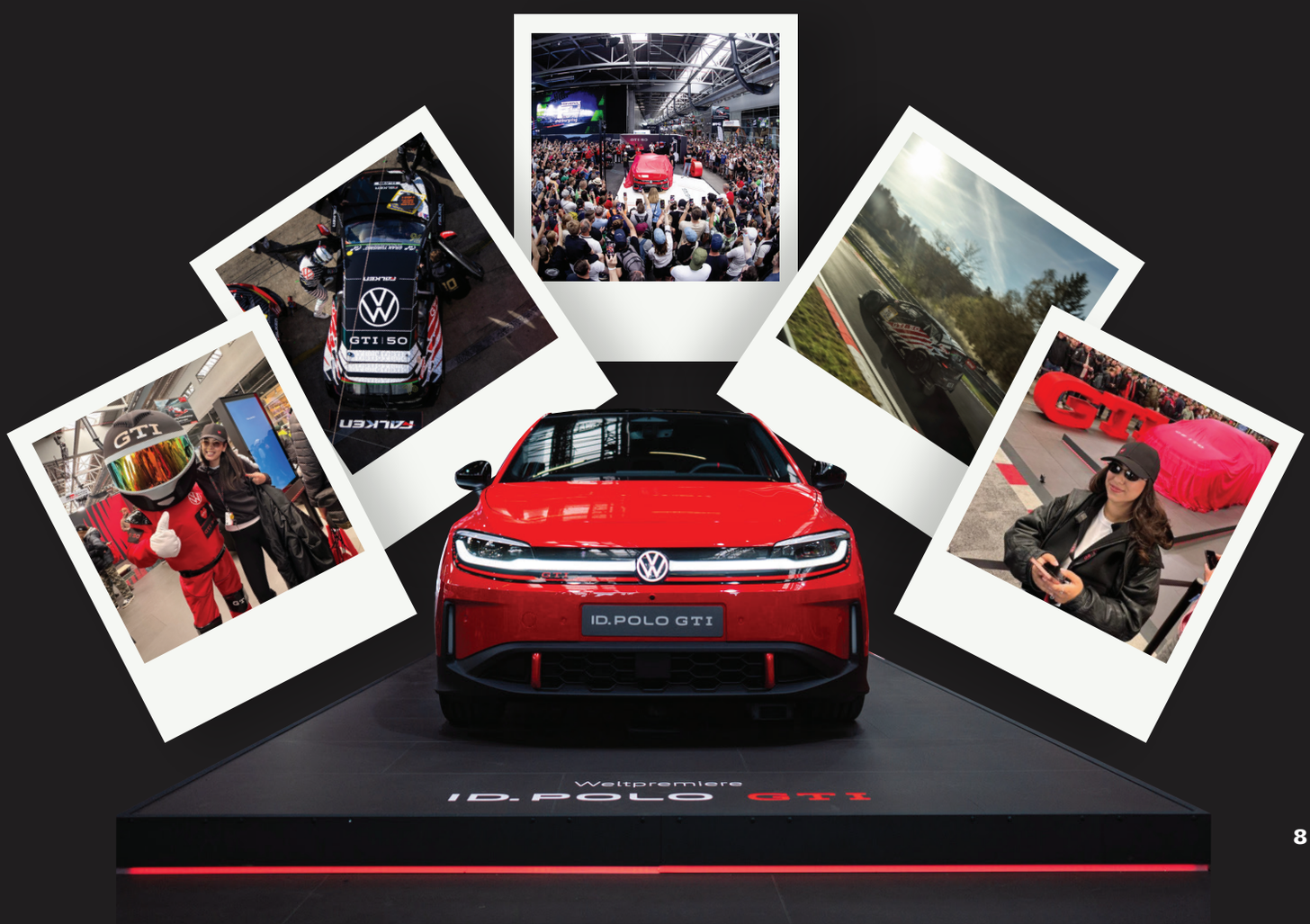
Volkswagen celebrated the **50th anniversary** of the Golf GTI at one of the most iconic stages in global motorsport: the 24h Nürburgring, held from May 14–17, 2026. An event that brought together half a century of history, performance, and passion.

Amid the sound of engines, the lights of the paddock, and thousands of fans arriving from across Europe, the 24h Nürburgring transformed into a true festival for the GTI community.

In the electrifying atmosphere of GTI Village, Volkswagen unveiled for the very first time a fully electric model carrying the legendary GTI badge: the ID. Polo GTI.

A symbolic moment that proved the sporty DNA of GTI is not defined by an engine or an era, but by the emotion it creates behind the wheel.

Volkswagen Albania was part of this event through Volkswagen Brand Ambassador **Enxhi Nasufi** and **Ana Xharo**, who shared their experience live from the heart of the event, bringing audiences closer to the energy of GTI Village, the exclusive unveilings, and the unique atmosphere of one of the most important weekends for the GTI community.



TIRANA ROC'D

Më 3 Prill 2026, **Volkswagen T-Roc** i ri nuk erdhi thjesht si një lançim tjetër në tregun automobilistik shqiptar. Ai erdhi si një vazhdim i mënyrës se si Volkswagen përfaqësohet në tregun shqiptar: inovator, modern dhe i pakrahasueshëm.

Në zemër të Tiranës, në një mbrëmje ku teknologjia u prezantua nëpërmjetë teknologjisë - nga TEO - asistenti virtual inteligjent i Porsche Albania.

Së bashku me ekipin e Volkswagen, TEO solli një format prezantimi modern, dinamik dhe të pazakontë, një reflektim i qartë i filozofisë që Porsche Albania po ndërton prej vitesh: të mos sjellë vetëm modele të reja, por kultura të reja përjetimi rreth tyre.

Sepse suksesi i Volkswagen në Shqipëri nuk është ndërtuar vetëm mbi automobilët. Është ndërtuar mbi besimin.
Mbi marrëdhënien që njerëzit krijojnë me markën, mbi sigurinë që ndjejnë te produkti dhe mbi profesionalizmin e njerëzve që e përfaqësojnë atë çdo ditë në **Porsche Albania.**

On April 3rd, 2026, the new **Volkswagen T-Roc** arrived in Albania as more than just another automotive launch. It came as a continuation of the way Volkswagen has positioned itself in the Albanian market: innovative, modern, and unmistakably bold.

In the heart of Tirana, technology was introduced through technology itself — by TEO, Porsche Albania's intelligent virtual assistant.

Together with the Volkswagen team, TEO delivered a presentation format that felt modern, dynamic, and unconventional — a clear reflection of the philosophy Porsche Albania has been building for years: not simply introducing new models, but creating entirely new ways for people to experience them.

Because Volkswagen's success in Albania has never been built on cars alone. It has been built on trust. On the relationship people create with the brand, the confidence they feel in the product, and the professionalism of the people representing it every day at **Porsche Albania.**











Në këtë frymë, T-Roc i ri u prezantua si vetë karakteri i qytetit ku u lançua: energjik, i guximshëm, modern dhe me identitet të qartë. Një model që mishëron vetëbesimin e një gjenerate të re drejtuesish dhe filozofinë gjithnjë evoluese të Volkswagen.

Mbrëmja vazhdoi mes muzikës live rock, dritave të qytetit dhe energjisë së dhjetëra pjesëmarrësve që e kthyen eventin në një moment komuniteti për të gjithë dashamirësit
e markës.

Në një kohë kur publiku kërkon më shumë sesa produkte, Porsche Albania vazhdon të sjellë eksperienca që krijojnë emocion, afërsi dhe kujtesë. Sepse inovacioni sot nuk matet vetëm me teknologjinë që drejton një automjet, por edhe me mënyrën sesi një markë arrin të lidhet me njerëzit.

Dhe këtë herë, Volkswagen zgjodhi ta bënte me stilin e vet, më të guximshëm deri më tani.

T-Roc i ri është këtu.
Born confident. Ready to “Roc” your drive!

In that spirit, the new T-Roc was presented as an extension of the city where it debuted: energetic, confident, modern, and full of character. A model that reflects the mindset of a new generation of drivers and Volkswagen’s constantly evolving philosophy.

The evening continued with live rock music, city lights, and the energy of dozens of guests who transformed the event into a true community moment for Volkswagen enthusiasts.

At a time when audiences expect more than just products, Porsche Albania continues to create experiences that build emotion, connection, and lasting memories. Because today, innovation is no longer measured only by the technology inside a vehicle, but also by the way a brand connects
with people.

And this time, Volkswagen chose to do it in its boldest way yet.

The new T-Roc is here.
Born confident. Ready to Roc your drive!



NJË KOMUNITET I ZJARRTË NË WÖRTHERSEE 2026!

A crazy passionate community in Wörthersee 2026!

GTI Meeting në Wörthersee 2026 u zhvillua sërish si një nga ngjarjet më të rëndësishme të skenës ndërkombëtare të tuning-ut, duke mbledhur rreth **20,000** entuziastë nga 36 shtete në një atmosferë elektrizuese dhe plot energji.

Në këtë edicion, **Volkswagen** dhe **Audi Albania** u përfaqësuan me krenari nga komuniteti **Golf Club Albania**, duke sjellë praninë shqiptare në një nga eventet më ikonike të automobilizmit evropian. Pjesëmarrësit ekspozuan makina të modifikuara, performancë të përmirësuar dhe një frymë të fortë bashkëpunimi që karakterizon këtë komunitet global entuziastësh.

A crazy passionate community in Wörthersee 2026! The GTI Meeting at Wörthersee 2026 once again took place as one of the most important events in the international tuning scene, bringing together around **20,000** enthusiasts from 36 countries in an electrifying and energetic atmosphere.

In this edition, **Volkswagen** and **Audi Albania** were proudly represented by the **Golf Club Albania** community, bringing Albanian presence to one of the most iconic events in European automotive culture. Participants showcased modified cars, enhanced performance builds, and a strong spirit of collaboration that defines this global community of enthusiasts.









VOLKSWAGEN TOUAREG “FINAL EDITION”

FUNDI I NJË EPOKE SUV PREMIUM

Volkswagen Touareg “FINAL EDITION” the end of a premium SUV era

Viti 2026 shënon fundin e prodhimit të Volkswagen Touareg. Për ta shënuar këtë moment historik, Volkswagen sjell edicionin special “Touareg FINAL EDITION”, i disponueshëm në sallonin e shitjes së Volkswagen Albania.

Që nga viti 2002, Touareg është pozicionuar si një SUV i klasit të lartë, i njohur për komfortin e jashtëzakonshëm, teknologjinë moderne dhe karakterin e tij të sigurt në rrugë. Ai ishte gjithashtu modeli që, së bashku me Phaeton, e futi Volkswagen për herë të parë në segmentin premium.

Edicioni final vjen me detaje ekskluzive dizajni si mbishkrimi “FINAL EDITION” në xhamat e dyerve të pasme, në levën e marsheve dhe në elementët ndriçues të brendshëm. Ambienti i brendshëm ofron ndriçim shumëngjyrësh dhe detaje luksoze në çdo nivel pajisjeje.

Me mbi 1.2 milion njësi të shitura në 39 vende, Touareg mbetet një nga SUV-t më të suksesshëm të Volkswagen dhe një simbol i teknologjisë së klasit të lartë.

2026 is the year that marks the end of the Volkswagen Touareg production. To mark this milestone, Volkswagen has launched the “Touareg FINAL EDITION”, available at Volkswagen Albania showroom.

Since its debut in 2002, the Touareg has stood as a flagship SUV, known for its premium comfort, advanced technology, and confident driving character. Together with the Phaeton, it marked Volkswagen’s first step into the premium segment.

The final edition features exclusive design touches such as “FINAL EDITION” branding on the rear door window surrounds, the gear selector, illuminated interior trim, and door sill plates. Higher trims also include multi-color ambient lighting as standard.

With more than 1.2 million units sold across 39 countries, the Touareg remains one of Volkswagen’s most successful premium SUVs and a true technological flagship.















KOHËT E VËSHTIRA NA BËNË MË TË MËDHENJ:
11 VJET ME VOLKSWAGEN NË SHQIPËRI

Prej 11 vitesh jam pjesë e Volkswagen në Shqipëri, një rrugëtim që filloi që në momentin e hapjes së kompanisë në vend. E mbaj shumë qartë atë periudhë: isha 32 vjeç (jo shumë i ri), por po gëzoja si një fëmijë. Gëzoja si ai fëmija që po arrinte të merrte "lodrën e ëndërruar" të vogël.
Kisha përvojë rreth 10 vjeçe në tregun automotiv, por pavarësisht kësaj, emocionet ishin të jashtëzakonshme duke qene se isha një fëmijë i rritur me Volkswagen.

Ishte një fillim i ri, plot energji, por edhe me shumë të panjohura.

Fillimi nuk ka qenë i lehtë. Ishte sfidues në çdo aspekt, pasi Volkswagen po prezantohej për herë të parë zyrtarisht në Shqipëri nga Porsche Albania. Sfida më e madhe ishte rikthimi i besimit tek njerëzit, t'u tregonim njerëzve se ne në Porsche Albania jemi staff me përkushtim, të sinqertë dhe shumë seriozë.Për dy vite me radhë, ishim vetëm tre persona që menaxhonim çdo gjë nga marrëdhënia me klientët, te procedurat, shitjet dhe operacionet e përditshme.

E mbaj mend shumë mirë edhe makinën e parë që kam shitur, një Golf 7 Highline, me ngjyrë vishnje (ngjyra ime e preferuar dhe më e bukura për të nisur karrierën time në VW). Ishte një moment shumë emocional dhe i veçantë për mua. Klientja edhe sot vazhdon të jetë pjesë e familjes Volkswagen. Këto janë momentet që të japin kuptim dhe lidhje afatgjatë me punën që bën.

Puna në Volkswagen ka qenë gjithmonë dinamike. Çdo ditë përballemi me klientë me profile dhe kërkesa të ndryshme, gjë që e bën këtë eksperiencë gjithmonë sfiduese dhe interesante. Me kalimin e viteve, stafi dhe dinamika e brendshme kanë evoluar, por njëkohësisht janë shtuar edhe sfidat.

Së fundmi, tregu shqiptar është mbingarkuar me automjete nga tregje aziatike, duke krijuar një realitet të ri dhe të vështirë për markat si Volkswagen. Kjo ka ndikuar jo vetëm në biznes, por edhe në mënyrën si ne përjetojmë punën tonë çdo ditë. Një nga sfidat më të mëdha mbetet konkurrenca e pandershme nga disa shitës jo zyrtarë.

Këto periudha kanë qenë të vështira jo vetëm profesionalisht, por edhe personalisht dhe psikologjikisht. Ndonjëherë ndjehet si një betejë e ngjashme me mullinjtë e erës të Don Kishotit duke luftuar diçka që duket e pamundur për t'u ndryshuar.

Megjithatë, pikërisht këto sfida tregojnë forcën tonë. Fakti që vazhdojmë të qëndrojmë dhe të ecim përpara dëshmon për punën e madhe që kemi bërë ndër vite. Si thotë një shprehje e vjetër: **"Kohët e vështira i bëjnë burrat të mëdhenj"**

Gjatë këtij rrugëtimi kuptuam se, më shumë se një produkt, me klientët ndamë zemrën dhe pasionin tonë. Kjo kimi e përsosur mes nesh, asaj që krijuam dhe njerëzve që na besuan, është thelbi i suksesit tonë.

E ardhmja e Porsche Albania është e sigurt, për sa kohë që ka njerëz të përkushtuar, që e duan punën dhe marken që përfaqësojnë.

Pavarësisht sfidave, janë pikërisht këta njerëz që do ta mbajnë markën të fortë dhe të qëndrueshme në treg.

Sepse në fund, sfidat nuk mbarojnë kurrë – rëndësi ka që të mos mbarojë dëshira për të vazhduar.

Eris Perpunja
Konsulent shitjesh në Volkswagen



Lorem ipsum

DIFFICULT TIMES MAKE US STRONGER:
11 YEARS WITH VOLKSWAGEN IN ALBANIA



For the past 11 years, I have been part of Volkswagen in Albania, a journey that began from the very moment the company opened its doors in the country. I remember that period very clearly: I was 32 years old not exactly very young but I was as excited as a child. I felt like that child who was finally getting the "dream toy" he had always wanted.

I already had around 10 years of experience in the automotive market, but despite that, the emotions were extraordinary, especially because I had grown up with Volkswagen.

It was a new beginning, full of energy, but also full of unknowns.

The beginning was not easy. It was challenging in every aspect, as Volkswagen was being officially introduced in Albania for the first time by Porsche Albania. The biggest challenge was rebuilding people's trust showing them that at Porsche Albania we were a dedicated, honest and very serious team.

For two consecutive years, we were only three people managing everything: customer relations, procedures, sales and daily operations.

I also remember very well the first car I sold: a Golf 7 Highline in cherry red, my favorite color and the most beautiful way to begin my career with Volkswagen. It was a very emotional and special moment for me. That customer continues to be part of the Volkswagen family to this day. These are the moments that give meaning to your work and create a long-term connection with what you do.

Working at Volkswagen has always been dynamic. Every day, we deal with clients with different profiles and expectations, which makes this experience constantly challenging and interesting. Over the years, the team and the internal dynamics have evolved, but at the same time, the challenges have also increased.

Recently, the Albanian market has become overloaded with vehicles from Asian markets, creating a new and difficult reality for brands like Volkswagen. This has affected not only the business, but also the way we experience our work every day. One of the biggest challenges remains unfair competition from certain unofficial sellers.

These periods have been difficult not only professionally, but also personally and psychologically. Sometimes it feels like a battle similar to Don Quixote fighting the windmills fighting something that seems impossible to change.
However, it is precisely these challenges that show our strength. The fact that we continue to stand strong and move forward proves the great work we have done over the years. As an old saying goes: **"Hard times create strong men."**

Throughout this journey, we understood that, more than a product, we shared our heart and passion with our customers. This perfect chemistry between us, what we built, and the people who trusted us, is the essence of our success.

The future of Porsche Albania is secure as long as there are dedicated people who love their work and the brand they represent.

Despite the challenges, it is exactly these people who will keep the brand strong and sustainable in the market.

Because in the end, challenges never truly end — what matters is that the desire to keep going never ends.

Eris Perpunja
Volkswagen Sales Consultant

VOLKSWAGEN DHE RUGBY NË SHQIPËRI: NJË KOMUNITET NË RRITJE

Volkswagen and Rugby in Albania: A Growing Community



Kur një markë globale si Volkswagen vendos të investojë në sport, ajo nuk mbështet vetëm një ekip por ndërton një lëvizje që rritet me komunitetin. Volkswagen Albania që prej bashkëpunimit në vitin 2023, është sot e lumtur të dëshmojë jo vetëm zhvillimin e ekipit, por edhe zgjerimin e këtij sporti në shkolla dhe komunitete të ndryshme në të gjithë vendin, duke zgjuar interesin për një disiplinë ende jo fort të njohur në Shqipëri.

Rugby është një sport që po fiton gjithnjë e më shumë terren, duke tërhequr të rinj që kërkojnë disiplinë, punë në ekip dhe adrenalinë. I karakterizuar nga intensiteti fizik dhe strategjia, ky sport po shndërrohet gradualisht në një platformë të rëndësishme për zhvillimin e vlerave sportive dhe sociale.

Për Volkswagen, angazhimi në sport është një zgjatje natyrale e filozofisë së saj të markës: inovacion, qëndrueshmëri dhe lëvizshmëri moderne, të lidhura ngushtë me bashkëpunimin, performancën dhe progresin.

Një partneritet me ndikim lokal

Përmes Volkswagen Albania, ky bashkëpunim ka kaluar përtej një iniciative simbolike dhe është kthyer në një program aktiv zhvillimi. Ai përfshin mbështetje për evente sportive, promovim të turneve dhe rritje të ndërgjegjësimit për rugby-n në komunitete të ndryshme dhe në shkolla.

Ky investim në sport dhe komunitet nuk shihet thjesht si përgjegjësi sociale, por si një mënyrë për të ndërtuar lidhje më të forta dhe më kuptimplota me brezat e rinj në Shqipëri.

Me këtë qasje, Volkswagen vazhdon të forcojë rolin e saj jo vetëm si lider në mobilitet, por edhe si një partner aktiv në zhvillimin social dhe sportiv të rajonit.

When a global brand like Volkswagen decides to invest in sport, it does not simply support a team—it builds a movement that grows with the community. Since the beginning of its partnership in 2023, Volkswagen Albania is proud to witness not only the development of the team, but also the expansion of the sport across schools and different communities throughout the country, sparking interest in a discipline that is still relatively new to Albania.

Rugby is a sport that continues to gain ground, attracting young people who seek discipline, teamwork, and adrenaline. Characterized by its physical intensity and strategic depth, it is gradually becoming an important platform for the development of both sporting and social values.

For Volkswagen, engagement in sport is a natural extension of its brand philosophy: innovation, sustainability, and modern mobility, closely linked to collaboration, performance, and progress.

A partnership with local impact

Through Volkswagen Albania, this collaboration has moved beyond a symbolic initiative and has become an active development program. It includes support for sporting events, promotion of tournaments, and increased awareness of rugby within different communities and schools.

This investment in sport and community is seen not only as corporate social responsibility, but also as a way to build stronger and more meaningful connections with younger generations in Albania.

With this approach, Volkswagen continues to strengthen its role not only as a leader in mobility, but also as an active partner in social and sporting development across the region.





IDENTITETI VIZUAL PAS ENERGJISË SË T-ROC

The Visual Identity Behind the Energy of T-Roc

Një nga eventet më të veçanta dhe më energjike që kemi realizuar ndonjëherë me skuadrën e marketing-ut të **Porsche Albania** ishte prezantimi i **Volkswagen T-Roc** të ri. Gjithçka ishte menduar deri në detaj, duke filluar nga silent party me kufje, prezantimi interaktiv i makinës, performanca live e Offchestra, kërcimtarët dhe flame show që i dhanë eventit një atmosferë krejt ndryshe. I gjithë koncepti mbështetej tek energjia rinore dhe karakteri rebel i T-Roc, i lidhur ngushtë me sloganin **"Get Ready to Roc!"**.

Roli im në këtë projekt ishte realizimi i të gjitha materialeve print dhe pjesës vizuale të ekranëve. Çdo element grafik u ndërtua me një frymë **punk rock**, me ngjyra të forta, tipografi agresive dhe detaje që përcillnin **identitetin urban të makinës.**

Pjesë interesante ishte animimi i ekranëve të skenës. Ekranët ishin të ndarë në formë mozaiku dhe çdo animacion u ndërtua me precizion sipas ndarjeve reale të tyre. Në shumë momente përdorëm video të ndryshme që lëviznin paralelisht në secilin seksion të ekranit. Ishte një proces që kërkonte **koordinim perfekt** mes dizajnit, animacionit dhe momentit live të eventit.

Momenti më i veçantë ishte krijimi dhe animimi i **TEO-s**, chatbot-it të Porsche Albania. TEO kishte tre dalje kryesore gjatë eventit. Në daljen e parë ai prezantoi dhe ftoi në skenë drejtorin e përgjithshëm të Porsche Albania, **Gentian Bushati.** Zëri dhe levizjet i tij u realizuan nga ne duke përdorur programe të **inteligjencës artificiale.** Në daljen e dytë ai bashkëbisedoi me **Elion Gjoka**, i cili më pas e fton TEO-n të realizonte momentin final, **zbulimin e makinës**. TEO nisi numërimin mbrapsht bashkë me publikun dhe në momentin që arrin tek zero, ai "futet" poshtë makinës në ekranin qendror duke ngritur mbulesën virtualisht. Në të njëjtën kohë, kolegët tanë të Volkswagen koordinuan lëvizjen reale të mbulesës, duke krijuar iluzionin perfekt sikur gjithçka po kontrollohej nga vetë TEO.

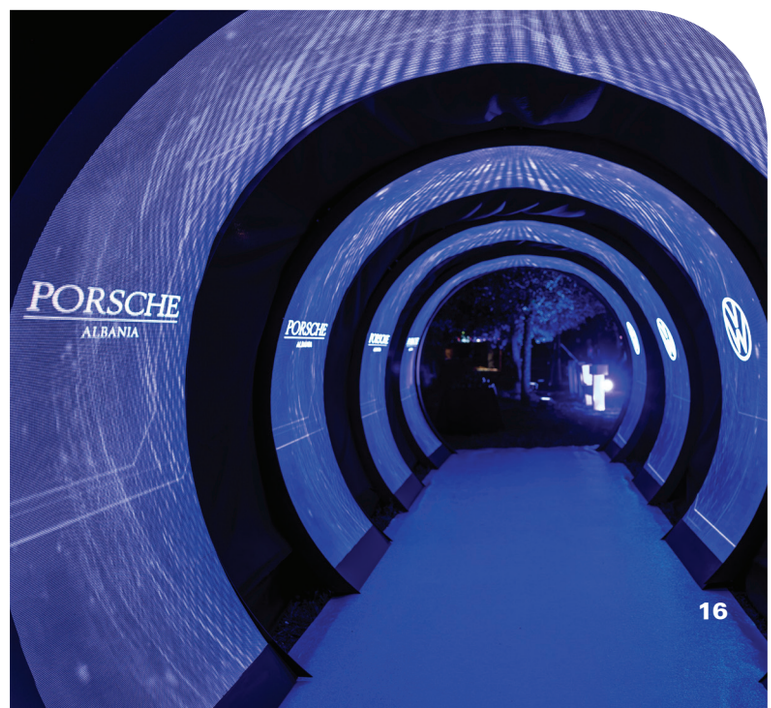
One of the most unique and energetic events we have ever created together with the marketing team of **Porsche Albania** was the launch of the new **Volkswagen T-Roc**. Everything was planned down to the smallest detail, starting from the silent party with headphones, the interactive car presentation, the live performance by Offchestra, the dancers and the flame show that gave the event a completely different atmosphere. The entire concept was built around the youthful energy and rebellious character of the T-Roc, closely connected to the slogan **"Get Ready to Roc!"**.

My role in this project was the creation of all printed materials and the visual part of the screens. Every graphic element was designed with a **punk rock** spirit, using strong colors, aggressive typography and details that conveyed **the urban identity of the car.**

An interesting part was the animation of the stage screens. The screens were divided into a mosaic layout and every animation was built with precision according to their real divisions. In many moments we used different videos moving simultaneously across each screen section. It was a process that required **perfect coordination** between design, animation and the live timing of the event.

The most special moment was the creation and animation of **TEO**, the chatbot of Porsche Albania. TEO had three main appearances during the event. In his first appearance he introduced and invited on stage the General Director of Porsche Albania, **Gentian Bushati**. His voice and movements were created by us using **artificial intelligence** software. In the second appearance he interacted with **Elion Gjoka**, who then invited TEO to perform the final action, **the reveal of the car**. TEO started the countdown together with the audience and at the moment he reached zero, he "went under" the car on the central screen, virtually lifting the cover. At the same time, our Volkswagen colleagues coordinated the real movement of the cover, creating the perfect illusion as if everything was being controlled by TEO himself.





ŠKODA ALBANIA NË MILAN DESIGN WEEK 2026

Škoda Albania at Milan Design Week 2026

Në prill 2026, **Škoda Albania** u bë pjesë e **Milan Design Week**, një nga eventet më kreative dhe inspiruese në Europë duke sjellë atmosferën e Milanos më pranë publikut shqiptar përmes përmbajtjes live dhe eksperiencave nga vetë eventi.

Në Palazzo del Senato, Škoda prezantoi ekspozitën **"Ooooh, that's EpiQ!"**, ku dizajni, arti dhe mobiliteti elektrik u bashkuan në një eksperiencë moderne dhe immersive. Në qendër të vëmendjes ishte modeli i ri elektrik **Škoda Epiq**, i prezantuar mes instalacioneve artistike, projeksioneve LED dhe ambienteve kreative që reflektonin filozofinë e re **"Modern Solid"** të markës.

Për të sjellë këtë eksperiencë më afër ndjekësve në Shqipëri, Škoda Albania organizoi një Instagram Takeover nga **Ledio Cerka** dhe **Enxhi Vogli**, të cilët ndanë gjatë gjithë eventit momente nga Milano, prezantimet e modeleve, ambientet artistike dhe energjinë e një prej javëve më të rëndësishme të dizajnit në botë.

Përmes videove, fotove dhe përmbajtjes spontane nga eventi, publiku shqiptar pati mundësinë të shihte një anë tjetër të Škoda më kreative, më moderne dhe më lifestyle-oriented.

Milan Design Week 2026 nuk ishte vetëm një event për makina. Ishte një eksperiencë që tregoi sesi Škoda po lidhet gjithnjë e më shumë me dizajnin, kreativitetin dhe kulturën moderne europiane.

In April 2026, **Škoda Albania** became part of **Milan Design Week** one of Europe's most creative and inspiring events bringing the atmosphere of Milan closer to the Albanian audience through live content and real-time experiences from the event itself.

At Palazzo del Senato, Škoda presented the **"Ooooh, that's EpiQ!"** exhibition, where design, art, and electric mobility came together in a modern and immersive experience. At the center of attention was the new electric **Škoda Epiq**, showcased among artistic installations, LED projections, and creative spaces reflecting the brand's new **"Modern Solid"** philosophy.

To bring this experience closer to followers in Albania, Škoda Albania organized an Instagram Takeover with **Ledio Cerka** and **Enxhi Vogli**, who shared moments from Milan throughout the event, including model presentations, artistic environments, and the energy of one of the world's most important design weeks.

Through videos, photos, and spontaneous content from the event, the Albanian audience had the chance to discover another side of Škoda more creative, modern, and lifestyle-oriented.

Milan Design Week 2026 was not just a car event. It was an experience that showed how Škoda is increasingly connecting with design, creativity, and modern European culture.

ŠKODA BËHET MARKA E DYTË MË E SHITUR E MAKINAVE NË EVROPË

Škoda Becomes Europe’s Second Best-Selling Car Brand



Škoda Auto ka arritur një moment historik, duke u renditur si marka **e dytë më e shitur** e automjeteve në Europë gjatë tremujorit të parë të vitit 2026. Prodhuesi çek dorëzoi **271,900 automjete** globalisht, duke shënuar një rritje prej **14%** krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar dhe duke forcuar pozicionin e tij si një nga markat automotive me rritjen më të shpejtë në tregun europian.

Performanca më e fortë erdhi nga Europa, ku Škoda dorëzoi **222,500 automjete** dhe tejkaloj pritshmërite në rritjen e përgjithshme të tregut. Muaji mars 2026 u kthye gjithashtu në muaji më i suksesshëm në historinë e markës në Europë, me mbi **90,000 automjete** të dorëzuara brenda një muaji të vetëm. Gjermania mbeti tregu më i madh për Škoda, duke regjistruar një rritje mbresëlënëse prej **26%** nga viti në vit.

Një nga faktorët kryesorë të këtij suksesi ka qenë zgjerimi i gamës së **modeleve elektrike**. Dorëzimet e automjeteve plotësisht elektrike pothuajse u dyfishuan, duke arritur në **51,800 njësi** globalisht. Modeli i ri **Elroq** u rendit si **automjeti i dytë elektrik më i shitur në Europë** dhe makina elektrike më e shitur në Gjermani. Ndërkohë, **Enyaq** vazhdoi performancën e fortë, duke u pozicionuar mes modeleve më të shitura elektrike në Europë.

Përveç rritjes së shitjeve, Škoda arriti edhe rezultate rekord financiare. Të ardhurat u rritën në **€7.9 miliardë**, ndërsa fitimi operacional arriti në **€660 milionë** rezultati më i lartë i regjistruar ndonjëherë nga kompania për një tremujor të parë.

Me ardhjen e modeleve të reja elektrike si **Epiq** dhe **Peaq**, Škoda vazhdon të forcojë pozicionin e saj si një nga markat më të rëndësishme automotive në Europë dhe një nga emrat që po formësojnë të ardhmen e mobilitetit.

Škoda Auto has achieved a historic milestone, becoming the **second best-selling** car brand in Europe during the first quarter of 2026. The Czech manufacturer delivered **271,900 vehicles** globally, marking a **14%** increase compared to the same period last year and reinforcing its position as one of the fastest-growing automotive brands in the European market.

The strongest performance came from Europe, where Škoda delivered **222,500 vehicles** and significantly outperformed the overall market growth. March 2026 also became the brand’s strongest month ever in Europe, with more than **90,000 vehicles** delivered in a single month. Germany remained Škoda’s largest market, recording an impressive **26%** growth year-on-year.

A major contributor to this success has been Škoda’s growing **electric vehicle portfolio**. Deliveries of fully electric models nearly doubled, reaching **51,800 units** worldwide. The all-new **Elroq** quickly became one of Europe’s standout EVs, ranking as **the second best-selling electric vehicle in Europe** and becoming the best-selling EV in Germany. Meanwhile, the **Enyaq** continued its strong momentum, securing a place among Europe’s top five best-selling electric models.

Beyond sales performance, Škoda also achieved record financial results. Revenue rose to **€7.9 billion**, while operating profit increased to **€660 million** — the highest first-quarter result in the company’s history.

With new electric models such as the **Epiq** and **Peaq** arriving soon, Škoda continues to strengthen its role as one of Europe’s leading automotive brands and a key player in the future of mobility.

NJË EKSPERIENCË ÇIKLIZMI ME ŠKODA

Škoda Cycling Experience 2026

Në qershor 2026, Škoda Albania prezantoi për herë të parë “Škoda Cycling Experience” një eksperiencë tre-ditore që bashkoi çiklizmin, natyrën, komunitetin dhe aventurën në një rrugëtim unik përmes Shqipërisë.

E konceptuar si më shumë sesa një event klasik, iniciativa solli një mënyrë të re sesi një markë automotive mund të lidhet me njerëzit përmes eksperiencave reale. Përgjatë datave 13, 14 dhe 15 qershor, pjesëmarrësit udhëtuan nga Pogradeci drejt Korçës dhe më pas Përmetit, duke kaluar mes peizazheve panoramike, rrugëve malore dhe natyrës shqiptare.

Rrugëtimi nisi me një etapë të qetë përgjatë liqenit të Pogradecit, e fokusuar te atmosfera, social content dhe njohja mes pjesëmarrësve. Dita e dytë solli një eksperiencë më immersive drejt zonës së Gërmenjit, ku natyra dhe aventurat outdoor u bënë pjesë e eksperiencës. Ndërsa dita finale drejt Përmetit u konceptua si një moment më emocional dhe reflektues për të përmbyllur udhëtimin.

Përmes këtij projekti, Škoda Albania synoi të krijonte një komunitet të ri njerëzish që ndajnë të njëjtin pasion për lëvizjen, eksplorimin dhe eksperiencat autentike. Pjesëmarrësit nuk ishin thjesht të ftuar në një aktivitet ata u bënë pjesë e historisë së eventit përmes përmbajtjes së krijuar gjatë rrugëtimit dhe momenteve spontane të ndara në rrjetet sociale..

Më shumë sesa një event, “Škoda Cycling Experience 2026” ishte fillimi i një tradite të re një platformë që bashkon aventurën, komunitetin dhe mënyrën moderne të të përjetuarit të rrugëtimit.

In June 2026, Škoda Albania introduced the very first “Škoda Cycling Experience” — a three-day journey that combined cycling, nature, community, and adventure through some of Albania’s most beautiful landscapes.

Designed as more than a traditional event, the initiative introduced a new way for an automotive brand to connect with people through real experiences and storytelling. Between June 13–15, participants traveled from Pogradec to Korça and later toward Përmet, crossing scenic roads, mountain landscapes, and natural destinations across Albania.

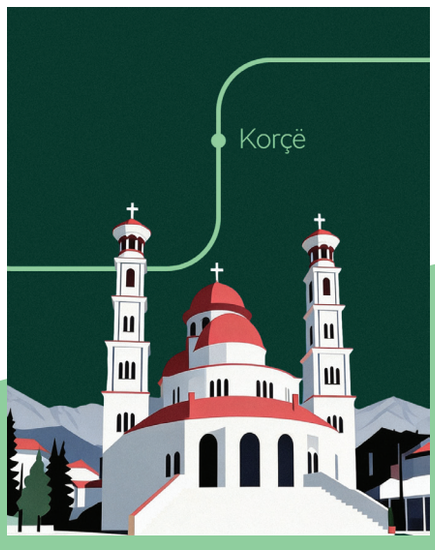
The journey began with a relaxed cycling route along the lake of Pogradec, focused on atmosphere, social content, and community building. The second day brought a more immersive experience toward the mountain area of Gërmenj, where nature and outdoor adventure became part of the experience. The final stage toward Përmet was designed as a more emotional and reflective closing moment for the participants.

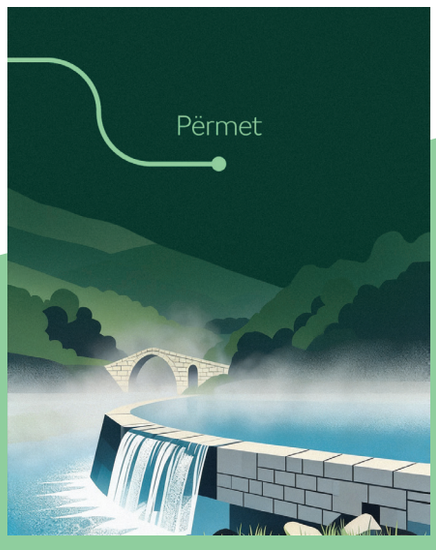
Through this project, Škoda Albania aimed to create a new community of people connected by a shared passion for movement, exploration, and authentic experiences. Participants were not simply guests at an event — they became part of the story itself through the content created during the journey and the spontaneous moments shared on social media.

More than just an event, “Škoda Cycling Experience 2026” marked the beginning of a new tradition a platform that brings together adventure, community, and a modern way of experiencing the journey.









ŠKODA ALBANIA

NË TURIN E 83-TË ÇIKLISTIK TË SHQIPËRISË

Škoda Albania at the 83rd Cycling Tour of Albania

Edicioni i 83-të i Tour of Albania solli edhe këtë vit energjinë, emocionin dhe traditën e një prej eventeve sportive më të rëndësishme në vend. Përgjatë etapave që përshkuan qytete dhe peizazhe të ndryshme shqiptare, pjesë e këtij rrugëtimi ishte edhe Škoda Albania, duke mbështetur zyrtarisht garën me flotën e automjeteve të dedikuara për organizimin dhe shoqërimin e eventit.

Në suport të Tour of Albania 83', Škoda Albania vendosi në dispozicion modele nga gama aktuale e markës: Škoda Octavia, Škoda Kamiq, Škoda Scala, Škoda Fabia dhe Škoda Kodiaq. Automjetet shoqëruan organizatorët, stafin teknik dhe drejtuesit e garës përgjatë gjithë itinerarit, duke u bërë pjesë e çdo etape të kompeticionit.

Pjesë e këtij edicioni ishte edhe Valentino Kamberaj, i cili ndoqi nga afër eventin dhe solli për publikun momente, emocione dhe eksperienca nga brenda garës përmes përmbajtjes së krijuar gjatë etapave. Përmes pranisë së tij, Tour of Albania u soll më pranë një audience më të re dhe më dinamike, duke e kthyer eksperiencën sportive në një rrugëtim më interaktiv dhe më afër komunitetit.

Mbështetja e Škoda ndaj ciklizmit nuk është diçka e re. Marka ka një histori të gjatë lidhjeje me sportin e biçikletës, që nis që nga origjina e saj në vitin 1895, kur themeluesit Václav Laurin dhe Václav Klement filluan biznesin e tyre pikërisht me prodhimin e biçikletave. Edhe sot, Škoda vazhdon të jetë një nga markat automotive më të lidhura me eventet ndërkombëtare të ciklizmit, duke mbështetur gara prestigjioze në Europë dhe më gjerë.

Pikërisht kjo lidhje historike e bëri Tour of Albania një partneritet natyral për Škoda Albania. Nga rrugët urbane te kthesat malore dhe segmentet panoramike të Shqipërisë, modelet e Škoda u bënë pjesë e çdo kilometri të garës, duke ofruar komoditet, siguri dhe besueshmëri gjatë gjithë eventit.

Prania e automjeteve të branduara përgjatë etapave solli gjithashtu një energji të veçantë vizuale në event, duke e bërë Škoda pjesë të atmosferës së garës dhe të eksperiencës së publikut që ndoqi Tour of Albania në qytete të ndryshme.

Për Škoda Albania, ky bashkëpunim përfaqëson më shumë sesa një mbështetje sportive. Ai lidhet me lëvizjen, aventurën dhe filozofinë që çdo rrugëtim ka vlerën dhe historinë e vet.

The 83rd edition of the Tour of Albania once again brought the energy, emotion, and tradition of one of the country's most important sporting events. Throughout the stages crossing different Albanian cities and landscapes, Škoda Albania proudly supported the race with a fleet of vehicles dedicated to the organization and coordination of the event.

For Tour of Albania 83', Škoda Albania provided several models from its current lineup: the Škoda Octavia, Škoda Kamiq, Škoda Scala, Škoda Fabia, and Škoda Kodiaq. These vehicles accompanied organizers, technical staff, and race officials throughout the entire route, becoming part of every stage of the competition.

This year's edition also featured Valentino Kamberaj, who followed the event closely and shared moments, emotions, and behind-the-scenes experiences from the race through live content created during the different stages. Through his presence, Tour of Albania reached a younger and more dynamic audience, transforming the sporting experience into a more interactive and engaging journey.

Škoda's connection with cycling is deeply rooted in the brand's history. The company itself was founded in 1895 by Václav Laurin and Václav Klement, who originally began their business by producing bicycles. Even today, Škoda remains one of the automotive brands most closely associated with cycling, supporting prestigious international cycling events across Europe and beyond.

This historical connection made Tour of Albania a natural partnership for Škoda Albania. From urban roads to mountain curves and panoramic Albanian landscapes, the Škoda models became part of every kilometer of the race, offering comfort, safety, and reliability throughout the event.

The presence of branded Škoda vehicles along the stages also added a strong visual identity to the race atmosphere, making the brand part of the audience experience across different Albanian cities.

For Škoda Albania, this collaboration represents more than sports support. It reflects movement, adventure, and the philosophy that every journey carries its own story and value.





20 VJET ŠKODA NË SHQIPËRI NË PORSCHE ALBANIA

NJË HISTORI BESIMI, RRITJEJE DHE SUKSESI

Muaji maj i vitit 2025 përkon me një moment të veçantë për markën Škoda në Shqipëri: 20-vjetorin e bashkëpunimit me Porsche Albania.

Dy dekada më parë, në maj të vitit 2006, Škoda iu bashkua familjes Porsche Albania, duke nisur kështu një rrugëtim që do të shndërrohej në një histori suksesi të qëndrueshëm në tregun shqiptar automobilistik.

Në këto 20 vite, marka Škoda ka ndërtuar një identitet të fortë dhe të besueshëm në Shqipëri. Falë filozofisë së saj që kombinon cilësinë europiane, teknologjinë moderne, sigurinë, komoditetin dhe praktikitetin, Škoda ka arritur të fitojë besimin e mijëra klientëve shqiptarë.

Nga modelet familjare të njohura për hapësirën dhe ekonominë, deri tek automjetet më moderne dhe inovative të viteve të fundit, marka ka qenë vazhdimisht në zhvillim, duke iu përgjigjur nevojave të tregut dhe pritshmërive të klientëve.

Ecuria e Škoda në Shqipëri është një histori që meriton vlerësim. Gjatë viteve, marka ka njohur rritje të vazhdueshme në prezencën e saj në treg, duke u bërë një nga zgjedhjet më të preferuara për familjet, bizneset dhe klientët që kërkojnë besueshmëri dhe cilësi afatgjatë.

Ky sukses nuk është rastësi, por rezultat i një pune të përkushtuar, një strategjie të qartë dhe një bashkëpunimi të fortë mes ekipit të Porsche Albania dhe vetë markës Škoda.

Një rol të rëndësishëm në këtë rrugëtim ka luajtur edhe përkushtimi ndaj shërbimit ndaj klientit. Përgjatë këtyre viteve, fokusi ka qenë gjithmonë tek krijimi i një eksperience sa më të mirë për klientin — nga momenti i zgjedhjes së automjetit, deri tek shërbimi pas shitjes dhe mbështetja afatgjatë.

Pikërisht ky raport i ndërtuar mbi besimin dhe profesionalizmin ka kontribuar në krijimin e një komuniteti të gjerë klientësh besnikë të markës.

Për mua personalisht, ky përvjetor ka një domethënie të veçantë. Si Drejtor i markës Škoda prej më shumë se 12 vitesh, ndihem krenar që kam qenë pjesë e këtij rrugëtimi dhe e zhvillimit të markës në Shqipëri.

Të shohësh sesi një markë rritet vit pas viti, fiton besimin e klientëve dhe konsolidohet në treg është një kënaqësi dhe përgjegjësi e madhe profesionale. Pas çdo rezultati qëndron puna e një ekipi të përkushtuar, pasioni për markën dhe besimi i klientëve tanë. Nje falenderim te vecante shkon per konsulentet tane te shitjeve Ervis Dapi, Igli Qefalia dhe Alfio Bylyku.

20-vjetori i Škoda me Porsche Albania nuk është vetëm një moment reflektimi mbi sukseset e arritura, por edhe një pikënisje për të ardhmen. Industria automobilistike po ndryshon me ritme të shpejta, me fokus gjithnjë e më të madh tek teknologjia, elektrifikimi dhe zgjidhjet inteligjente të mobilitetit. Škoda vazhdon të jetë pjesë aktive e këtij transformimi global dhe jemi të bindur se edhe në Shqipëri do të vazhdojmë të sjellim produkte dhe shërbime që përmbushin standardet më të larta të kohës.

Në këtë përvjetor të rëndësishëm, dëshiroj të shpreh mirënjohjen më të sinqertë për të gjithë klientët, partnerët dhe bashkëpunëtorët që kanë qenë pjesë e këtij rrugëtimi 20-vjeçar.

Besimi i tyre ka qenë motivimi ynë më i madh për të ecur përpara dhe për të synuar gjithmonë më shumë.
Me të njëjtin pasion, përkushtim dhe vizion për të ardhmen, Škoda dhe Porsche Albania do të vazhdojnë rrugëtimin



Bledar Kozma
Menaxher i markës: Škoda, Seat, DasWelt Auto

20 YEARS OF ŠKODA IN ALBANIA WITH PORSCHE ALBANIA

A STORY OF TRUST, GROWTH, AND SUCCESS

May 2025 marks a special milestone for the Škoda brand in Albania: the 20th anniversary of its partnership with Porsche Albania.

Two decades ago, in May 2006, Škoda became part of the Porsche Albania family, beginning a journey that would grow into a long-term success story in the Albanian automotive market.

Over these 20 years, the Škoda brand has built a strong and trustworthy identity in Albania. Thanks to its philosophy that combines European quality, modern technology, safety, comfort, and practicality, Škoda has earned the trust of thousands of Albanian customers.

From family models known for their spaciousness and efficiency to the most modern and innovative vehicles of recent years, the brand has continuously evolved, responding to market needs and customer expectations.

Škoda's journey in Albania is a story worth appreciating. Throughout the years, the brand has experienced continuous growth in market presence, becoming one of the preferred choices for families, businesses, and customers seeking reliability and long-term quality.

This success is not accidental, but the result of dedicated work, a clear strategy, and a strong collaboration between the Porsche Albania team and the Škoda brand itself.

An important role in this journey has also been the commitment to customer service. Throughout these years, the focus has always been on creating the best possible customer experience, from the moment of choosing a vehicle to aftersales service and long-term support.

It is precisely this relationship built on trust and professionalism that has contributed to creating a loyal community of Škoda customers.

For me personally, this anniversary carries special meaning. As the Director of the Škoda brand for more than 12 years, I feel proud to have been part of this journey and the development of the brand in Albania.

Seeing a brand grow year after year, earn customer trust, and strengthen its position in the market is both a great satisfaction and a great professional responsibility. Behind every result stands the work of a dedicated team, passion for the brand, and the trust of our customers. A special thank you goes to our sales consultants, Ervis Dapi, Igli Qefalia dhe Alfio Bylyku.

The 20th anniversary of Škoda with Porsche Albania is not only a moment to reflect on the achievements of the past, but also a starting point for the future. The automotive industry is evolving rapidly, with an increasing focus on technology, electrification, and intelligent mobility solutions. Škoda continues to play an active role in this global transformation, and we are confident that in Albania we will continue to bring products and services that meet the highest modern standards.

On this important anniversary, I would like to express my sincere gratitude to all customers, partners, and collaborators who have been part of this 20-year journey.

Their trust has been our greatest motivation to move forward and always aim higher.

With the same passion, dedication, and vision for the future, Škoda and Porsche Albania will continue their successful journey in the years to come.

ŠKODA ELROQ EKSPERIENCA TEST DRIVE 2026

Škoda Elroq Test Drive Experience

Në shkurt të vitit 2026, Porsche Albania organizoi një nga eksperiencat më të rëndësishme automotive të vitit, duke sjellë për herë të parë në Shqipëri test drive-in ekskluziv të modelit të ri plotësisht elektrik, Škoda Elroq.

Eventi u konceptua si një eksperiencë e plotë drejtimi, ku të ftuarit patën mundësinë të njiheshin nga afër jo vetëm me Elroq, por edhe me disa nga modelet më të rëndësishme të gamës aktuale Škoda, përfshirë Škoda Karoq, Škoda Octavia dhe Škoda Fabia Monte Carlo. Kjo i dha pjesëmarrësve mundësinë të përjetonin stile të ndryshme drejtimi dhe karakteristika që përfaqësojnë identitetin modern të markës.

Në qendër të vëmendjes qëndronte Elroq, modeli që simbolizon fazën e re elektrike të Škoda. Me dizajnin e ri "Modern Solid", linjat minimaliste dhe teknologjinë inteligjente, Elroq solli një qasje krejtësisht të re mbi mënyrën se si marka po sheh të ardhmen e mobilitetit.

Gjatë test drive-it, pjesëmarrësit provuan performancën dinamike të modelit, qetësinë karakteristike të drejtimit elektrik dhe teknologjitë e avancuara të asistencës. Për shumë prej tyre, ishte kontakti i parë me një automjet plotësisht elektrik nga Škoda, një eksperiencë që kombinoi inovacionin, komoditetin dhe prakticitetin e përditshëm.

Ndërkohë, modelet Karoq, Octavia dhe Fabia Monte Carlo sollën dimensione të ndryshme të eksperiencës Škoda: nga komoditeti familjar dhe hapësira inteligjente, deri te karakteri sportiv dhe dinamika urbane. Kjo krijoi një eksperiencë të plotë që tregoi qartë diversitetin e gamës së markës.

Më shumë se një prezantim automjetesh, eventi përfaqësoi një moment të rëndësishëm për elektromobilitetin në Shqipëri dhe konfirmoi angazhimin e Porsche Albania dhe Škoda Albania drejt inovacionit dhe së ardhmes elektrike.

Škoda Elroq nuk erdhi vetëm si një model i ri.
Ai erdhi si një sinjal i qartë për drejtimin ku po shkon e ardhmja e markës.

In February 2026, Porsche Albania organized one of the most important automotive experiences of the year, bringing the exclusive test drive of the new fully electric Škoda Elroq to Albania for the very first time.

The event was designed as a complete driving experience, where guests had the opportunity to discover not only the Elroq, but also several key models from the current Škoda range, including the Škoda Karoq, Škoda Octavia, and Škoda Fabia Monte Carlo. This allowed participants to experience different driving styles and characteristics that represent the brand's modern identity.

At the center of attention stood the Elroq, the model symbolizing Škoda's new electric era. With its new "Modern Solid" design language, minimalist lines, and intelligent technology, the Elroq introduced a completely new vision of how the brand sees the future of mobility.

During the test drive, participants experienced the model's dynamic performance, the quietness of electric driving, and advanced assistance technologies. For many, it was their first encounter with a fully electric Škoda vehicle, an experience that combined innovation, comfort, and everyday practicality.

Meanwhile, the Karoq, Octavia, and Fabia Monte Carlo brought different dimensions of the Škoda experience: from family comfort and smart space solutions to sporty character and urban dynamics. Together, they created a complete experience that clearly demonstrated the diversity of the brand's portfolio.

More than just a vehicle presentation, the event represented an important moment for electromobility in Albania and confirmed the commitment of Porsche Albania and Škoda Albania toward innovation and the electric future.

The Škoda Elroq did not arrive simply as a new model.
It arrived as a clear signal of where the future of the brand is heading.





ŠKODA DHE ALIS:

NGA NJË BASHKËPUNIM MUZIKOR NË SKENËN E EUROVISION

Škoda x Alis: From a Musical Collaboration to the Eurovision Stage



Bashkëpunimi mes Škoda Albania dhe Alis nisi vitin e kaluar si një projekt kreativ për prezantimin e modelit të ri elektrik Škoda Elroq në Shqipëri. Në qendër të këtij projekti ishte rikthimi i një kënge ikonike shqiptare të viteve '60 kënga e shoferit, e sjellë në një version modern që lidhi nostalgjinë me energjinë e një epoke të re.

Kënga u kthye në një nga elementët më të veçantë të prezantimit të Elroq, duke krijuar një lidhje autentike mes muzikës, kulturës dhe identitetit modern të markës. Përmes këtij projekti, Škoda Albania solli jo vetëm një model të ri elektrik, por edhe një mënyrë ndryshe komunikimi, më emocionale dhe më afër brezit të ri.

Pas suksesit të këtij bashkëpunimi, këtë vit Alis u bë zyrtarisht brand ambassador i Škoda Elroq në Shqipëri. Partneriteti erdhi natyrshëm, pasi vlerat që përfaqëson ai përputhen me filozofinë moderne të Škoda: autenticiteti, energjia pozitive, kreativiteti, thjeshtësia dhe guximi për të sjellë diçka të re.

Pak kohë pas prezantimit të bashkëpunimit të ri me Škoda Elroq, Alis përfaqësoi Shqipërinë në Eurovision në një nga skenat më të mëdha muzikore në Europë. Një moment krenarie që i dha bashkëpunimit edhe më shumë simbolikë, duke treguar sesi talenti, vizioni modern dhe identiteti autentik mund të tejkalojnë kufijtë lokalë dhe të arrijnë një audiencë europiane.

Për Škoda Albania, ky bashkëpunim përfaqëson më shumë sesa një fushatë marketingu. Ai është një reflektim i mënyrës sesi marka po komunikon me një brez të ri njerëzish që vlerësojnë kreativitetin, origjinalitetin dhe emocionin pas çdo historie.

Ashtu si Elroq përfaqëson një epokë të re për Škoda, edhe ky bashkëpunim simbolizon një mënyrë të re të lidhjes mes markës, kulturës dhe njerëzve.

The collaboration between Škoda Albania and Alis began last year as a creative project for the launch of the new fully electric Škoda Elroq in Albania. At the center of this project was the revival of an iconic Albanian song from the 1960s reimagined in a modern version that connected Albanian nostalgia with the energy of a new era.

The song became one of the most distinctive elements of the Elroq presentation, creating an authentic connection between music, culture, and the modern identity of the brand. Through this project, Škoda Albania introduced not only a new electric model, but also a more emotional and contemporary way of communicating with a younger generation.

Following the success of this collaboration, this year Alis officially became the brand ambassador of Škoda Elroq in Albania. The partnership came naturally, as the values he represents align closely with Škoda's modern philosophy: authenticity, positive energy, creativity, simplicity, and the courage to bring something new.

Shortly after the launch of the new collaboration with Škoda Elroq, Alis represented Albania at Eurovision one of Europe's biggest music stages. It was a proud moment that gave the partnership even greater meaning, showing how talent, modern vision, and authentic identity can go beyond local borders and reach a European audience.

For Škoda Albania, this collaboration represents far more than a marketing campaign. It reflects the way the brand connects with a new generation of people who value creativity, originality, and the emotion behind every story.

Just as Elroq represents a new era for Škoda, this collaboration symbolizes a new way of connecting the brand with culture and people.

NJERËZIT E ŠKODA-S

People of Škoda

Çdo makinë ka kilometrat e saj.
Por ajo që e bën një histori të vlefshme janë njerëzit pas timonit.

Me këtë ide nis “People of Škoda” projekti i ri i Škoda Albania që sjell në fokus njerëz realë, historitë e tyre dhe mënyrën sesi Škoda është bërë pjesë e përditshmërisë së tyre. Përmes një serie videosh autentike, projekti synon të tregojë marrëdhënien emocionale që njerëzit krijojnë me makinën e tyre ndër vite.

“People of Škoda” nuk fokusohet vetëm te automjetet, por te eksperiencat që ndërtohen me to: udhëtimet, kujtimet familjare, momentet e rëndësishme dhe besimi që krijohet me kalimin e kohës. Çdo episod sjell një histori ndryshe, të treguar nga njerëz që kanë zgjedhur Škoda si pjesë të jetës së tyre të përditshme.

Pjesë e projektit janë emra dhe personazhe të njohur si Anxhi Çeliku, Genti Xhaferraj dhe figura të tjera që ndajnë historinë e tyre personale me markën. Përmes bisedave spontane dhe momenteve reale, videot synojnë të krijojnë një ndjesi më njerëzore, më të afërt dhe më autentike për publikun.

Projekti vjen në një moment ku mënyra sesi markat komunikojnë po ndryshon. Njerëzit sot lidhen më shumë me histori reale sesa me reklama tradicionale. Pikërisht për këtë arsye, “People of Škoda” ndërtohet mbi storytelling, emocionin dhe eksperiencat personale, duke treguar sesi një makinë mund të bëhet pjesë e një rrugëtimi shumë më të madh.

Në thelb, projekti përfaqëson filozofinë e vetë Škoda: prakticitet, besueshmëri, thjeshtësi dhe lidhje të vërteta me njerëzit.

Sepse në fund, Škoda nuk është vetëm pjesë e rrugës. Është pjesë e historive që krijohen gjatë saj.

Every car has its own kilometers.
But what truly makes a story meaningful are the people behind the wheel.

This is the idea behind “People of Škoda” the new project by Škoda Albania that brings real people, their stories, and the role Škoda plays in their everyday lives into the spotlight. Through a series of authentic videos, the project aims to showcase the emotional connection people build with their cars over the years.

“People of Škoda” is not focused only on the vehicles themselves, but on the experiences built around them: journeys, family memories, important life moments, and the trust created over time. Each episode tells a different story, shared by people who have chosen Škoda as part of their daily lives.

The project features well-known personalities such as Anxhi Çeliku, Genti Xhaferraj, and other individuals who share their personal connection with the brand. Through spontaneous conversations and real-life moments, the videos aim to create a more human, relatable, and authentic feeling for the audience.

The project comes at a time when the way brands communicate is evolving. Today, people connect more with real stories than with traditional advertising. For this reason, “People of Škoda” is built around storytelling, emotion, and personal experiences, showing how a car can become part of a much bigger journey.

At its core, the project reflects Škoda’s philosophy itself: practicality, reliability, simplicity, and genuine human connection.

Because in the end, Škoda is not only part of the road.
It becomes part of the stories created along the way.



TEOVISION NGA MAKINA IME

TeoVision by Makina Ime

Makina Ime prezantoi këtë vit një nga funksionalitetet më inovative të zhvilluara deri më sot në tregun automotive shqiptar: TeoVision — një sistem i bazuar në inteligjencë artificiale që identifikon automjetet përmes kamerës së telefonit.

Ideja është e thjeshtë: përdoruesi fotografon një makinë dhe TeoVision analizon automatikisht modelin, markën, vitin, specifikat teknike dhe informacionet kryesore të automjetit në vetëm pak sekonda. Përveç identifikimit, përdoruesit mund të shohin edhe çmimin mesatar të tregut, video reviews dhe lidhje direkte me oferta në Marketplace apo Das WeltAuto.

TeoVision u promovua këtë vit si një nga risitë kryesore të platformës Makina Ime, duke sjellë një mënyrë krejtësisht të re sesi përdoruesit ndërveprojnë me automobilizmin. Fokusi i komunikimit ishte ta kthente eksperiencën automotive në diçka më të shpejtë, më intuitive dhe më interaktive për publikun e ri digital.

Që në muajin e parë, TeoVision tregoi interes të menjëhershëm nga përdoruesit. Funksionaliteti regjistroi 156 skanime totale nga 25 përdorues unikë, ndërsa 124 automjete u identifikuan me sukses, duke arritur një accuracy prej 79.5%. Këto rezultate treguan potencialin e madh të platformës dhe mënyrën sesi inteligjenca artificiale mund të bëhet pjesë e përditshmërisë automotive.

Për Makina Ime, TeoVision përfaqëson më shumë sesa një feature teknologjik. Është një hap drejt së ardhmes së eksperiencës automotive në Shqipëri — ku informacioni, teknologjia dhe përdoruesi lidhen në kohë reale përmes inteligjencës artificiale.







This year, Makina Ime introduced one of the most innovative automotive features developed in the Albanian market so far: TeoVision — an artificial intelligence-powered system capable of identifying vehicles through a smartphone camera.

The idea is simple: users photograph a car and TeoVision automatically analyzes the vehicle's brand, model, year, technical specifications, and key information within seconds. Beyond identification, users can also view average market prices, video reviews, and direct links to Marketplace and Das WeltAuto listings.

TeoVision was promoted this year as one of the key innovations of the Makina Ime platform, introducing a completely new way for users to interact with the automotive world. The communication focused on making the automotive experience faster, more intuitive, and more interactive for a new digital generation.

From its very first month, TeoVision generated immediate interest among users. The feature recorded 156 total scans from 25 unique users, while 124 vehicles were successfully identified, reaching an accuracy rate of 79.5%. These results highlighted the strong potential of the platform and demonstrated how artificial intelligence can become part of everyday automotive experiences.

For Makina Ime, TeoVision represents more than just a technological feature. It is a step toward the future of automotive experience in Albania — where information, technology, and users connect in real time through artificial intelligence.

PORSCHE ALBANIA DHE FUSHATA PËR KONTROLLIN E AIRBAG TAKATA

Porsche Albania Safety Campaign: Takata Airbag Inspection

Siguria ka qenë gjithmonë një nga elementët më të rëndësishëm në industrinë automotive. Pikërisht për këtë arsye, Porsche Albania ndërmori një fushatë informuese dhe ndërgjegjësuese mbi kontrollin e Airbag Takata, një proces verifikimi sigurie që prek disa modele automjetesh në nivel ndërkombëtar.

Fushata kishte si qëllim të informonte drejtuesit e automjeteve mbi rëndësinë e kontrollit të sistemit të airbag-ut dhe t'u ofronte atyre mundësinë për të verifikuar falas nëse automjeti i tyre është pjesë e këtij kontrolli sigurie.

Përmes komunikimit digital dhe videos informuese të realizuar nga Porsche Albania, mesazhi kryesor ishte i qartë: siguria nuk duhet lënë për më vonë. Përdoruesit u ftuan të kontrollonin automjetin e tyre përmes një linku online ose duke vizituar servisin e autorizuar për një verifikim të shpejtë dhe pa kosto.

Fushata u fokusua te besimi, transparenca dhe rëndësia e mirëmbajtjes preventive, duke treguar se edhe një detaj i vogël mund të ketë ndikim të madh në sigurinë e përditshme në rrugë.

Për Porsche Albania, kjo iniciativë nuk ishte thjesht një komunikim teknik, por pjesë e përgjegjësisë për të qenë pranë klientëve dhe për të garantuar standardet më të larta të sigurisë dhe shërbimit.

Në një kohë ku teknologjia automotive zhvillohet çdo ditë, siguria mbetet prioriteti më i rëndësishëm dhe ndërgjegjësimi është hapi i parë drejt mbrojtjes së çdo udhëtimi.



Safety has always been one of the most important pillars of the automotive industry. For this reason, Porsche Albania launched an informational and awareness campaign regarding the Takata Airbag inspection an international safety verification process affecting certain vehicle models worldwide.

The campaign aimed to inform drivers about the importance of checking the airbag system and offered customers the opportunity to verify free of charge whether their vehicle was part of the global safety recall.

Through digital communication and an informative video created by Porsche Albania, the message was clear: safety should never be postponed. Users were invited to check their vehicle through an online link or by visiting the authorized service center for a quick and cost-free inspection.

The campaign focused on trust, transparency, and the importance of preventive maintenance, highlighting how even a small detail can make a major difference in everyday road safety.

For Porsche Albania, this initiative was more than just a technical communication campaign. It reflected the company's responsibility to stay close to its customers while ensuring the highest standards of safety and service.

In a time where automotive technology evolves rapidly every day, safety remains the most important priority and awareness is the first step toward protecting every journey.

TEO: NGA NJË IDE E THJESHTË

NË NJË ASISTENCË INTELIGJENTE AUTOMOTIVE

TEO: From a Simple Idea to an Intelligent Automotive Assistant

Ideja për TEO lindi nga një nevojë reale: mënyra sesi njerëzit komunikojnë me brandet po ndryshon me shpejtësi. Pyetjet janë gjithmonë e më të menjëhershme, përdoruesit kërkojnë përgjigje të shpejta dhe eksperienca digitale më te thjeshta, ndërsa ekipet përballen çdo ditë me volume të mëdha mesazhesh, pyetjesh dhe kërkesash në platforma të ndryshme.

Pikërisht nga kjo lindi TEO, Chatbot i zhvilluar për të ndihmuar në komunikimin mes përdoruesve dhe brandeve, duke krijuar një eksperiencë më të shpejtë, më moderne dhe më efikase.

Fillimisht, TEO u mendua si një asistencë që mund të përgjigjej automatikisht për informacione bazë mbi automjetet, ofertat apo shërbimet. Dhe rezultatet ishin të dukshme, si në kohën e përgjigjes ashtu edhe në mënyrën e komunikimit.

Por me zhvillimin e teknologjive AI dhe workflows automatike, projekti do të filloj të marrë një dimension shumë më të madh. . Përmes integrimeve me workflows dhe inteligjencë artificiale, shumë procese që sot kërkojnë kohë manuale mund të automatizohen.

TEO nuk është thjesht një chatbot klasik. Ideja është që ai të evoluojë në një ekosistem inteligjent që lidhet me AI, workflows dhe automatizime të ndryshme për të lehtësuar punën e përditshme të ekipeve

Në të ardhmen, TEO do të jetë në gjendje të menaxhojë pyetje automatike, të ndihmojë në gjenerimin dhe menaxhimin e leads, të organizojë informacionet nga përdoruesit, të ndjekë interesin për modele të caktuara dhe të krijojë një komunikim më personal dhe më të shpejtë me klientët

Një nga qëllimet kryesore të TEO është ta bëjë teknologjinë më njerëzore dhe më të thjeshtë për përdoruesit. Në vend të komunikimit standard dhe përgjigjeve të thata automatike, ideja është të krijohet një eksperiencë më natyrale, më interaktive dhe më afër mënyrës sesi njerëzit komunikojnë online.

Për mua, TEO përfaqëson një hap drejt së ardhmes së komunikimit në Shqipëri, ku AI, automatizimi dhe eksperienca njerëzore do të bashkëpunojnë për të krijuar një mënyrë më inteligjente pune dhe komunikimi.

The idea behind TEO was born from a real need: the way people communicate with brands is changing rapidly. Questions are becoming more immediate, users expect faster responses and simpler digital experiences, while teams face large volumes of messages, inquiries, and requests across different platforms every day.

This is exactly where TEO was created, a chatbot developed to improve communication between users and brands by creating a faster, more modern, and more efficient experience.

Initially, TEO was designed as an assistant capable of automatically responding to basic questions about vehicles, offers, and services. The results quickly became noticeable, both in response time and in the overall communication experience.

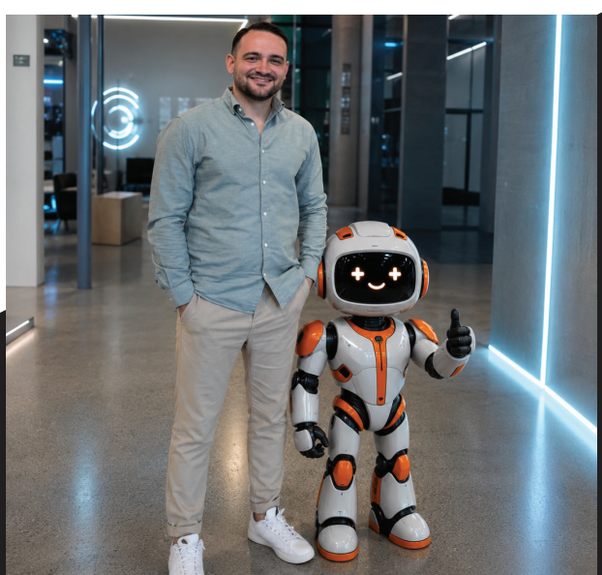
However, with the growth of AI technologies and automated workflows, the project is starting to evolve into something much bigger. Through integrations with workflows and artificial intelligence, many processes that currently require manual time and effort can become automated.

TEO is not simply to create a traditional chatbot. The idea is for it to evolve into an intelligent ecosystem connected with AI, workflows, and different automations that help simplify the daily work of teams.

In the future, TEO will be able to manage automatic inquiries, assist with lead generation and management, organize user information, track interest in specific models, and create faster and more personalized communication with customers.

One of TEO's main goals is to make technology feel more human and easier for users. Instead of standard communication and cold automated replies, the idea is to create a more natural, interactive, and relatable experience that reflects the way people truly communicate online.

For me, TEO represents a step toward the future of communication in Albania, where AI, automation, and human experience will work together to create a smarter way of working and connecting with people.



TEO
Powered by Porsche Albania

FLEET APP

PORSCHE LEASING

MËNYRA MODERNE PËR TË MENAXHUAR AUTOMJETET TUAJA, LEHTËSISHT DHE ME EFIKASITET

Në industrinë e sotme të logjistikës, bizneset kanë nevojë për një mënyrë të thjeshtë që menaxherët dhe drejtuesit e mjeteve të qëndrojnë të lidhur dhe të bashkëpunojnë nga kudo. Fleet App e bën këtë të mundur duke përmirësuar komunikimin, duke rritur transparencën dhe duke i ndihmuar kompanitë të menaxhojnë flotat e tyre më me efikasitet dhe më me siguri.

Në kuadër të projekteve të grupit, jemi të lumtur të njoftojmë lançimin zyrtar të Fleet App — një aplikacion inovativ dhe gjithëpërfshirës për menaxhimin e flotës, i krijuar për të thjeshtuar operacionet, për të ulur kostot dhe për të maksimizuar efikasitetin e flotës për biznese të çdo madhësie.

E konceptuar për menaxherët modernë të flotës dhe ekipet mobile, Fleet App ofron një platformë të centralizuar që lidh në kohë reale menaxherët e logjistikës, drejtuesit e mjeteve dhe drejtuesit e kompanisë. Duke zëvendësuar proceset manuale të vjetruara me mjete intuitive mobile, aplikacioni u mundëson përdoruesve të menaxhojnë dhe monitorojnë flotën e tyre direkt nga smartfoni ose tableti — në çdo kohë dhe kudo.

Nga përmirësimi i komunikimit dhe transparencës operacionale, te optimizimi i performancës dhe produktivitetit, Fleet App i ndihmon bizneset të thjeshtojnë menaxhimin e flotës dhe të mbajnë operacionet në lëvizje me efikasitet.

Karakteristikat kryesore të Fleet App përfshijnë:

- **Fleet Card:** Të gjitha informacionet e automjetit dhe përdoruesit në një vend.
- **Fleet Assistance:** Ndihmë e shpejtë në rast defekti ose aksidenti.
- **Service & Tires:** Gjeni dealerë dhe partnerë të autorizuar shërbimi, si edhe ofrues të gomave.
- **Njoftime:** Qëndroni të informuar për afatet e dokumentacionit, përditësimet e kilometrave dhe sezonet e ndërrimit të gomave (Push & E-mail).
- **Damage Report:** Raportim i thjeshtë digjital i dëmeve dhe dokumenteve.
- **Current Mileage Entries:** Regjistrim i shpejtë, i lehtë dhe në çdo kohë i kilometrave për të gjitha automjetet.
- **Ngarkimi i dokumenteve të drejtuesit:** Siguron kontroll të rregullt të dokumenteve të patentës.

Me një dizajn miqësor për përdoruesin, Fleet App është e lehtë për t'u përdorur dhe kërkon pak kohë për t'u mësuar, duke e bërë të thjeshtë nisjen e përdorimit nga ekipet. Aplikacioni është tashmë i disponueshëm si në iOS ashtu edhe në Android, dhe ofrohet pa pagesë.

Fleet App – duke udhëhequr të ardhmen e menaxhimit të flotës në Shqipëri

Në mjedisin e sotëm të biznesit, ku ritmi është i shpejtë, efikasiteti, lidhshmëria dhe qasja në kohë reale te informacioni janë thelbësore për një menaxhim të suksesshëm të flotës. Duke njohur nevojën në rritje për zgjidhje më të zgjuara të mobilitetit, Porsche Leasing prezanton me krenari Fleet App në tregun shqiptar — një platformë inovative mobile e krijuar për të transformuar mënyrën se si kompanitë menaxhojnë flotat e tyre të automjeteve.

E krijuar për menaxherët modernë të flotës dhe drejtuesit e mjeteve, Fleet App ofron një përvojë digjitale pa ndërprerje që thjeshton operacionet e përditshme, përmirëson komunikimin dhe rrit transparencën në çdo aspekt të menaxhimit të flotës. E aksesueshme në çdo kohë dhe nga kudo, aplikacioni vendos kontrollin e plotë të flotës direkt në duart e përdoruesve përmes një ndërfaqeje të thjeshtë dhe intuitive.

Duke bashkuar informacionin e automjeteve, mbështetjen për drejtuesit, koordinimin e shërbimit dhe njoftimet operacionale në një platformë të centralizuar, Fleet App i ndihmon bizneset të ulin kompleksitetin administrativ duke përmirësuar produktivitetin dhe reagimin në rrugë.

E ndërtuar me fokus te përvoja e përdoruesit, aplikacioni u mundëson menaxherëve të flotës, drejtuesve të mjeteve dhe partnerëve të shërbimit të qëndrojnë të lidhur në kohë reale, duke siguruar komunikim më të shpejtë, flukse pune më efikase dhe vendimmarrje më të zgjuar.

Karakteristikat kryesore të Fleet App përfshijnë:

- Qasje e centralizuar në informacionin e automjeteve dhe drejtuesve.
- Lidhje direkte me partnerë të autorizuar të shërbimit dhe mbështetjes.
- Ndihmë e shpejtë rrugore në rast defektesh ose aksidentesh.
- Raportim i lehtë digjital i dëmeve me mundësi ngarkimi fotosh.
- Rezervim online për servisimin e automjeteve dhe ndërrimin sezonal të gomave.
- Regjistrim në kohë reale i kilometrave.
- Njoftime automatike me push dhe e-mail për regjistrimet, servisimet dhe periudhat e ndërrimit të gomave.
- Ngarkim dokumentesh të drejtuesit dhe verifikim të patentës.

Fleet App vendos gjithashtu një theks të fortë te komoditeti dhe siguria e drejtuesve. Në situata emergjente, përdoruesit mund të lidhen shpejt me asistencën rrugore, policinë, ambulancën dhe zjarrfikësen direkt përmes aplikacionit. Një kartë identifikimi digjitale e thjeshton më tej komunikimin dhe trajtimin e automjetit në qendrat e shërbimit.

Më shumë sesa thjesht një mjet për menaxhimin e flotës, Fleet App përfaqëson angazhimin e Porsche Leasing për inovacion digjital dhe zgjidhje të mobilitetit të fokusuara te klienti, që fuqizojnë bizneset të operojnë më zgjuar, më shpejt dhe më me efikasitet.

E disponueshme pa pagesë në iOS dhe Android, Fleet App po vendos një standard të ri për menaxhimin e flotës në Shqipëri.

Menaxhimi më i zgjuar i flotës fillon tani — me Fleet App

FLEET APP

THE MODERN WAY TO MANAGE YOUR VEHICLE, EASILY AND EFFICIENTLY



In today's fast-moving logistics industry, businesses need a simple way for managers and drivers to stay connected and work together from anywhere. Fleet App makes this possible by improving communication, increasing transparency, and helping companies manage their fleets more efficiently and confidently.

In framework of group projects, we're excited to announce the official launch of Fleet App — an innovative, all-in-one fleet management mobile application built to streamline operations, reduce costs, and maximize fleet efficiency for businesses of every size.

Designed for modern fleet managers and mobile workforces, Fleet APP delivers a centralized platform that seamlessly connects logistics managers, drivers, and company leadership in real time. By replacing outdated manual processes with intuitive mobile tools, the app empowers users to manage and monitor their entire fleet directly from their smartphones or tablets — anytime, anywhere.

From improving communication and operational visibility to optimizing performance and productivity, Fleet APP helps businesses simplify fleet management and keep operations moving efficiently.

Key features of Fleet up include:

- **Fleet Card:** All vehicle and user information in one place
- **Fleet Assistance:** Quick roadside support in case of breakdown or accident
- **Service & Tires:** Find authorized dealers and service partners as well as tire providers
- **Notifications:** Stay informed about documentation deadlines, mileage updates, and tire replacement seasons (Push & E-mail)
- **Damage Report:** Easily submit digital damage reports and documents
- **Current Mileage Entries:** Quick, easy and anytime for all engines
- **Driver documents uploads:** Ensure regularly checks of driver's license credentials

Built with a user-friendly design, Fleet APP is easy to use minimal onboarding efforts, making it simple for teams to get started quickly. The app is now available on both iOS and Android devices and free of charge.

Fleet App – Driving the Future of Fleet Management in Albania

In today's fast-paced business environment, efficiency, connectivity, and real-time access to information are essential for successful fleet operations. Recognizing the growing need for smarter mobility solutions, Porsche Leasing proudly introduces Fleet App to the Albanian market – an innovative mobile platform designed to transform the way companies manage their vehicle fleets.

Created for modern fleet managers and drivers, Fleet App delivers a seamless digital experience that simplifies daily operations, improves communication, and increases transparency across every aspect of fleet management. Accessible anytime and anywhere, the app places complete fleet control directly into the hands of its users through a simple and intuitive mobile interface.

By bringing together vehicle information, driver support, service coordination, and operational notifications in one centralized platform, Fleet App helps businesses reduce administrative complexity while improving productivity and responsiveness on the road.

Designed with user experience at its core, the application enables fleet managers, drivers, and service partners to stay connected in real time, ensuring faster communication, more efficient workflows, and smarter decision-making.

Key features of Fleet App include:

- Centralized access to vehicle and driver information
- Direct connection to authorized service and support partners
- Fast roadside assistance in case of breakdowns or accidents
- Easy digital damage reporting with photo upload functionality
- Online booking for vehicle servicing and seasonal tire changes
- Real-time mileage tracking and entries
- Automatic push and e-mail notifications for registrations, servicing, and tire replacement periods
- Driver document upload and license verification

Fleet App also places a strong focus on driver convenience and safety. In emergency situations, users can quickly connect with roadside assistance, police, ambulance, and fire services directly through the application. A digital identification card further streamlines communication and vehicle handling at service centers.

More than just a fleet management tool, Fleet App represents Porsche Leasing's commitment to digital innovation and customer-focused mobility solutions that empower businesses to operate smarter, faster, and more efficiently.

Available free of charge on both iOS and Android devices, Fleet App is setting a new standard for fleet management in Albania.

Smarter fleet management starts now — with Fleet App

PORSCHE ALBANIA PREZANTON HELLO SUCCESS

Porsche Albania Introduces Hello Success

Porsche Albania ka ndërmarrë hapa të rëndësishëm drejt digjitalizimit te HR, me zbatimin e Hello Success, një platformë HR, e dizenjuar për të thjeshtuar proceset, përmirësuar transparencën dhe për të mbështetur punonjësit, menaxherrat dhe ekipet e HR-it në të gjithë organizatën.

Si pjesë e transformimit global të HR-së të Grupit Volkswagen, Hello Success bashkon të gjitha informacionet e lidhura me punonjësit dhe proceset e HR-së në një sistem të sigurt në cloud. Platforma bën të mundur vendimmarrjen më të shpejtë, të bazuar në të dhëna të sakta, duke krijuar procese më efikase dhe të standardizuara në të gjithë Grupin.

Një nga përparësitë kryesore të Hello Success është ulja e punës administrative manuale. Proceset që më parë kërkonin sisteme të shumta dhe detyra të përsëritura tani janë thjeshtuar ose automatizuar, duke lënë më shumë kohë për t'u fokusuar në nisma strategjike, zhvillimin e punonjësve dhe bashkëpunimin.

Për ekipet tona, Hello Success do të thotë qasje më e lehtë në informacion, procese më të shpejta dhe transparencë më të madhe në punën e përditshme. Punonjësit do të jenë në gjendje të menaxhojnë në mënyrë të pavarur aktivitetet e rëndësishme të HR-it, të eksplorojnë mundësitë e të mësuarit dhe të luajnë një rol më aktiv në zhvillimin e tyre profesional.

Për menaxheret, platforma ofron shikueshmëri më të mirë në strukturat e ekipit, të dhënat e punonjësve dhe nevojat e zhvillimit, duke lehtesuar vendimarrjen dhe menaxhim më të mirë të departamenteve. Ekipi i Burimeve Njerezore tashmë ka një reduktim të punës administrative, duke patur më shumë fokus në bashkëveprimin me punonjësit, motivimin e tyre dhe vleresimin ne zhvillimin profesional te departamenteve.

Me zbatimin e Hello Success, Porsche Albania po forcon përkushtimin e saj për inovacion, efikasitet dhe zhvillim të njerëzve. Më shumë se thjesht një sistem i ri HR, Hello Success përfaqëson nje perpjekje per te ofruar nje kulture kompanie qe ka te rendesishme marredhenien, bashkepunimin dhe suksesin e te ardhmes.

Në fund, suksesi më i madh është aftësia për t'u fokusuar më shumë tek njerëzit sesa tek proceset — duke mbështetur inovacionin, të mësuarin e vazhdueshëm dhe suksesin afatgjatë si për punonjësit ashtu edhe për kompaninë.

Porsche Albania is taking an important step toward the future of digital HR with the implementation of Hello Success, the new integrated HR platform designed to simplify processes, improve transparency, and support employees, managers, and HR teams across the organization.

As part of the Volkswagen Group's global HR transformation, Hello Success brings all employee-related information and HR processes together into one secure, cloud-based system. The platform enables smarter, data-driven decision-making while creating more efficient and standardized processes across the Group.

One of the key advantages of Hello Success is the reduction of manual administrative work. Processes that previously required multiple systems and repetitive tasks are now streamlined or automated, allowing more time to focus on strategic initiatives, employee development, and collaboration.

For our teams, Hello Success means easier access to information, faster processes, and greater transparency in everyday work. Employees will be able to manage important HR activities independently, explore learning opportunities, and take a more active role in their professional development.

For managers, the platform provides better visibility into team structures, employee data, and development needs, enabling more informed decisions and stronger people management. HR teams will benefit from reduced administrative workload, allowing more direct interaction with employees, focusing on their motivation, evaluation and professional growth of the teams.

With the implementation of Hello Success, Porsche Albania is strengthening its commitment to innovation, efficiency, and people development. More than just a new HR system, Hello Success represents a foundation for a more connected, collaborative, and future-oriented corporate culture.

Ultimately, the greatest gain is the ability to focus more on people rather than processes — supporting innovation, continuous learning, and long-term success for both employees and the company.

HELLO SUCCESS



SEAT ARONA FL: NDJEHU GJITHMONË I RI

SEAT Arona FL Forever Young





Në një treg ku komunikimi shpesh ndjek formula të sigurta, "Forever Young" solli një energji ndryshe më të lirë, më vizuale, më digjitale.

Mesazhi është i thjeshtë:
Disa ikona nuk plaken kurrë, ato thjesht evoluojnë.

E tillë është filozofia pas lançimit të ri të **SEAT Arona FL**, një model që **nuk flet vetëm për lëvizje**, por për një mënyrë të re të të jetuarit:
"më të lirë, më të guximshme, më "përgjithnjë të re".

Fushata nuk u ndërtua rreth influencer-ëve tradicionalë. Përkundrazi, ajo kërkoi zërat e rinj:
content creators që **nuk janë "të mëdhenj" në numra, por janë të mëdhenj në ide.**

Qëllimi ishte i qartë:
të krijohej një komunitet i ri krijuesish që përfaqësojnë energjinë urbane, spontanitetin dhe autenticitetin e brezit të ri.

SEAT Arona FL vjen me një përditësim që e bën **më modern, më urban** dhe **më të lidhur se kurrë me stilin e jetës digjitale.** Dizajni i jashtëm është rifreskuar me parakolp të ri, drita **Full LED** më të avancuara dhe një **pamje më sportive e robuste**, ndërsa brenda kabina është transformuar me **materiale më premium**, ekran digjital deri në **9.2 inç**, panel digjital instrumentesh **10.25 inç** dhe detaje ndriçimi ambiental që i japin makinës një **karakter më modern dhe emocional.** Në aspektin teknologjik, Arona FL sjell wireless **Apple CarPlay & Android Auto**, sistemin **SEAT CONNECT**, komandë zanore **"Hola Hola"** dhe sisteme të avancuara asistence në drejtim si **Travel Assist, Lane Assist dhe Side Assist,** duke e kthyer çdo udhëtim në një eksperiencë më intuitive, më të sigurt dhe më të lidhur.

In a market where communication often follows safe formulas, "Forever Young" brought a different kind of energy freer, more visual, and more digital.

The message is simple: some icons never grow old; they simply evolve.

This is the philosophy behind the launch of the new **SEAT Arona FL**, a model that **is not only about mobility**, but about a new way of living: **freer, bolder, and forever young.**

The campaign was not built around traditional influencers. Instead, it sought out new voices: content creators who **may not be "big" in numbers, but are big in ideas.**

The objective was clear:
to create a new community of creators who represent the urban energy, spontaneity, and authenticity of a new generation.

The SEAT Arona FL arrives with updates that make it **more modern, more urban**, and **more connected than ever to today's digital lifestyle.** The exterior design has been refreshed with a new bumper, advanced **Full LED** headlights, and **a sportier, more robust appearance.** Inside, the cabin has been transformed with more premium materials, a digital infotainment screen of up to **9.2 inches**, a **10.25-inch** digital cockpit, and ambient lighting details that give the vehicle **a more modern and emotional character.**
From a technology perspective, the Arona FL features wireless **Apple CarPlay and Android Auto**, the **SEAT CONNECT** system, **"Hola Hola"** voice control, and advanced driver assistance systems such as **Travel Assist, Lane Assist, and Side Assist,** transforming every journey into a more intuitive, safer, and more connected experience.



NJË PROFESIONIST ME ZEMËR:

10 VITE TË EDMOND ZAIMIT ME PORSCHE ALBANIA

A Heart-Driven Professional: 10 Years with Edmond Zaimi at Porsche Albania

Ka njerëz që profesionin nuk e bëjnë vetëm për të kaluar ditën. E bëjnë me zemër. Me përkushtim. Me një ndjenjë që të bën të kuptosh menjëherë se puna për ta nuk është thjesht detyrim, por pjesë e identitetit të tyre. Edmond Zaimi është një prej tyre.

Prej pothuajse 10 vitesh pjesë e Porsche Albania, Edmondi flet për profesionin me të njëjtin emocion si ditën e parë. I rritur në një familje ku puna me hekurin ishte traditë, ai e quan profesionin "gjenetikë".

"Jam rritur me këtë punë. E kam pasion që i vogël," – thotë ai.

Dashuria për makinat gjermane e ka shoqëruar gjithmonë. Ai kujton emocionin që ndiente kur dëgjonte për Gjermaninë, për korrektësinë dhe mënyrën sesi funksiononin gjërat atje. Edhe sot, pas kaq vitesh, vazhdon të ndjejë të njëjtën ndjesi sa herë hyn në servis.

"Kur futem këtu, më jep kënaqësi. Punoj me qetësi dhe me shumë dashuri për atë që bëj."

Por për Edmondin, diferenca më e madhe nuk është vetëm teknologjia apo standardi i punës. Është mënyra sesi trajtohen njerëzit.

"Mënyra e organizimit këtu është shumë e mirë. Jam ndjerë gjithmonë i respektuar. Punoj sikur ta kem oborrin tim."

Në mënyrën sesi ai flet për punën kuptohet menjëherë rëndësia që i jep profesionalizmit dhe bashkëpunimit. Për të, një servis i mirë nuk ndërtohet vetëm nga pajisjet moderne, por nga njerëzit që ndihmojnë njëri-tjetrin dhe ndajnë eksperiencën.

"Kur hasim një problem, konsultohemi. Secili jep mendimin e vet dhe gjejmë zgjidhje bashkë. Kjo të jep siguri dhe të bën të ndihesh pjesë e një skuadre."

Ai flet me shumë krenari edhe për mënyrën sesi puna organizohet dhe për trajnimet që i ndihmojnë të zhvillohen vazhdimisht profesionalisht.

"Këtu ndjen që investohet te njeriu. Nuk je thjesht punëtor, je pjesë e diçkaje më të madhe."

Në një moment tjetër të bisedës, Edmondi ndalet edhe te fenomeni i largimit të njerëzve jashtë vendit për të kërkuar një jetë më të mirë. Ai e sheh këtë si diçka njerëzore, por beson se shpesh njerëzit harrojnë të vlerësojnë atë që kanë pranë.

"Shumë ikin për të gjetur më mirë. Është normale. Secili kërkon një jetë më të mirë për familjen e vet. Por unë besoj që nëse punon me ndershmëri, me qetësi dhe me njerëz që të respektojnë, edhe këtu mund të ndihesh mirë."

Ai flet pa gjykim, me shumë qetësi, por me bindjen se respekti dhe ambienti i punës kanë një vlerë që shpesh nuk matet me para.

"Njeriu nuk kërkon vetëm lekë. Kërkon respekt, qetësi dhe njerëz të mirë pranë vetes."

Some people do not work simply to pass the day. They work with heart, dedication, and a sense of purpose that makes you immediately understand that for them, work is not just an obligation, but part of their identity. Edmond Zaimi is one of those people.

For nearly 10 years as part of Porsche Albania, Edmond speaks about his profession with the same excitement as on his very first day. Raised in a family where working with metal was a tradition, he describes the profession as being "in his genetics."

"I grew up with this work. I've loved it since I was young," he says.

His passion for German cars has always been part of who he is. He remembers the emotions he felt hearing about Germany, its precision, and its work culture. Even today, after so many years, he still feels the same excitement every time he enters the workshop.

"When I come here, it gives me joy. I work calmly and with love for what I do."

But for Edmond, the biggest difference is not only the technology or the standards of work. It is the way people are treated.

"The organization here is very good. I have always felt respected. I work here as if it were my own yard."

The way he speaks about work clearly shows how important professionalism and teamwork are to him. For Edmond, a strong service center is not built only with modern equipment, but with people who support each other and share their experience.

"When we face a problem, we consult each other. Everyone gives their opinion and together we find solutions. That gives you confidence and makes you feel part of a real team."

He also speaks proudly about the way work is organized and about the trainings that help employees continue to grow professionally.

"Here you feel that people are valued. You are not simply a worker, you are part of something bigger."

At another moment during the conversation, Edmond reflects on the number of people leaving the country in search of a better life. He sees it as something understandable, but believes many people forget to appreciate what they already have around them.

"Many people leave to find something better. That's normal. Everyone wants a better life for their family. But I believe that if you work honestly, calmly, and with people who respect you, you can also feel good here."

He speaks without judgment, but with the belief that respect and a healthy work environment have a value that often cannot be measured financially.

"People don't only look for money. They look for respect, peace, and good people around them."

Përtej punës, Edmondi është një njeri që vlerëson shumë familjen dhe marrëdhëniet njerëzore. Ai mendon se sot njerëzit po largohen gjithmonë e më shumë nga komunikimi i vërtetë dhe nga thjeshtësia e bisedave.

“Kemi nevojë të flasim më shumë me njëri-tjetrin. Dikur njerëzit rrinin bashkë më shumë.”

Një nga momentet më të ndjera të bisedës ishte mënyra sesi ai foli për jetën dhe shëndetin.

“Shëndeti është njëshi. Po shtove një njeri të mirë në krah, bëhet dhjetë. Po shtove dhe pak mirëqenie, bëhet njëqind. Por po hoqe njëshin… të gjitha zerot nuk kanë më vlerë.”

Dhe ndoshta kjo është ajo që e përshkruan më mirë Edmond Zaimin.
Një profesionist me eksperiencë, por mbi të gjitha një njeri i thjeshtë, i qetë dhe shumë njerëzor. Dikush që beson se puna bëhet më mirë kur bëhet me zemër, respekt dhe dashuri për njerëzit që ke pranë.

Beyond work, Edmond is someone who deeply values family and human relationships. He believes that people today are becoming more distant from real communication and from the simplicity of genuine conversations.

“We need to talk more with one another. People used to spend more time together before.”

One of the most emotional moments of the conversation was the way he spoke about life and health.

“Health is the number one thing. Add a good person beside you and it becomes ten. Add some prosperity and it becomes one hundred. But if you remove the number one… all the zeros lose their value.”

And perhaps that is what describes Edmond Zaimi best. An experienced professional, but above all, a calm, humble, and deeply human person. Someone who believes work is done best when it is done with heart, respect, and care for the people around you.



10 VITE TË EDMOND ZAIMIT ME PORSCHE ALBANIA

ROLLIN' YOUNG

Marketingu në kohën e **Gen Z** Z nuk ka më të bëjë vetëm me komunikimin tradicional. Nuk mjafton më të flasësh për produktin; duhet të krijosh komunitet, të ndërtosh autenticitet dhe të kesh guximin të komunikosh në një gjuhë të re.

Me këtë filozofi lindi edhe iniciativa e re e SEAT Albania, **"Rollin' Young"**, një projekt që vendosi në qendër jo influencerët tradicionalë, por një brez të ri krijuesish që përfaqësojnë energjinë urbane, kreativitetin dhe spontanitetin e gjeneratës së re.

Në vend që të kërkonte profile me miliona ndjekës, skuadra e **SEAT me Porsche Albania** vendosi të fokusohej te content creators me ide të forta, zë autentik dhe aftësi për të krijuar përmbajtje reale që rezonon me komunitetin e tyre.

Fushata u zhvillua në formën e një konkursi **UGC (User Generated Content)**, duke ftuar të rinjtë të ndanin idetë e tyre inovative. Fituesi do të sigurojë një kontratë bashkëpunimi njëvjeçare me SEAT Albania, një çmim simbolik, si dhe pjesëmarrje ekskluzive në eventet e Porsche Albania.

Takimi i parë me finalistët e përzgjedhur ishte një nga momentet më frymëzuese të projektit. **Energjia, entuziazmi** dhe **kreativiteti** që sollën në tavolinë treguan qartë se brezi i ri kërkon më shumë sesa të jetë audiencë dëshiron të jetë pjesë aktive e historisë së një brandi.

"Rollin' Young" nuk është vetëm një fushatë marketingu. Është një shembull se si markat mund të krijojnë lidhje reale me brezin e ri, duke i dhënë hapësirë **krijimtarisë, autenticitetit dhe ideve të reja.**



ROLLIN' YOUNG

Marketing in the **Gen Z** era is no longer about traditional communication alone. It is no longer enough to talk about a product; brands must build communities, embrace authenticity, and have the courage to communicate in a new language.

This philosophy inspired **"Rollin' Young",** SEAT Albania's latest initiative, a project that placed a new generation of creators at its center instead of traditional influencers.

Rather than searching for profiles with millions of followers, SEAT chose to focus on content creators with strong ideas, authentic voices, and the ability to produce content that genuinely resonates with their communities.

The campaign was developed as a **UGC (User-Generated Content)** contest, inviting young people to share their innovative ideas. The winner will secure a one-year collaboration contract with SEAT Albania, a symbolic prize, and exclusive access to Porsche Albania events.

The first meeting with the selected finalists became one of the most inspiring moments of the project. Their **energy, enthusiasm,** and **creativity** clearly demonstrated that the new generation wants more than simply being an audience they want to actively participate in a brand's story.

"Rollin' Young" " is more than a marketing campaign. It is an example of how brands can create meaningful connections with younger generations by giving space to **creativity, authenticity, and new ideas.**







PORSCHE
ALBANIA