PORSCHE
ALBANIA

DRIVE

DHJETOR 2025



"NEXT INDUSTRIAL REVOLUTION"

TEAMWORK





20 VITE HISTORI ME IKONA

6

Dy dekada aktivitet kanë sjellë jo vetëm zhvillim dhe rritje,
Two decades of activity have brought not only growth and development

20 VITE AUDI NË SHQIPËRI

18

Ikona që formësoi standardin e premium-it
The Icon That Redefined the Premium Standard

NJË HISTORI QË U RRIT BASHKË ME NE

20

Sot, pas dy dekadash, Škoda nuk është markë alternative
Today, after two decades, Škoda is no longer an “alternative brand”

20 VITE MARKETING

28

Historia e marketingut pasqyron rritjen e tregut, evoluimin e konsumatorit dhe përkushtimin e kompanisë
This story reflects the growth of the market, the evolution of the customer, and the company’s dedication to remain


UDHËTOJNA
20
VITE
PORSCHE
ALBANIA

20 VJET PORSCHE ALBANIA

Një Trashëgimi e Ndërtuar mbi Vizion dhe Përkushtim



Gentian Bushati
Drejtor i Përgjithshëm

Njëzet vjet më parë, Porsche Holding mori një vendim të guximshëm për të investuar në një treg të vogël e në zhvillim, të shtyrë nga ambicia, por përballë sfidave të mëdha strukturore.
Shqipëria e vitit 2005 ishte një vend plot energji dhe dëshirë për progres, por ende larg standardeve të një tregu modern automobilistik.

Hyrja në një mjedis të tillë kërkonte më shumë sesa një strategji biznesi; kërkonte guxim.
"Me vetëm 8 automjete të shitura në vitin tonë të parë, Porsche Albania nisi udhëtimin e saj," kujton z. Bushati, një nga drejtuesit më të hershëm të kompanisë. "Tregu kishte pak strukturë, makinat e reja perceptoheshin si luks dhe standardet e shërbimit ishin larg atyre që përfaqësonim ne. Megjithatë, ne sollëm diçka të re: cilësinë gjermane, transparencën dhe respektin për klientin."

Sot, dy dekada më pas, numrat tregojnë një histori të jashtëzakonshme:

- **Mbi 15,000 automjete të shitura**
- **9.6 milionë euro investime**
- **44,746 operacione pas-shitjes të kryera**
- **191,142 automjete të shërbyera**
- **Mbi 5,000 orë trajnime për staf**
- **78 kolegë të përkushtuar që ndërtuan këtë udhëtim**

Por përtej numrave, Porsche Albania solli diçka më të thellë: një kulturë.
Një mënyrë për t'i bërë gjërat me pasion, saktësi dhe integritet.

"Gjatë këtyre 20 viteve, Porsche Albania ka transformuar jo vetëm mobilitetin, por të gjithë përvojën e klientit në Shqipëri," thotë z. Herzog. "Ajo që më bën krenar është fakti që ky udhëtim pasqyron në mënyrë perfekte vizionin global të Porsche Holding: të udhëheqësh progresin me përgjegjësi."

Nga ditët e para të ndërtimit të besimit te klienti, te sjellja e automjeteve të para elektrike dhe implementimi i standardeve globale, Porsche Albania u bë një pikë referimi në rajon dhe, vitet e fundit, edhe brenda rrjetit më të gjerë të Porsche Holding.

"Njëzet vjet më parë, nuk do ta besoja se dikush do të mund të blinte një makinë plotësisht online," pranon z. Bushati.
"Por sot, ky është realiteti ynë."

Ky evolucion solli një nga arritjet më inovative të kompanisë: TEO-n, asistentin virtual.
Më shumë se një mjet komunikimi, TEO është shndërruar në një asistent shitjesh plotësisht të integruar, duke udhëhequr klientët gjatë gjithë rrugëtimit të tyre nga informacioni fillestar deri te blerja finale online. Një risi e para në rajon dhe një arritje që e pozicionoi Porsche Albania si pararendëse digjitale.

Momente që Shpallën Dy Dekada
Historia e Porsche Albania është e mbushur me aktivitete dhe përvoja që u kthyen në histori me lançime produktesh, aktivizime markash dhe test drive që krijuan lidhjen emocionale me klientët.

"Këto evente nuk kanë qenë kurrë thjesht veprime marketingu," reflekton z. Gentian.
"Ato kanë qenë mënyra jonë për t'i thënë faleminderit çdo personi që ka qenë pjesë e këtij udhëtimi. Çdo prezantim, çdo test drive na kujtoi pse e duam këtë punë."

Dhe ndjesia ishte e ndërsjellë, klientët shpejt u shndërruan në komunitet, duke e kthyer Porsche Albania në më shumë sesa kompani, në një familje.

Në një drejtim me të Ardhmen
Ndërsa Shqipëria vazhdon të rritet dhe teknologjia po riformon mobilitetin, Porsche Albania e sheh të ardhmen me optimizëm.

"Ka ende shumë përpara nesh," thotë z. Herzog. "Njëzet vjet mund të duken shumë, por për ne, ky ndihet si fillimi. Teknologji të reja, ide të reja, ndoshta edhe marka të reja mundësitë, janë të pafundme."

Udhëtimi përpara mbetet i udhëhequr nga të njëjtat vlera që e nisën atë:
inovacioni, integriteti, qëndrueshmëria dhe përkushtimi ndaj njerëzve.

Pas çdo arritjeje qëndrojnë njerëzit që ndërtuan Porsche Albania, breza punonjësish që u përshtatën, mësuan dhe kontribuan për ta bërë kompaninë atë që është sot.

"Ata jo vetëm kanë punuar," thotë z. Bushati. "por ndërtuan diçka."

Dhe kjo trashëgimi mbetet, e mbajtur me krenari nga ata që erdhën më parë dhe ata që vazhdojnë ta çojnë misionin përpara.

"Kjo është historia e një kompanie që nisi me guximin për të besuar,"
"Një kompani që nisi me vetëm 8 automjete të shitura dhe sot qëndron si simbol suksesi, me mijëra klientë të shërbyer, miliona të investuara dhe një ekip që ka ecur përpara me të njëjtin pasion që nga dita e parë."

Teksa fillojnë 20 vitet e ardhshme, Porsche Albania është gati, më e fortë, më e mençur dhe më inovative se kurrë.

20 YEARS OF PORSCHE ALBANIA

A Legacy Built on Vision and Commitment



Robert Herzog
Drejtor i Përgjithshëm

Twenty years ago, Porsche Holding made a bold decision to invest in a small, developing market, driven by ambition but facing significant structural challenges. Albania in 2005 was a country full of energy and desire for progress, yet still far from the standards of a modern automotive market.

Entering such an environment required more than business strategy; it required courage.
"With only 8 vehicles sold in our first year, Porsche Albania began its journey," recalls Mr. Bushati, one of the company's earliest leaders. "The market had little structure, new cars were perceived as a luxury, and service standards were nowhere near what we represented. Still, we brought something new: German quality, transparency, and respect for the customer."

Today, two decades later, the numbers tell an extraordinary story:

- **Over 15,000 vehicles sold**
- **9.6 million euros invested**
- **44,746 after-sales operations completed**
- **191,142 vehicles serviced**
- **5,000+ training hours for staff**
- **78 dedicated colleagues building the journey**

But beyond numbers, Porsche Albania brought something deeper: A culture
A way of doing things with passion, precision, and integrity.

"In these 20 years, Porsche Albania has transformed not only mobility, but the overall customer experience in Albania," says Mr. Herzog. "What makes me proud is that this journey perfectly reflects Porsche Holding's global vision: driving progress responsibly."

From the early days of building customer trust to bringing the first electric vehicles and implementing global standards, Porsche Albania became a benchmark within the region and, more recently, even within the wider Porsche Holding network.

"Twenty years ago, I wouldn't have believed someone could buy a car completely online," Mr. Bushati admits. "**But today, that is our reality.**"

This evolution led to one of the company's most innovative milestones: TEO, the virtual assistant.
More than just a communication tool, TEO has become a fully integrated digital sales assistant, guiding customers through their journey from information to final online purchase a first in the region and a defining achievement that positioned Porsche Albania as a digital frontrunner.

Moments That Defined Two Decades
Porsche Albania's history is filled with events and experiences that became stories of their own product launches, brand activations, and test drives that shaped the emotional connection with customers.

"These events were never simply marketing actions," Mr. Gentian reflects.
"They were our way of saying thank you to everyone who has been part of our journey. Every unveiling, every first test drive of a new model reminded us why we love this job."

And the feeling was mutual customers quickly became a community, making Porsche Albania more than a company.
It became a family.

Aligned With the Future
As Albania continues to grow and technology reshapes mobility, Porsche Albania sees the future with optimism.

"There is still so much ahead of us," Mr. Herzog says.
"Twenty years may sound like a lot, but for us, it feels like the beginning. New technologies, new ideas, and perhaps even new brands the opportunities are endless."

The journey forward remains guided by the same values that started it all:
innovation, integrity, sustainability, and dedication to people.

Behind every milestone are the people who built Porsche Albania generations of employees who adapted, learned, and contributed to making the company what it is today.

"They didn't just work here," Mr. Bushati says. "They built something."

And that legacy remains, carried proudly by those who came before and those who continue to drive the mission forward.

"This is the story of a company that began with the courage to believe,"
"A company that started with just 8 vehicles sold and today stands as a symbol of success with thousands of clients served, millions invested, and a team that moved forward with the same passion from day one."

As the next 20 years begin, Porsche Albania stands ready stronger, wiser, and more innovative than ever.

20 VITE HISTORI ME IKONA

20 Years of history with icons

Dy dekada aktivitet kanë sjellë jo vetëm zhvillim dhe rritje, por edhe prezantime modelesh, evente dhe momente që janë kthyer në histori. Modele që kanë lënë gjurmë te klientët dhe kolegët e Porsche Albania, duke u bërë pika referimi për inovacionin dhe emocionin që kemi sjellë në treg.

Gjatë këtyre viteve ka pasur shumë lançime, evente dhe test drives, por stafi i Porsche Albania ka veçuar disa prej më të veçantëve momente që, përveç emocioneve, na kanë ndihmuar të vendosim standarde të reja.

Audi S8: Lançime në kohë të pazakonta
Periudha e Covid-19 ndryshoi çdo gjë. Eventet, interaktiviteti dhe kontaktet e drejtpërdrejta nuk ishin më të mundura. Megjithatë, për një model si Audi S8, duhej gjetur një mënyrë tjetër prezantimi. Për herë të parë, Porsche Albania realizoi një lançim totalisht digjital , një format i paeksploruar më parë, por jashtëzakonisht i suksesshëm. Një makinë e fuqisë së pastër, e prezantuar në një mënyrë revolucionare për kohën.

Škoda Yeti: Mini SUV që nisi epokën e re
Kur Škoda Albania prezantoi Yeti-n, tregu shqiptar nuk ishte mësuar ende me SUV të vegjël kompaktë. Megjithatë, Yeti u kthye shpejt në fenomen dhe u bë për shumë familje shqiptare kontakti i parë me konceptin “mini-SUV”. Një model që solli funksionalitet, lartësi dhe prakticitet në përmasa të reja.

Volkswagen e-Golf: Makina e parë elektrike në Shqipëri
Sot makinat elektrike shihen kudo, por në vitin 2016 ishte krejt ndryshe. Kur Porsche Albania prezantoi Volkswagen e-Golf, pati entuziazëm të madh, por edhe skeptikë të shumtë. E-Golf u bë modeli që hapi rrugën drejt një të ardhmeje elektrike në Shqipëri — një hap i guximshëm për tregun dhe për industrinë.

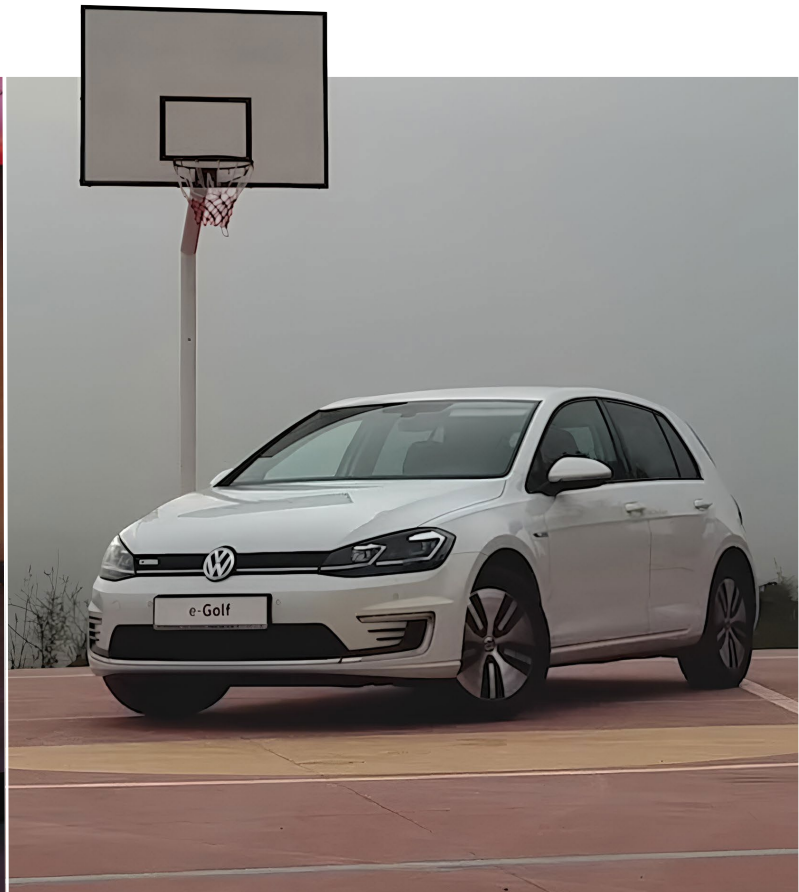
Volkswagen Amarok & Caddy: Një prezantim i veçantë
Në 5-vjetorin e Porsche Albania, u prezantuan dy modele të rëndësishme të Volkswagen Commercial Vehicles: Amarok dhe Caddy. Amarok, i emërtuar nga “TARO” në “AMAROK”, u kthye shpejt në një ndër pick-up-et më të dashur, ndërsa Caddy solli një transformim të plotë me sedilje të reja dhe funksionalitet të përmirësuar.

Seat Altea XL: Modeli që ndryshoi pritshmëritë
Seat Altea XL solli një kombinim të rrallë mes stilit dhe funksionalitetit. Ky model ofroi hapësirë dhe prakticitet pa sakrifikuar dizajnin modern — duke tërhequr drejtues që kërkonin një automjet praktik, por gjithashtu estetik.

Audi A8: Nga Test Drive në fluturim luksoz me “Jet” privat
Në botën e eventeve automobilistike shqiptare, pak momente e rivalizojnë prezantimin e Audi A8 në vitin 2010. Klientët përjetuan fillimisht një test drive ekskluziv dhe më pas një fluturim luksoz me avion privat mbi Shqipëri dhe Mal të Zi — një eksperiencë që u kthye në histori dhe që mbetet një nga eventet më të përfolura të Porsche Albania.

Këto janë vetëm disa prej momenteve që na kanë mbetur në memorien kolektive. Ka shumë më tepër modele, lançime dhe evente unike që e kanë ndërtuar këtë rrugëtim 20-vjeçar — dhe një numër i vetëm i Drive nuk do të mjaftonte për t’i përmbledhur të gjitha.





Two decades of activity have brought not only growth and development, but also model launches, events, and memorable moments that have shaped the story of Porsche Albania. These iconic models and experiences have left a mark on both our clients and our team, becoming reference points for innovation and emotion in the Albanian automotive market.
Over the years, we have organized numerous launches, events, and test drives, but our team has highlighted a few truly special moments — experiences that not only inspired us but also helped set new standards.

Audi S8: Launching in Unusual Times
The Covid-19 period changed everything. Events, interaction, and in-person contact were no longer possible. Yet for a model like the Audi S8, we had to find a new way. For the first time, Porsche Albania executed a fully digital launch — an unexplored format at the time, but a remarkably successful one. A car of pure power, presented in a format that was revolutionary for that moment.

Škoda Yeti: The Mini-SUV That Started a New Era
When Škoda Albania introduced the Yeti, the local market was not yet familiar with compact SUVs. However, the Yeti quickly became a phenomenon and, for many Albanian families, the first introduction to the "mini-SUV" concept. A model that brought practicality, height, and versatility in a new dimension.

Volkswagen e-Golf: The First Electric Car in Albania
Electric cars are now a common sight, but in 2016, things were very different. When Porsche Albania launched the Volkswagen e-Golf, it drew both excitement and skepticism. e-Golf became the model that paved the way for an electric future in Albania — a bold and visionary step for the market.

Volkswagen Amarok & Caddy: A Special Double Launch
On the 5th anniversary of Porsche Albania, two important Volkswagen Commercial Vehicles models were introduced: Amarok and Caddy. Amarok, transitioning from the earlier "TARO" name, quickly became one of the most beloved pick-ups, while Caddy impressed with its fully revamped interior and enhanced comfort.

Seat Altea XL: The Model That Redefined Expectations
Seat Altea XL delivered a rare balance of style and functionality. It offered spaciousness and practicality without compromising its modern design — attracting drivers who wanted a versatile vehicle with a strong sense of aesthetics.

Audi A8: From Test Drive to a Luxurious Private Jet Experience
In the world of Albanian automotive events, few moments rival the 2010 introduction of the Audi A8. Clients enjoyed an exclusive test drive followed by a luxury private jet flight over Albania and Montenegro — an experience that became legendary and remains one of the most iconic events organized by Porsche Albania.

These are just a few of the moments that have remained deeply rooted in our collective memory. There are many more models, launches, and unique events that have shaped this 20-year journey — and one issue of Drive would never be enough to capture them all.







MIQTË E PORSCHE ALBANIA
ZËRAT QË E ÇUAN MARKËN MË AFËR PUBLIKUT

Friends of Porsche Albania
The Voices That Brought the Brand Closer to the Public









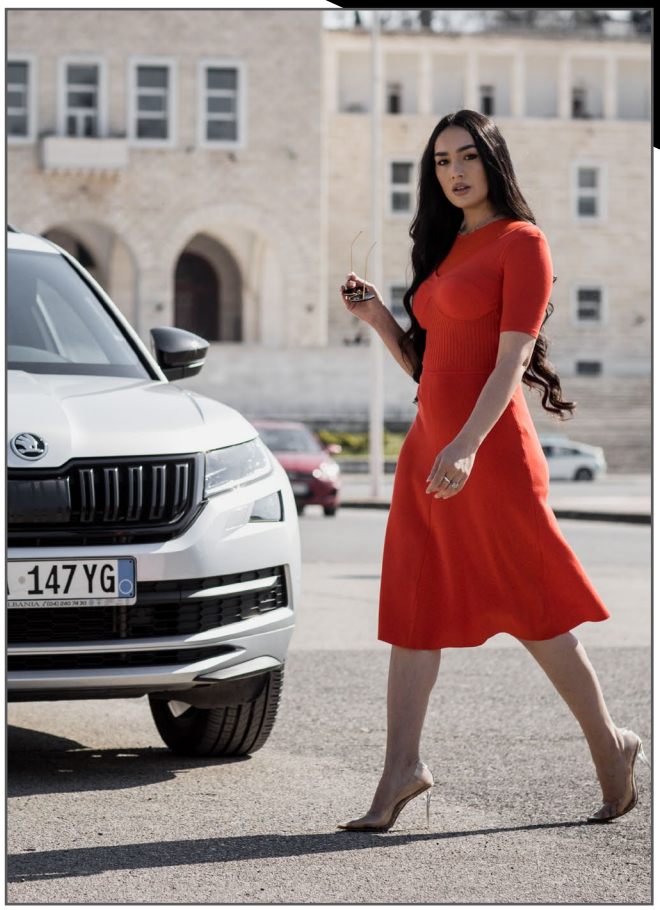












Gjatë viteve, Porsche Albania ka bashkëpunuar me një rrjet të jashtëzakonshëm krijuesish ,personalitete të cilët, përmes stilit, autenticitetit dhe ndikimit të tyre, kanë sjellë historitë dhe emocionet e markave tona më pranë publikut shqiptar.

Nga rrugët ikonike të qyteteve, te aventurat në natyrë, nga prezantimet e modeleve të reja te përvojat e përditshme të drejtimit, influencuesit tanë kanë ditur të tregojnë jo vetëm makinën, por mënyrën e jetesës që ajo përfaqëson.

Ata kanë qenë pjesë e eventeve tona, lançimeve, fushatave digjitale dhe momenteve që kanë ndërtuar identitetin modern të markave të Porsche Albania. Çdo bashkëpunim ka sjellë një këndvështrim unik një sy të freskët që e pasuron mënyrën si lidhemi me publikun.

Ata nuk janë vetëm partnerë të komunikimit.

Ata janë pjesë e historisë sonë.

Over the years, Porsche Albania has collaborated with an extraordinary network of creators, personalities who, through their style, authenticity, and influence, have brought the stories and emotions of our brands closer to the Albanian public.

From the iconic streets of cities to adventures in nature, from new model presentations to everyday driving experiences, our influencers have known how to tell not just the car, but the lifestyle it represents.

They have been part of our events, launches, digital campaigns, and moments that have built the modern identity of Porsche Albania's brands. Every collaboration has brought a unique perspective, a fresh eye that enriches the way we connect with the public.

They are not just communication partners.

They are part of our history.

ZHVILLIMET E BURIMEVE NJERËZORE GJATË 20 VITEVE

Human Resources Milestones Over 20 Years

Jona Njocko | Human Resources Business Partner

Sa punonjës janë punësuar këto 20 vite People that were hired during 20 years	200
Martuar gjatë kohës që punonin në POAL Married while hired in POAL	19
Fëmijë të lindur nga punonjësit aktualë Babies born for actual employees	50
Mosha mesatare e stafit sot Average age of employees now	39

Në këto 20 vjet të Porsche Albania unë mbush 10 vjet si pjesë e Porsche Albania dhe si Menaxhere e Burimeve Njerezore.

Gjatë këtyre viteve fokusi im kanë qenë burimet njerzore, si të ndërtojmë një kulturë kompanie që vë në qendër mirëqenien e stafit , duke e parë atë si asetin më të rëndësishëm të organizatës.

Porsche Albania është një rrugëtim që ka bashkuar njerëz me pasion, përkushtim dhe këmbëngulje , njerëz që kanë ndërtuar së bashku jo vetëm një kompani të suksesshme, por edhe një kulturë pune që frymëzon dhe motivon çdo ditë.

Sigurisht, ky udhëtim nuk ka qenë i lehtë. Ka pasur shumë sfida, sidomos në fillimet tona, kur duhej të punonim me metodologji dhe standarde ndërkombëtare në një realitet lokal me kulturë të ndryshme pune.
Por stafi ynë ia ka dalë me sukses, duke u përshtatur me profesionalizëm.

Sot mund ta them me bindje që sfidat dhe pershtatja me zhvillimet e reja teknologjike janë bërë pjesë e identitetit tonë, ato na mbajnë të angazhuar,dhe te motivuar.
Në këto 20 vite, kontributi i qindra kolegëve me saktësisht i plotë 200 kolegëve që kanë qenë pjesë e këtij rrugëtimi ka formësuar organizatën që jemi sot: një kompani që ndërton mbi vlera, integritet, bashkëpunim dhe profesionalizëm, duke u bërë një shembull i qëndrueshmërisë dhe suksesit.

Nuk do të mjaftonte koha për të përmendur çdo individ, por secili ka lënë gjurmën e vet në këtë histori edhe ata që sot nuk janë më pjesë e Porsche Albania, por mbeten krenarë për rolin që kanë pasur në ndërtimin e saj.

In these 20 years of Porsche Albania, I am completing 10 years as part of Porsche Albania and as Human Resources Manager.

Throughout these years, my focus has been on human resources, on how to build a company culture that places employee well-being at its core, recognizing people as the most important asset of the organization.

Porsche Albania is a journey that has brought together people with passion, dedication, and perseverance, people who have built together not only a successful company, but also a work culture that inspires and motivates every day.

Of course, this journey has not been easy. There have been many challenges, especially in the early years, when we had to work with international methodologies and standards within a local reality shaped by a different work culture.

However, our staff rose to the challenge, adapting successfully with professionalism. Today, I can say with confidence that challenges and adaptation to new technological developments have become part of our identity; they keep us engaged and motivated.

Over these 20 years, the contribution of hundreds of colleagues, more precisely a total of 200 colleagues who have been part of this journey, has shaped the organization we are today: a company built on values, integrity, collaboration, and professionalism, becoming an example of sustainability and success.

There would not be enough time to mention every individual, but each one has left their mark on this story, including those who are no longer part of Porsche Albania, yet remain proud of the role they played in building it.





AFTER SALES, 20 VITE HISTORI

After Sales, 20 vite histori

Albert Gjoni | Drejtues i Departamentit të Passhitjes

Viti 2025 shënon 20 vjet të një rrugëtimi unik, të ndërtuar mbi përkushtim, profesionalizëm dhe besimin e mijëra klientëve ndër vite. Passhitja ka qenë gjithmonë zemra teknike e Porsche Albania.

Në fillim, infrastruktura ishte e kufizuar, tregu i paformuar dhe standardet e shërbimit të Volkswagen Group të panjohura për vendin, por objektivi ishte i qartë: të silleshin në Shqipëri standardet evropiane të cilësisë, teknologjisë dhe trajnimit.

Sot, 20 vite më vonë, ky vizion është realitet. Porsche Albania ka ndërtuar një ekip ekspertësh të certifikuar në nivelet më të larta të Volkswagen Group, përfshirë teknikë të specializuar për automjetet elektrike dhe sistemet e baterive me tension të lartë, duke qenë pioniere në këtë fushë. Njohuritë përditësohen vazhdimisht për mirëmbajtjen dhe riparimin e modeleve më të avancuara të Volkswagen, Audi, Škoda dhe SEAT.

Rezultatet e arritura flasin vetë:

- **60,360 klientë shërbimi dhe pjesësh**
- **131,195 automjete të riparuara**
- **259,300 orë pune të faturuara**
- **Mbi 2 milion pjesë të shitura**
- **Optimizim i proceseve teknike dhe logjistike**
- **Investime të vazhdueshme në pajisje diagnostikuese moderne dhe në trajnimin e stafit**

Përtej shifrave, Passhitja përfaqëson mbajtjen e premtimit për cilësi, siguri dhe besueshmëri. Për 20 vjet, ky departament ka qenë një nga shtyllat kryesore të suksesit të Porsche Albania, duke ndërtuar marrëdhënie afatgjata me çdo pronar automjeti.

Ndërsa festojmë këtë histori 20-vjeçare, fokusi ynë mbetet te e ardhmja: elektrifikimi, dixhitalizimi dhe standardet e reja evropiane të mirëmbajtjes.

Ky është rrugëtimi ynë – dhe jemi vetëm në fillim."

The year 2025 marks 20 years of a unique journey, built on dedication, professionalism, and the trust of thousands of customers over the years. Aftersales has always been the technical heart of Porsche Albania.

In the beginning, infrastructure was limited, the market was still underdeveloped, and Volkswagen Group service standards were largely unknown in the country. However, the objective was clear: to bring European standards of quality, technology, and training to Albania.

Today, 20 years later, this vision has become reality. Porsche Albania has built a team of experts certified at the highest levels of the Volkswagen Group, including technicians specialized in electric vehicles and high-voltage battery systems, making the company a pioneer in this field. Knowledge is continuously updated to maintain and repair the most advanced models of Volkswagen, Audi, Škoda, and SEAT.

The achieved results speak for themselves:

- **60,360 service and parts customers**
- **131,195 vehicles repaired**
- **259,300 billed labor hours**
- **Over 2 million parts sold**
- **Optimization of technical and logistical processes**
- **Continuous investment in modern diagnostic equipment and staff training**

Beyond the figures, Aftersales represents the fulfillment of a promise for quality, safety, and reliability. For 20 years, this department has been one of the key pillars of Porsche Albania's success, building long-term relationships with every vehicle owner.

As we celebrate this 20-year history, our focus remains firmly on the future: electrification, digitalization, and the new European standards of maintenance.

This is our journey – and we are only at the beginning.

20 VITE MË PARË NISI NJË RRUGËTIM.

Twenty years ago, a journey began.

Një vizion që solli në Shqipëri jo vetëm marka ikonike, por një kulturë të re të mobilitetit, inovacionit dhe besimit.

Ky dokumentar rrëfen historinë e Porsche Albania përmes njerëzve që e ndërtuan, sfidave që e formësuan dhe momenteve që e bënë pjesë të jetës së shumë brezave.

Është një histori për pasionin, përkushtimin dhe evolucionin e një tregu që u rrit bashkë me ne.

20 vite histori. 20 vite emocione. Një rrugëtim që vazhdon.

A vision that brought not only iconic brands to Albania, but a new culture of mobility, innovation, and trust.

This documentary tells the story of Porsche Albania through the people who built it, the challenges that shaped it, and the moments that made it part of everyday life across generations.

It is a story of passion, dedication, and the evolution of a market that grew alongside us.

20 years of history. 20 years of emotion. A journey that continues.





20 VITE BESIM
HISTORIA JONË E PERBASHKET

20 years of trust, our shared story

Në dy dekada rrugëtim, Porsche Albania është rritur, është transformuar dhe ka shkruar kapituj të rinj suksesi. Por asnjëra prej këtyre arritjeve nuk do të kishte qenë e mundur pa partnerët dhe klientët që na kanë besuar jo vetëm makinat e tyre, por edhe vizionin, projektet dhe misionin e tyre profesional.

Gjatë këtyre viteve, kemi pasur privilegjin të punojmë me kompani dhe individë që kanë qenë gurë themeli në historinë tonë. Që nga bashkëpunimet strategjike me institucione si Vodafone Albania, Proton, TFL dhe Apial Pharma, e deri te partnerët që kanë ndërtuar flotat e tyre me ne, si Airport Rent a Car, Mobility, Click and Rent, Europartners, ADD, ATD, KRAFT, Select Services dhe Delfino Albania secili prej tyre ka lënë gjurmë në zhvillimin tonë.

Në të njëjtën kohë, marrëdhëniet tona me klientë individualë që na kanë qëndruar pranë për vite me radhë, si Oriela Kosho, Barjam Abazaj, Aurel Saraçi dhe Dezdemona Mema, kanë sjellë një qasje të veçantë në rrugëtimin tonë. Me ta kemi ndarë momente lançimesh, zgjedhje modelesh, eksperienca test drive dhe rrëfime që sot janë bërë pjesë e memories sonë kolektive.
Ata nuk kanë qenë vetëm klientë.

Kanë qenë partnerë të një vizioni të përbashkët, një vizioni që beson te cilësia, korrektësia, përkushtimi dhe ndërtimi i marrëdhënieve që zgjasin më shumë sesa një proces blerjeje.

Në çdo vit sfidash, transformimesh dhe zgjerimesh, këta partnerë kanë qenë aty: duke na kërkuar më shumë, duke na besuar përgjegjësi më të mëdha dhe duke na shtyrë të jemi më të mirë, më inovativë dhe më të saktë. Dhe pikërisht falë tyre, Porsche Albania sot nuk është vetëm një kompani automobilistike, është simbol i një komuniteti që rritet së bashku.

Ndaj, në këtë 20-vjetor, mirënjohja jonë është më e thellë se kurrë. Çdo kilometër i përbashkët ka qenë dëshmi e një partneriteti të sinqertë. Dhe çdo kapitull i ardhshëm do të vazhdojë të ndërtohet mbi të njëjtën bazë besimi dhe respekti që ata kanë vendosur me ne ndër vite.

Faleminderit që na lejuat të bëhemi pjesë e historisë suaj.

Falë jush, edhe ne kemi një histori për të treguar.

Over two decades of journey, Porsche Albania has grown, transformed, and written new chapters of success. But none of these achievements would have been possible without the partners and clients who entrusted us not only with their vehicles, but also with their vision, their projects, and their professional mission.

Throughout these years, we have had the privilege of working with companies and individuals who have been cornerstones of our story. From strategic collaborations with institutions such as Vodafone Albania, Proton, TFL, and Apial Pharma, to the partners who built their fleets with us — including Airport Rent a Car, Mobility, Click and Rent, Europartners, ADD, ATD, KRAFT, Select Services, and Delfino Albania — each of them has left an imprint on our development.

At the same time, our relationships with long-standing individual clients such as Oriela Kosho, Barjam Abazaj, Aurel Saraci, and Dezdemona Mema have brought a unique human dimension to our journey. With them, we've shared launch moments, model selections, test-drive experiences, and stories that today form part of our collective memory.

They were not just clients.
They were partners in a shared vision — one that believes in quality, correctness, dedication, and building relationships that last beyond a simple purchase process.

In every year of challenges, transformations, and expansion, these partners have been there: demanding more from us, trusting us with greater responsibilities, and pushing us to be better, more innovative, and more precise. And it is precisely because of them that Porsche Albania today is not just an automotive company — it is a symbol of a community that grows together.

Thus, in this 20-year anniversary, our gratitude is deeper than ever. Every shared kilometer has been a testament to sincere partnership. And every future chapter will continue to be built upon the same foundation of trust and respect they have established with us over the years.

Thank you for allowing us to become part of your story.

Because of you, we also have a story to tell.



KOMPANIA QË U NDËRTUA NË SKENË

The company built on stage

Porsche Albania nuk u ndërtua në një ditë, por dita e parë ishte fillimi i suksesit.

Rrugëtimi i Porsche Albania nisi me shumë entuziazëm dhe emocion me ardhjen e Audi dhe SEAT, dy marka që për herë të parë i dhanë tregut shqiptar një shije të vërtetë të premiumit dhe sportivitetit modern. Ngjarjet e para të prezantimit ishin të vogla në numër, por të mëdha në ndikim: momentet e para kur publiku shqiptar prekte atë që deri atëherë e kishte parë vetëm në ekran.

Kur Škoda u bashkua në këtë histori, eventet morën një dimension të ri. Škoda, një markë e njohur më herët për kamionët, solli të papritura te audienca me veturat që ofronin dizajn dhe prakticitet, dhe prezantimet nisën të kishin një publik gjithnjë e më të madh dhe me interes në rritje. Ngjarja e lançimit të Škoda Scala ishte një nga ato momente që tregoi se Škoda kishte fituar tashmë zemrat e klientëve shqiptarë: një event i kuruar me kujdes, i ngrohtë, i sinqertë, i menduar për njerëzit që e shohin makinën si pjesë të përditshmërisë së tyre.

Më pas, rrugëtimit iu shtua një kapitull i rëndësishëm me ardhjen e Volkswagen Makina Tregtare, që solli evente të fokusuara te bizneset, panairet dhe prezantimet funksionale. Për herë të parë, Porsche Albania komunikonte hapur me profesionistët, me ata që e shihnin mjetin si partner të punës, duke krijuar një lidhje të re me tregun.

Në kulmin e rritjes, portofoli u plotësua me Volkswagen, një markë që solli edhe një stil të ri aktivitetesh: më të mëdha, më urbane, më moderne. Një prej momenteve më të dashura të asaj periudhe mbetet ekspozimi i Volkswagen Tiguan në qendër të Tiranës, një aktivizim në zemër të qytetit që ktheu bulevardin në një showroom natyror. Ishte aktivitet që nuk ftoi njerëzit; i gjeti aty ku ata jetonin.

Jo çdo vit ka qenë i lehtë për evente, por edhe sfidat sollën kreativitet. Gjatë pandemisë, kur gjithçka ndaloi, Porsche Albania gjeti mënyrën e vet për të vazhduar: prezantimi i Volkswagen ID.3, i organizuar në parkimin -1 të Sheshit Skënderbej. Një event i heshtur, minimal, por i paharrueshëm. Në një vend ku nuk kishte publik, kishte simbolikë: tranzicioni drejt elektromobilitetit nuk duhej të priste.

eventet u kthyen më tepër në një përvojë sesa thjesht prezantime modelesh. Një nga mbrëmjet më të spikatura ishte Audi Q8 e-tron x Maison de Parfum në Rogner; një ndërthurje elegante e aromave, dritës dhe teknologjisë elektrike. Nuk ishte thjesht prezantim; ishte atmosferë, art dhe identitet.

Dhe pastaj, një tjetër kapitull unik: Audi Q6 e-tron në Sarandë, në bashkëpunim me Hugo. Në bregdet, nën dritën e perëndimit dhe ritmet e muzikës, modeli i ri elektrik u shfaq jo si makinë, por si pjesë e një eksperience verore. Ishte një event që që përfaqësoi rininë e markës, freskinë, modernitetin dhe dëshirën për t'u afruar me një publik të ri.

Këto janë ngjarjet më të mëdha, por nuk janë të vetmet. Midis tyre fshihen dhjetëra prezantime të tjera, aktivitete me test drive, ditë të hapura, foto-produksione, video review të para të krijuara për publikun shqiptar, bashkëpunime me influencues dhe ambasadorë, lançime të vogla dhe të mëdha që së bashku kanë formësuar identitetin që ka sot Porsche Albania.

Në 20 vite, markat kanë ardhur njëra pas tjetrës, por eventet i kanë lidhur të gjitha në një rrëfim të vetëm: rrëfimin e një kompanie që nuk prezantoi vetëm makina, por solli një kulturë të re, një energji të re dhe një skenë të re për mënyrën si përjetohet automobilizmi në Shqipëri.

Dhe ky rrëfim vazhdon — me evente më të mëdha, produksione më të bukura, skena më kreative dhe një publik që sot i njeh, i pret dhe i jeton këto momente si pjesë të historisë së vet.





Porsche Albania was not built in a single day — but that first day marked the beginning of its success.

The journey of Porsche Albania began with great enthusiasm and emotion with the arrival of Audi and SEAT, two brands that for the first time offered the Albanian market a true taste of premium motoring and modern sportiness. The first presentation events were few in number, but enormous in impact — the very first moments when the Albanian public could touch what they had only seen on screens until then.

When Škoda joined this story, the events took on a new dimension. Known for its trucks in earlier decades, Škoda surprised the audience with passenger cars that offered design, practicality, and impressive comfort. The presentations began to attract a larger audience and an ever-growing interest. The launch of Škoda Scala remains one of those moments that showed that Škoda had already won the hearts of Albanian customers: an event crafted with care, warmth, sincerity, and designed for people who see their car as part of their everyday life.

Another important chapter followed with the arrival of Volkswagen Commercial Vehicles, which brought business-focused events, trade fairs, and functional demonstrations. For the first time, Porsche Albania communicated directly with professionals — with those who viewed their vehicle as a work partner — creating a completely new connection with the market.

At the height of expansion, the portfolio was completed with Volkswagen Passenger Cars, a brand that introduced a new style of events: larger, more urban, more modern. One of the most memorable moments of that era was the Volkswagen Tiguan installation in the center of Tirana — an activation in the heart of the city that turned the boulevard into an open-air showroom. It was an event that did not wait for people to come; it met them where they already lived.



Not every year was easy for events, yet challenges inspired creativity. During the pandemic, when everything came to a halt, Porsche Albania found its own way forward: the presentation of the Volkswagen ID.3 in the underground parking of Skanderbeg Square. A silent, minimal, but unforgettable event — symbolic in its own way — proving that the transition to electromobility could not and would not be delayed.

As the years passed, events became more experiential. One of the most memorable evenings was the Audi Q8 e-tron × Maison de Parfum event at the Rogner Hotel — an elegant fusion of scents, light, and electric technology. It was not simply a presentation; it was atmosphere, art, and identity.

And then came another unique chapter: the Audi Q6 e-tron in Saranda, in collaboration with Hugo. By the sea, under the glow of the sunset and the rhythm of the music, the new electric model appeared not just as a car, but as part of a summer experience. An activation that captured the youthful spirit of the brand — fresh, modern, and closer than ever to a new audience.

These may be the major milestones, but they are far from the only ones. Between them lie dozens of other presentations, test-drive activities, open days, photo productions, the first video reviews ever created for the Albanian market, collaborations with influencers and ambassadors, and countless small and large launches that together shaped what Porsche Albania stands for today.

In 20 years, the brands have arrived one after another, but the events have stitched them into one cohesive narrative: the story of a company that did not merely present cars — it introduced a new culture, a new energy, and a new stage for how automotive experiences are lived in Albania.

And this story continues. With bigger events, more refined productions, more creative stages, and an audience that today not only recognizes these moments — but eagerly awaits and lives them as part of its own history.

INOVACIONI NE 20 VITE DHE VIZIONI PËR TE ARDHMEN

20 years of inovation

Historia e inovacionit të Porsche Albania nuk fillon me aplikacione dhe inteligjencë artificiale; fillon shumë më herët, në vitet kur tregu shqiptar sapo njihte teknologjitë bazë të industrisë automobilistike. Në 2006, çdo model i ri që mbërrinte sillte me vete një pjesë të së ardhmes: DSG, sistemet e para të asistencës, kamerat e parkimit, sistemi i frenimit inteligjent dhe bazat e sigurisë moderne. Ato ishin hapa të vegjël në dukje, por të mëdhenj për tregun.

Kur digjitalizimi nisi të bëhej pjesë e proceseve brenda industrisë globale, Porsche Albania ishte ndër të parat që u përshtatën. Në vitin 2015, kompania prezantoi platformën e saj të parë web-based, "Makina Ime", një sistem informimi dhe komunikimi online që i lejonte klientët të merrnin të dhënat kryesore të shërbimeve dhe kontaktit pa qenë të pranishëm fizikisht. Ishte një hap i qetë, por i rëndësishëm tregonte se përvoja e klientit po hynte në një fazë tjetër.

Mirëpo viti 2018 ishte ai që shënoi vërtet fillimin e revolucionit digjital për Porsche Albania. U krijuan arkitekturat e para të sistemit të integruar, nisi ndërtimi i bazave të automatizimit të shërbimeve, u testuan mënyrat e para të njoftimeve të personalizuara, u krijuan modele të brendshme të platformave që më vonë do të shndërroheshin në standard. Pikërisht aty filloi ndryshimi i madh: një transformim që e çoi kompaninë nga web-i informativ drejt një ekosistemi të plotë digjital.

Rezultati i këtyre viteve të punës u koaankretizua me lançimin e platformës "Makina Ime", një nga inovacionet më domethënëse të Porsche Albania. Aplikacioni i dha klientit diçka që deri atëherë nuk ekzistonte në tregun shqiptar: qasje të menjëhershme në historikun e automjetit, kujtesa automatike për shërbime, oferta të personalizuara, informacion teknik, funksione praktike dhe një ndërfaqe që e kthente përvojën e pasurisë së automjetit në diçka të re.

Pjesa më e avancuar e këtij transformimi erdhi ne vitin 2025 me TEO, asistentin virtual të Porsche Albania. TEO u konceptua si pjesë e strategjisë së kompanisë për të krijuar një ekosistem komunikimi inteligjent. Ai u bë ura që lidh përdoruesin me informacionin teknik, komercial dhe operacional, në kohë reale. Me TEO, Porsche Albania hyri në epokën e komunikimit të menjëhershëm, ku klienti nuk pret më por merr përgjigje aty, në moment.

Sot, kur Porsche Albania feston 20 vite, rrëfimi i inovacionit është më shumë sesa një listë teknologjish: është transformimi i një kompanie që nuk e ka parë kurrë digjitalizimin si trend, por si mision. Nga sistemi i parë web në 2015, te revolucioni i aplikacioneve, te platforma "Makina Ime" dhe deri te inteligjenca artificiale që po udhëheq kapitullin e ri çdo hap ka qenë pjesë e një vizioni afatgjatë.

E ardhmja do të jetë edhe më e integruar, edhe më e personalizuar dhe edhe më inteligjente. Por thelbi mbetet i njëjtë: Porsche Albania do të vazhdojë të ndërtojë inovacion, jo si mjet komunikimi, por si identitet.



MAKINA IME



The story of innovation at Porsche Albania does not begin with applications and artificial intelligence; it begins much earlier, in the years when the Albanian market was only just becoming familiar with the basic technologies of the automotive industry. In 2006, every new model that arrived brought with it a piece of the future: DSG, the first assistance systems, parking cameras, intelligent braking systems, and the foundations of modern safety. These were small steps in appearance, but significant ones for the market.

As digitalization began to take shape within global industry processes, Porsche Albania was among the first to adapt. In 2015, the company introduced its first web-based platform, "Makina Ime," an online information and communication system that enabled clients to access essential service and contact information without being physically present. It was a quiet but important step, showing that the customer experience was entering a new phase.

However, 2018 was the year that truly marked the beginning of the digital revolution for Porsche Albania. The first integrated system architectures were created, the foundations of service automation began to take form, the earliest personalized notification methods were tested, and internal prototypes of platforms later transformed into standards were developed. This is precisely where the major shift began: a transformation that moved the company from an informative web presence toward a full digital ecosystem.

The result of these years of work materialized with the launch of the "Makina Ime" platform, one of Porsche Albania's most significant innovations. For the first time in the Albanian market, clients gained immediate access to their vehicle history, automated service reminders, personalized offers, technical information, practical functionalities, and an interface that turned vehicle ownership into something entirely new.

The most advanced stage of this transformation arrived in 2025 with TEO, Porsche Albania's virtual assistant. TEO was conceived as part of the company's strategy to create an intelligent communication ecosystem. It became the bridge connecting users to technical, commercial, and operational information in real time. With TEO, Porsche Albania entered an era of instant communication, where clients no longer wait but receive answers immediately, in the moment.

Today, as Porsche Albania celebrates 20 years, the narrative of innovation is much more than a list of technologies: it is the transformation of a company that never viewed digitalization as a trend, but as a mission. From the first web-based system in 2015, to the revolution of applications, to the "Makina Ime" platform, and up to the artificial intelligence that is shaping the new chapter every step has been part of a long-term vision.

The future will be even more integrated, more personalized, and more intelligent. But the essence remains the same: Porsche Albania will continue to build innovation not as a communication tool, but as an identity.



20 VITE AUDI NË SHQIPËRI

Audi 20 years in Albania

Ikona që Formësoi Standardin e Premium-it
Ka marka që shiten. Ka marka që admirohen. Dhe ka marka që krijojnë kulturë. Audi bën pjesë në kategorinë e tretë.

Kur Audi hyri për herë të parë në tregun shqiptar në vitin 2005, nuk solli thjesht modele të reja, solli një mënyrë të re të të menduarit. Një qasje ku dizajni, performanca dhe teknologjia nuk ishin më luks, por filozofi. Një deklaratë e qartë se mobiliteti mund të jetë ambicie, identitet dhe përvojë.
Dhe kështu nisi gjithçka.

2005 – Fillimi i një epoke që nuk i ngjante asgjëje më parë
Në një treg të sapozhvilluar, ku koncepti i "makinës së re" ishte ende i paqëndrueshëm, Audi u prezantua me një qetësi karakteristike. As agresiv, as ulëritës. Thjesht i sigurt. Model pas modeli, vit pas viti, Audi u bë referenca e parë e atyre që kërkonin më shumë se një automjet: kërkonin status, disiplinë gjermane dhe një estetikë që fliste në heshtje.

Vitet që ngritën standarde, Dhe i ndryshuan ato përgjithmonë
Historia e Audi në Shqipëri nuk është një listë datash; është një kronologji momentesh që i kanë dhënë ritëm tregut:

Audi A4: Modeli që e përkufizoi elegancën urbane
Në mesin e viteve 2000, ai u bë simboli i drejtuesve që aspironin diçka më të rafinuar. Një sedan që dominoi rrugët shqiptare dhe u bë modeli që çdo shofer njihte dhe respektonte.

Audi Q7: SUV-i që ndryshoi mënyrën si shihej "përmasa"
Kur debutoi, tregu nuk ishte mësuar me luks të kombinuar me madhështi. Q7 krijoi trend dhe u kthye shpejt në ikonë familjare dhe status simbol.



Audi A6: Arsyeja pse segmenti premium filloi të konkurohej seriozisht
Me teknologji të avancuar dhe linja që rinin mbi kohën, A6 i mësoi tregut çfarë do të thotë "business class" në rrugë.

Era e e-tron: Kur e ardhmja mori formë në Tiranë
Në një kohë kur elektrifikimi sapo po hynte në rajon, Audi ishte ndër të parët që e bëri realitet.
Dhe atë e bëri me stil.
Evente që lanë gjurmë: Jo thjesht lançime, por eksperienca
Në këto dy dekada, Audi ka organizuar disa prej eventeve më të paharrueshme të industrisë:

Modelet si A5, Q2, e-tron,Q6 e-tron apo Q8 e-tron, prezantoheshin si instalacione arti nëpërmjetë eventeve ekskluzive që ofronin një përvojë të plotë për të ftuarit e përzgjedhur.

Test-drive dhe përvoja unike të komunitetit Audi

Komuniteti artistik i "Nga Quattro ne Kuadro" bëri bashkë dizajnin, kreativitetin dhe identitetin e markës.

"Unlock Horizons" – prezantimi i Audi Q6 e-tron, një event modern që solli standartin e qyteteve europiane në Sarandë dhe prezantoi epokën e re të teknologjisë premium.

Audi nuk ka shitur makina. Ka ndërtuar audiencë.

Pse Audi? Sepse premium nuk është kategori, është karakter.
Në 20 vite, Audi nuk ka qenë kurrë thjesht pjesë e tregut. Ai ka qenë referencë.
Në stil.
Në teknologji.
Në mënyrën se si komunikon.
Në mënyrën se si shet.
Në mënyrën se si të bën të ndihesh kur ulesh pas timonit.

Me sistemin quattro, me dizajnin e tij ikonografik, me kabinat minimaliste, me avant-gardën e e-tron, Audi ka imponuar standarde që të tjerët kanë ndjekur, por rrallë kanë arritur.

20 Vite më vonë Audi mbetet marka që formëson tregun
Në një treg që sot është më dinamik se kurrë, me prirje drejt elektrifikimit dhe rritje të kërkesave për cilësi, Audi vazhdon të qëndrojë aty ku e ka vendin: në majë.
Si markë që nuk ndjek trendet — i vendos ato.
Si vizion që nuk pret të ardhmen — e ndërton vetë.
Si histori që nuk matet me vite — por me ndikim.
Ky është Audi.
Dhe ky është kapitulli i parë i 20 viteve të tij në Shqipëri.
Të tjerët do të vijnë, siç e ka merituar gjithmonë: në mënyrën Audi.

The Icon That Redefined the Premium Standard
There are brands that sell. There are brands that are admired. And then there are brands that create culture. Audi belongs to the third category.

When Audi entered the Albanian market for the first time in 2005, it didn't simply introduce new models — it introduced a new way of thinking. A philosophy where design, performance, and technology were not luxuries, but principles. A clear declaration that mobility could be ambition, identity, and experience.
And that is how everything began.

2005 – The Start of an Era Unlike Anything Before
In a market still finding its shape, where the concept of a "new car" was uncertain, Audi arrived with its characteristic quiet confidence. Not aggressive. Not loud. Simply sure of itself. Model by model, year after year, Audi became the first reference for those who sought more than a vehicle: they sought status, German discipline, and an aesthetic that spoke through silence.

The Years That Raised Standards — And Changed Them Forever
The history of Audi in Albania is not just a list of dates; it is a timeline of defining moments that set the rhythm of the market.

Audi A4 – The Model That Defined Urban Elegance
In the mid-2000s, it became the symbol of drivers who aspired to something refined. A sedan that dominated Albanian roads and became a model every driver recognized and respected.

Audi Q7 – The SUV That Redefined "Size"
When it debuted, the market wasn't used to luxury blended with magnitude. Q7 set a trend and quickly became both a family icon and a status symbol.

Audi A6 – The Reason the Premium Segment Became Truly Competitive
With advanced technology and lines ahead of their time, the A6 taught the market what "business class" looks like on the road.

The e-tron Era – When the Future Took Shape in Tirana
At a time when electrification was only starting to appear in the region, Audi was among the very first to make it real. And, of course — it did so with style.

Events That Left a Mark — Not Launches, but Experiences
Across two decades, Audi has produced some of the most memorable industry events:

Exclusive showcases where models like the A5, Q2, e-tron, Q6 e-tron and Q8 e-tron were presented as art installations, delivering a fully immersive experience to carefully selected guests.

Signature test-drive journeys and unique Audi community experiences.

The artistic community initiative "Nga Quattro në Kuadro", merging design, creativity and brand identity.

"Unlock Horizons" – the unveiling of the Audi Q6 e-tron, a modern event that brought European-level standards to Saranda and marked the beginning of a new era in premium technology.

Audi hasn't just sold cars. It has built an audience.

Why Audi? Because Premium Is Not a Category — It's a Character
In 20 years, Audi has never been just part of the market.
It has been the reference point.
In style.
In technology.
In the way it communicates.
In the way it sells.
In the way it makes you feel when you sit behind the wheel.

With quattro, with its iconic design language, its minimalist interiors, and the avant-garde spirit of e-tron, Audi has set standards that others have followed — but rarely matched.

20 Years Later, Audi Remains the Brand That Shapes the Market
In a landscape now more dynamic than ever, with rising demand for quality and a strong shift toward electrification, Audi remains exactly where it belongs: at the top.
A brand that doesn't follow trends — it sets them.
A vision that doesn't wait for the future — it builds it.
A history not measured in years — but in impact.
This is Audi.
And this is the first chapter of its 20-year journey in Albania.
The next chapters will come — as they always do: the Audi way.



NJË HISTORI QË U RRIT BASHKË ME NE

A Story That Grew Alongside Us

Bleda Kozma | Škoda Brand Manager

Ka marka që vijnë në një treg dhe thjesht shiten. Dhe ka marka që, me kalimin e viteve, shndërrohen në pjesë të jetës së përditshme të njerëzve, në një histori familjare, në një kujtim rruge. Škoda është pikërisht e tillë.
Ajo nuk erdhi në Shqipëri për të bërë zhurmë por për të ndërtuar besim. Dhe 20 vite më vonë, është kjo qetësi, kjo thjeshtësi dhe kjo besueshmëri që e kanë bërë një nga markat më të dashura në vend.

Kur një emër i panjohur nisi të fitonte zemra
Në vitet e para, Škoda ishte një emër i ri në një treg që sapo po formohej. Nuk kishte histori të mëdha reklame, nuk kishte pretendime të zhurmshme kishte vetëm një premtim të thjeshtë: makinë e ndershme, e fortë dhe ekonomike.
Modelët e parë si Fabia dhe Octavia u bënë shpejt pjesë e familjeve shqiptare. Ishin makina që mbaheshin gjatë, që përballonin udhëtime të gjata, rrugë me gropa, dimra të ashpër dhe verë të nxehtë. Dhe njerëzit filluan ta dallonin: “Kjo makinë nuk të tradhton.”

Nga alternativë, në zgjedhjen e sigurt
Vitet kaluan dhe Škoda nuk ndryshoi filozofi thjesht u rafinua. Octavia u bë ikonë. Superb fitoi reputacionin e “limuzinës së ndershme”, të rehatshme dhe të matur. Pastaj erdhi epoka e SUV-eve. Karoq dhe Kodiaq i dhanë markës një dimension të ri hijeshi, prakticitet, dhe siguri, pa humbur asnjëherë shpirtin e saj të përulur dhe të besueshëm.

Ne realizuam qëlllimet duke ofruar për të gjithë kientet. Servise të rregullta, mirëmbajtje korrekte, respekt për klientin. Ky është çelësi i çdo historie dashurie afatgjatë.

Gjithmonë në shërbim të klientit
Edhe kur bota nisi të fliste për asistenca inteligjente, ekrane të mëdha dhe sisteme të ndërlidhura, Škoda mbeti besnike ndaj parimit të saj: “teknologji që të ndihmon, jo teknologji që të lodh”.
Dhe erdhi momenti i madh Enyaq iV dhe Elroq. Elektrifikimi i markës në Shqipëri nuk ishte spektakël, ishte hap i qetë, me maturi dhe me dinjitet. Ashtu siç do ta bënte vetëm Škoda.

Sekreti i padukshëm i suksesit
Nëse sot në çdo qytet të Shqipërisë sheh një Škoda,kjo nuk është rastësi. Kjo markë është bërë pjesë e përditshmërisë sonë: Në udhëtimet e përditshme. Në familjet me fëmijë të vegjël. Në bizneset që kanë nevojë për besueshmëri. Në taksitë që bëjnë mijëra kilometra. Në momentet e vogla dhe të mëdha të jetës. Škoda nuk është thjesht një makinë është partner. Dhe partnerët e mirë nuk të lënë në rrugë.

Një marrëdhënie e vendosur në rrugë të gjata
Sot, pas dy dekadash, Škoda nuk është markë alternative, as markë për “ata që kërkojnë ekonominë”.

Ajo është një markë e respektuar, një zgjedhje e sigurt, një emër që përfaqëson qetësi, cilësi dhe maturi.
Dhe ndërsa e ardhmja sjell elektrifikim, inteligjencë dhe lidhje të plotë dixhitale, një gjë mbetet e pandryshuar:
Škoda ecën përpara, por gjithmonë duke mbajtur zemrën e saj të thjeshtë dhe të besueshme.
Në një treg që ka ndryshuar shumë, dashuria për Škodën ka mbetur e njëjtë. Sepse dashuria e vërtetë ndërtohet me kohë, me besim dhe me rrugë të përbashkëta.







There are brands that enter a market simply to be sold. And there are brands that, over time, become part of people's daily lives a family story, a memory from the road. Škoda is exactly that kind of brand.
It did not come to Albania to make noise; it came to build trust.
And 20 years later, it is this quiet strength, this simplicity, and this reliability that have made it one of the most beloved automotive brands in the country.

When an unfamiliar name began winning hearts
In the early years, Škoda was a new name in a market that was only just taking shape. There were no grand advertising campaigns, no loud claims only a simple promise: an honest, durable, economical car.
The first models, like the Fabia and Octavia, quickly became part of Albanian families. These were cars that lasted, that endured long trips, damaged roads, harsh winters, and hot summers. And people began to recognize something important:
"This is a car that doesn't let you down."

From alternative choice to the safe choice
As the years passed, Škoda did not change its philosophy it refined it. Octavia became an icon. Superb earned a reputation as the "honest limousine," comfortable, composed, and understated.Then came the era of SUVs.
Karoq and Kodiaq brought new presence, elegance, and practicality, without ever losing Škoda's humble, reliable spirit.

And we achieved our goals not through noise, but by being consistent:
regular servicing, proper maintenance, and genuine respect for customers.
That is the foundation of every long-lasting love story.

Always in service of the customer
Even when the world began speaking about intelligent driver assists, large screens, and fully connected systems, Škoda remained loyal to its core principle: technology that helps you not technology that overwhelms you.

Then came the defining moment: Enyaq iV and Elroq. The brand's electrification in Albania was not a spectacle.
It was a calm, dignified step exactly the way Škoda would do it.

The invisible secret of success
If today you see a Škoda in every city of Albania, it is not by chance.
This brand has become a part of our everyday life:In daily commutes. In families with young children. In businesses that require reliability. In taxis that cover thousands of kilometers. In the small and big moments of life. Škoda is not just a car it is a partner. And good partners never leave you stranded. A relationship forged over long roads

Today, after two decades, Škoda is no longer an "alternative brand," nor a choice only for those who prioritize economy.

It is a respected brand, a safe choice, a name that represents calmness, quality, and maturity.
And as the future brings electrification, intelligence, and full digital connectivity, one thing remains unchanged:
Škoda moves forward but always with the same honest and reliable heart. In a market that has changed drastically, the love for Škoda has remained constant. Because true love is built with time, trust, and the roads traveled together.

RRUGËTIMI I VOLKSWAGEN ALBANIA NË TREGUN SHQIPTAR

The Volkswagen Albania Journey in the Albanian Market

Elion Gjoka | Volkswagen Brand Manager

Rrugëtimet e suksesshme nuk ndërtohen brenda natës. Ato formohen hap pas hapi, me vizion, këmbëngulje dhe besim të vazhdueshëm. Për mua personalisht, 11 vitet si Brand Manager i Volkswagen kanë qenë një privilegj i veçantë, një mundësi për të ndjekur nga afër transformimin e një marke globale në zgjedhjen e parë të shqiptarëve.

Volkswagen hyri në tregun shqiptar me një premtim të qartë: të ofronte cilësi, siguri dhe besueshmëri gjermane në një treg që sapo po formëzohej. Por ajo që pasoi ishte shumë më tepër se kaq, ishte ndërtimi i një historie suksesi afatgjatë, të bazuar në standarde, transparencë dhe respekt për klientin.

Nga 2012-a deri sot: Momente kyçe të rrugëtimit
Në vitin 2012, Porsche Albania mori të drejtën ekskluzive të importit të markës Volkswagen, duke sjellë zyrtarisht në treg një gamë të plotë modelesh që përfaqësonin cilësinë, sigurinë dhe teknologjinë gjermane për klientët shqiptarë.

Në 2016, Volkswagen shënoi një hap historik drejt së ardhmes me prezantimin e e-Golf, makinës së parë elektrike të sjellë zyrtarisht në Shqipëri, një moment që hapi rrugën për mobilitetin elektrik në vend.

Viti 2020 shënoi fillimin e epokës së ID., me debutimin e ID.3, duke sjellë një transformim të qartë në vizionin për mobilitet të qëndrueshëm dhe duke pozicionuar Volkswagen si një pionier të elektrifikimit në tregun vendas.

Gjatë periudhës 2023–2025, Volkswagen përjetoi zgjerimin më të rëndësishëm të portofolit të tij. Modele si ID.7, Tiguan PHEV dhe Tayron 7-vendesh forcuan pozicionin e markës në çdo segment, ndërsa eventet e lançimit u kthyen në pika referimi për industrinë, duke e bërë Volkswagen "talk of the town".

Sot, ky rrugëtim 13-vjeçar ka kulmuar në një rezultat historik: **Volkswagen është marka nr. 1 e shqiptarëve me 19.63% pjesë tregu.**

Asnjë markë tjetër automobilistike nuk ka arritur këtë nivel besimi dhe përzgjedhjeje. Vetëm në tremujorin e parë të vitit 2023, nga 14,460 automjete të reja të regjistruara, 20.4% i përkisnin Volkswagen, një tregues i qartë i pozicionimit të fortë të markës.

Ekipi VW: Zemra e suksesit të Volkswagen (foto e ekipit)
Asnjë sukses nuk arrihet i vetëm. Një pjesë thelbësore e këtij transformimi i dedikohet ekipit të shitjes së Volkswagen, profesionistë të përkushtuar që çdo ditë ndërtojnë marrëdhënie të sinqerta me klientët, kuptojnë nevojat e tregut dhe përfaqësojnë markën me dinjitetin që meriton.

Ky ekip është forca pas çdo prezantimi, konfigurimi, test drive-i dhe çdo dorëzimi çelësash. Së bashku kemi ndërtuar shumë më tepër sesa rezultate shitjesh, kemi ndërtuar besim, respekt dhe një komunitet besnik drejtuesish Volkswagen.

Me sytë nga e ardhmja
Viti 2026 sjell sfida dhe objektiva më të mëdha se kurrë. Tregu automobilistik shqiptar po përballet gjithnjë e më shumë me importin e automjeteve jashtë standardeve europiane të sigurisë dhe emetimeve, duke krijuar presion jo vetëm mbi cilësinë e tregut, por edhe mbi sigurinë rrugore dhe mjedisin.

Në këtë kontekst, Volkswagen dhe Porsche Albania mbeten të palëkundur në angazhimin e tyre për të ofruar vetëm automjete që përmbushin standardet më të larta europiane, me transparencë të plotë, garanci dhe shërbim të certifikuar.

Me protagonizmin e modeleve elektrike, zgjerimin e infrastrukturës dhe fokusin te mobiliteti i qëndrueshëm, synimi ynë është i qartë: të udhëheqim tregun drejt një të ardhmeje më të sigurt, më inteligjente dhe më të përgjegjshme.



Successful journeys are not built overnight. They are shaped step by step, through vision, perseverance and continuous trust. Personally, my 11 years as Volkswagen Brand Manager have been a special privilege, an opportunity to closely follow the transformation of a global brand into the number one choice of Albanian customers.

Volkswagen entered the Albanian market with a clear promise: to deliver German quality, safety and reliability in a market that was still taking shape. What followed, however, was far more than market entry — it was the building of a long-term success story, founded on standards, transparency and respect for the customer.

From 2012 to Today: Key Milestones
In 2012, Porsche Albania was granted the exclusive import rights for the Volkswagen brand, officially introducing a full range of models that represented German quality, safety and technology to Albanian customers.

In 2016, Volkswagen took a historic step toward the future with the introduction of the e-Golf, the first electric vehicle officially brought to Albania — a milestone that paved the way for electric mobility in the country.

The year 2020 marked the beginning of the ID. era, with the debut of the ID.3, signaling a clear transformation in the vision for sustainable mobility and positioning Volkswagen as a pioneer of electrification in the local market.

During the 2023–2025 period, Volkswagen experienced the most significant expansion of its portfolio. Models such as the ID.7, Tiguan PHEV and the seven-seat Tayron strengthened the brand's position across all segments, while launch events became industry benchmarks, turning Volkswagen into the undeniable "talk of the town."

Today, this 13-year journey has culminated in a historic achievement:

Volkswagen is the No. 1 brand in Albania with a 19.63% market share.

No other automotive brand has reached this level of trust and preference. In the first quarter of 2023 alone, out of 14,460 newly registered vehicles, 20.4% were Volkswagen models — a clear indicator of the brand's strong market positioning.

The VW Team: The Heart of Volkswagen's Success

No success is achieved alone. A fundamental part of this transformation belongs to the Volkswagen sales team, dedicated professionals who build honest relationships with customers every day, understand market needs and represent the brand with the dignity it deserves.

This team stands behind every presentation, every configuration, every test drive and every key handover. Together, we have built far more than sales results; we have built trust, respect and a loyal community of Volkswagen drivers.

Looking Ahead
The year 2026 brings greater challenges and ambitions than ever before. The Albanian automotive market is increasingly facing the import of vehicles that fall outside European safety and emissions standards, creating pressure not only on market quality but also on road safety and environmental protection.

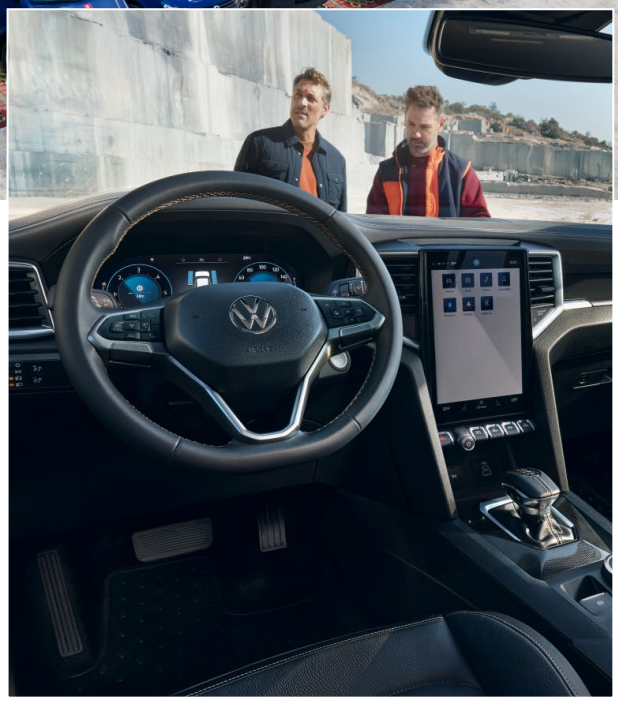
In this context, Volkswagen and Porsche Albania remain firmly committed to offering only vehicles that meet the highest European standards, with full transparency, certified service and official warranty.

With the growing prominence of electric models, the expansion of infrastructure and a strong focus on sustainable mobility, our goal is clear: to lead the market toward a safer, smarter and more responsible future.



VOLKSWAGEN MAKINAT TREGTARE NË SHQIPËRI

Volkswagen Light Commercial Vehicles in Albania



Nëse makinat e pasagjerëve shprehin stil dhe identitet, makinat tregtare tregojnë karakter.
Volkswagen LNF nuk ka qenë kurrë thjesht një linjë produktesh, por një partner pune i besueshëm dhe një shtyllë e heshtur e zhvillimit ekonomik në Shqipëri.

Rrugëtimi i Volkswagen LNF në Porsche Albania nisi në vitin 2008, në një periudhë kur tregu shqiptar kishte nevojë të qartë për automjete të forta, funksionale dhe të qëndrueshme. Premtimi ishte i thjeshtë: cilësi gjermane, siguri dhe besueshmëri për profesionistët, bizneset dhe institucionet që kërkonin më shumë sesa thjesht transport
.
Në vitin 2010, paralelisht me 5-vjetorin e Porsche Albania, u prezantua Caddy 3 Facelift, një evolucion i rëndësishëm në dizajn dhe komoditet, që e afroi modelin edhe më shumë me përdorimin familjar, pa humbur ADN-në praktike që e kishte bërë atë një referencë në segment.

Vetëm një vit më vonë, në 2011, Volkswagen LNF arriti një moment kulmor: 230 automjete tregtare të dorëzuara brenda një viti, një rekord që konfirmoi besimin e tregut dhe rolin strategjik të markës në sektorë si ndërtimi, shërbimet, logjistika dhe transporti.
Në 2012, Volkswagen riktheu fuqishëm segmentin pick-up me Amarok, duke zëvendësuar modelin Taro. Amarok solli një qasje të re në treg: performancë, siguri dhe komoditet të kombinuara në një mjet pune, duke vendosur standarde të reja për këtë kategori.

Një tjetër pikë kthese erdhi në vitin 2017 me Crafter-in e ri, i projektuar dhe prodhuar për herë të parë plotësisht në fabrikën e Volkswagen në Września. Pas përfundimit të bashkëpunimit me Mercedes-Benz, Crafter u shndërrua në një deklaratë të qartë pavarësie teknologjike dhe inxhinierike, i ndërtuar nga e para për nevojat reale të profesionistëve.

Në vitin 2023, Volkswagen LNF hapi një kapitull të ri me lançimin e ID. Buzz, riinterpretimi modern dhe plotësisht elektrik i ikonës legjendare VW Bulli. Me autonomi deri në 420 km (WLTP), teknologji të avancuar asistence dhe një dizajn që lidh të kaluarën me të ardhmen, ID. Buzz solli



If passenger cars express style and identity, commercial vehicles reveal character.
Volkswagen LNF has never been just a product line, but a trusted working partner and a silent pillar of economic development in Albania.

The journey of Volkswagen LNF within Porsche Albania began in 2008, at a time when the Albanian market had a clear need for robust, functional and durable vehicles. The promise was simple yet powerful: German quality, safety and reliability for professionals, businesses and institutions seeking more than just transportation.

In 2010, alongside the 5th anniversary of Porsche Albania, the Caddy 3 Facelift was introduced — a significant evolution in design and comfort that brought the model closer to family use, without compromising the practical DNA that had already made it a benchmark in its segment.

Just one year later, in 2011, Volkswagen LNF reached a milestone: 230 commercial vehicles delivered within a single year — a record that confirmed the market's trust and the brand's strategic role in key sectors such as construction, services, logistics and transport.
In 2012, Volkswagen made a strong return to the pick-up segment with the Amarok, replacing the Taro. Amarok introduced a new approach to the market by combining performance, safety and comfort in a true work vehicle, setting new standards for the category.

Another turning point came in 2017 with the new Crafter, designed and produced entirely for the first time at Volkswagen's factory in Września. Following the end of the collaboration with Mercedes-Benz, Crafter became a clear statement of technological and engineering independence — built from the ground up for the real needs of professionals.

In 2023, Volkswagen LNF opened a new chapter with the launch of the ID. Buzz, the modern and fully electric reinterpretation of the legendary VW Bulli. With a range of up to 420 km (WLTP), advanced driver-assistance technologies and a design that bridges past and future, ID. Buzz brought true electrification to the commercial vehicle segment in Albania.

Today, Volkswagen LNF remains a long-term partner for thousands of Albanian businesses. With a strong focus on innovation, electrification and intelligent fleet solutions, the brand continues to evolve — because the future of commercial mobility is shaped here.



20 VITE SEAT NË SHQIPËRI
PIONERI QË NDRYSHOI TREGUN LOKAL
20 Years of SEAT in Albania: The Pioneer That Transformed the Local Market

Historia e Porsche Albania filloi në vitin 2005 me dy marka themel: Audi dhe SEAT. Pikërisht SEAT, një markë dinamike, sportive dhe e orientuar drejt të rinjve, ishte ndër të parat që prezantoi në Shqipëri konceptin modern të një automjeti të ri, të garantuar dhe të certifikuar sipas standardeve evropiane. Në një treg që sapo po zgjerohej dhe ku dominonte importi i automjeteve të përdorura, SEAT solli një frymë të re: dizajn të freskët, teknologji të avancuar për kohën dhe një raport cilësi-çmim të paprecedent në vend.

Në dy dekada, rrugëtimi i markës ka reflektuar dinamikën e zhvillimit të tregut shqiptar. Nga vitet e para kur klientët po njiheshin me idenë e garancisë, shërbimit të pas-shitjes dhe transparencës, SEAT u bë shpejt zgjedhja ideale për drejtuesit e rinj, familjet moderne dhe ata që kërkonin një makinë funksionale, të besueshme dhe të përballueshme. Modelet ikonike të markës si Ibiza dhe Leon shënuan një epokë të re për shumë drejtues shqiptarë, duke u bërë pjesë e përditshmërisë urbane dhe udhëtimeve të gjata, falë performancës dhe ekonomisë së tyre.

Pjesë e strukturës së fortë të Porsche Albania dhe e grupit Volkswagen, SEAT përfitoi nga zhvillimet teknike, standardet e përmirësuara të shërbimit dhe rritja e profesionalizmit në tregun vendas të automjeteve. Këto 20 vite dëshmojnë kontributin e markës në konsolidimin e tregut të makinave të reja, duke vendosur bazat për atë që sot konsiderohet "kultura automobilistike e re" në Shqipëri.

Edhe pse tregu është transformuar ndjeshëm, me ritme të reja teknologjike, prirje drejt elektrifikimit dhe kërkesa më të larta për cilësi, SEAT mbetet një pjesë themelore e historisë automobilistike shqiptare. Ai shënon fillimin e një kapitulli që ndryshoi përfundimisht mënyrën se si shqiptarët e shihnin blerjen e një automjeti: si një investim të sigurt, të garantuar dhe të vlerësuar.

Në 20 vjetorin e Porsche Albania, SEAT simbolizon jo vetëm kujtimin e një prej pionierëve të parë, por edhe ndikimin e pandashëm që pati në zhvillimin e tregut modern të automjeteve në Shqipëri. Një markë që hapi rrugën — dhe la gjurmë.

The story of Porsche Albania began in 2005 with two foundational brands: Audi and SEAT. SEAT, a dynamic, sporty, and youth-oriented brand, was among the first to introduce in Albania the modern concept of a new, guaranteed, and European-certified vehicle. In a market that was just beginning to expand and was dominated by imports of used cars, SEAT brought a new spirit: fresh design, advanced technology for its time, and an unprecedented value-for-money proposition.

Over the past two decades, the brand's journey has reflected the evolving dynamics of the Albanian automotive market. From the early years, when customers were first getting acquainted with the idea of warranty, after-sales service, and transparency, SEAT quickly became the ideal choice for young drivers, modern families, and those seeking a functional, reliable, and affordable car. Iconic models such as the Ibiza and Leon marked a new era for many Albanian drivers, becoming part of their daily urban routines and long journeys thanks to their performance and efficiency.

As part of the strong structure of Porsche Albania and the Volkswagen Group, SEAT benefited from technical advancements, improved service standards, and the growing professionalism within the local automotive sector. These 20 years testify to the brand's contribution to consolidating the new-car market, helping lay the foundations for what today is known as Albania's "new automotive culture."

Although the market has transformed significantly—driven by new technological trends, a shift toward electrification, and higher demands for quality—SEAT remains a fundamental part of Albania's automotive history. It marks the beginning of a chapter that changed, once and for all, the way Albanians viewed buying a vehicle: as a safe, guaranteed, and value-driven investment.

On the 20th anniversary of Porsche Albania, SEAT symbolizes not only the memory of one of the first pioneers, but also the lasting impact it had on the development of the modern automotive market in Albania. A brand that paved the way — and left its mark.



UNË JAM TEO



TEO

Powered by Porsche Albania

Më kontakto +355 69 808 0044

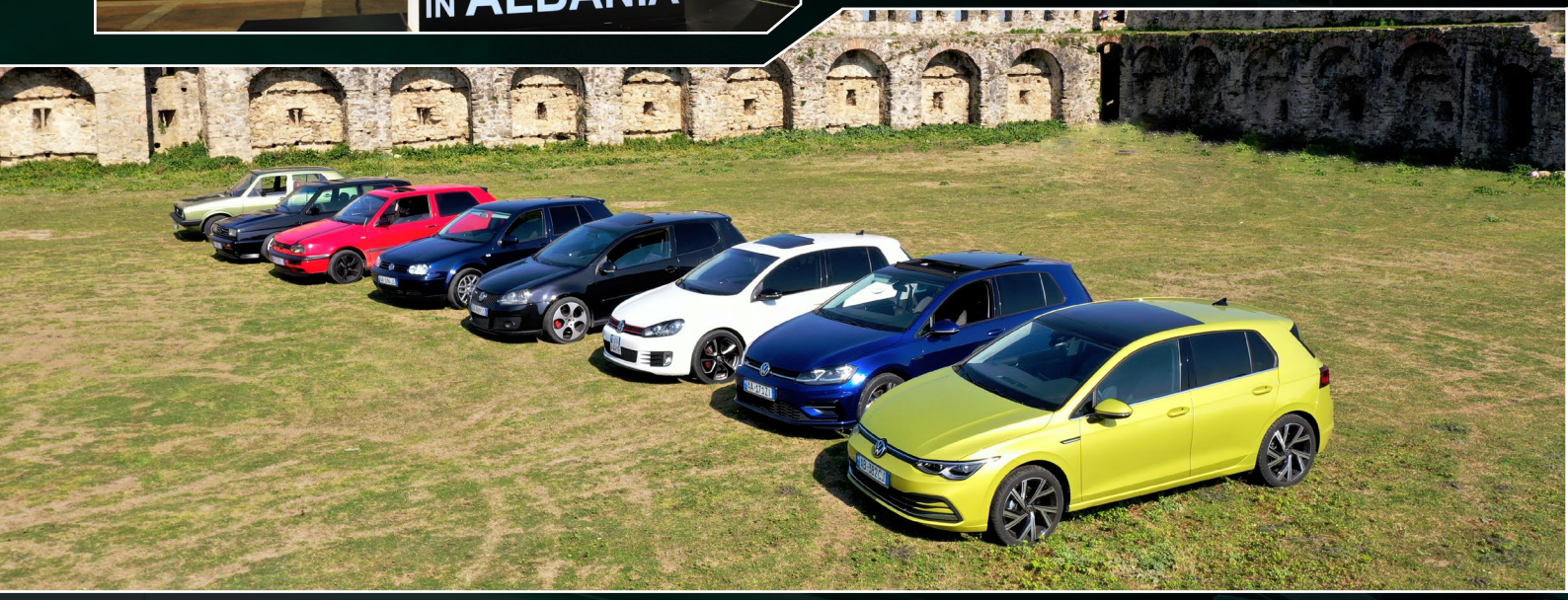
Asistenti virtual për çdo pyetje dhe shërbim të
Porsche Albania

20 VITE MARKETING
EVOLUCIONI I NJË HISTORIE QË FILLOI NË 2005

20 Years of Marketing: The Evolution of a Story
That Began in 2005













Marketingu i Porsche Albania ka kaluar një rrugëtim të gjatë që prej vitit 2006, kur u mbajt eventi i parë i hapjes dhe u prezantuan modelet e para të markave që sot drejtojnë tregun shqiptar. Ajo ditë hapi skenën për një mënyrë të re komunikimi, për një kulturë të re prezantimesh dhe për një afrim më të thellë mes markës dhe publikut.

Gjatë viteve, aktivitetet e marketingut u zgjeruan dhe u rafinuan, duke kaluar nga evente statike të showroom-it në aktivizime të gjalla që përfshinin qytetin, klientët, komunitetet sportive dhe kulturën urbane. Open Days u kthyen në traditë — ditë të hapura për klientët, të mbushura me testime, eksperienca dhe atmosferë miqësore, që i dhanë markës një dimension njerëzor dhe të afërt.

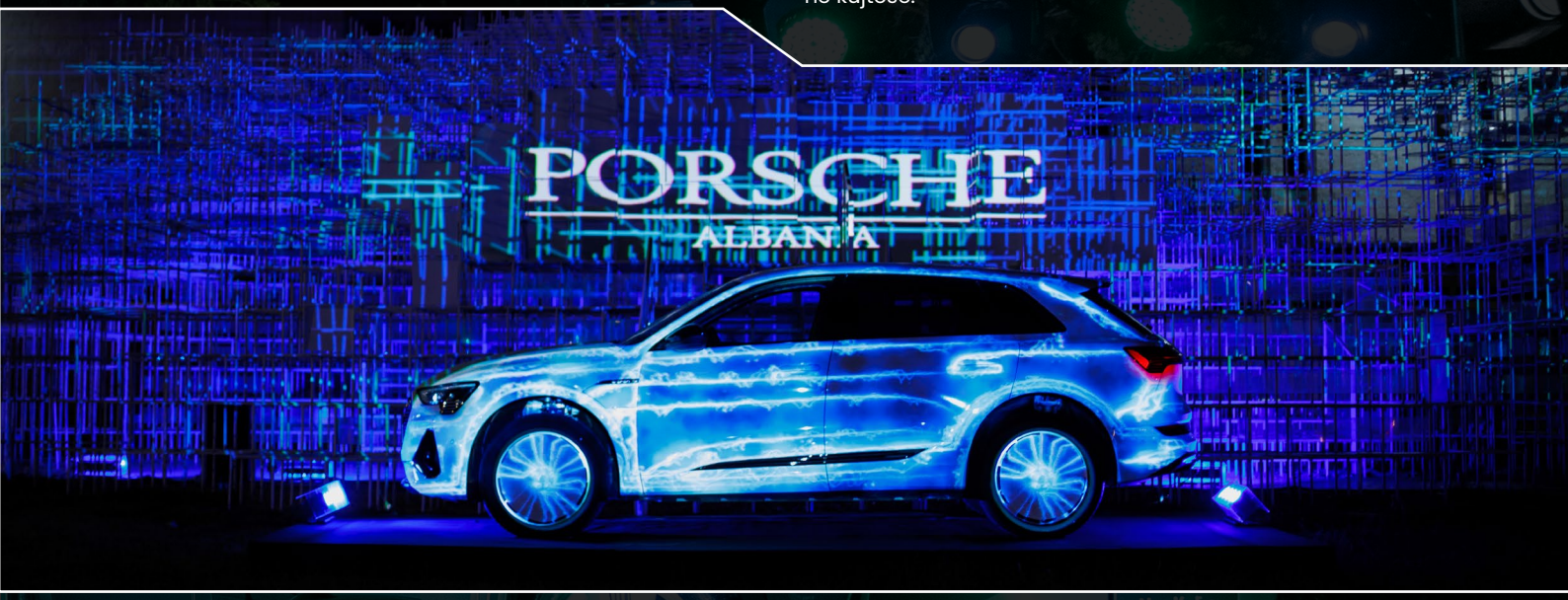
Në këtë rrugëtim, marketingu nuk u kufizua vetëm te prezantimet e modeleve. U krijua një presencë e vazhdueshme në media, me intervista, të ftuar në programe televizive dhe pjesëmarrje në emisione ku u ndanë risitë e markave, vizioni i kompanisë dhe drejtimet e industrisë. Kjo prani forcoi komunikimin publik dhe e bëri markën më të kuptueshme për një audiencë më të gjerë.

Me kalimin e viteve, Porsche Albania solli edhe forma të reja të përmbajtjes, duke përfshirë video review të modeleve të rinj — një mënyrë moderne dhe dinamike për të afruar inovacionin te audienca, për të shpjeguar teknologjitë, performancën dhe karakteristikat që e bëjnë çdo model unik. Këto video u pritën si një formë e re komunikimi, ku eksperienca e drejtimit vjen më afër se kurrë.

Një tjetër shtyllë e rëndësishme u bë prezantimi i bashkëpunimeve me influencers dhe ambasadorë, të cilët i dhanë markës një zë autentik dhe e ndihmuan të lidhej natyrshëm me komunitete të ndryshme. Përmes tyre, storytelling-u i brandeve u bë më i gjallë, më njerëzor dhe më pranë realitetit të klientëve të rinj.

Dy dekada më vonë, marketingu i Porsche Albania është një përzierje e suksesshme e përvojës, kreativitetit dhe komunikimit të zgjuar. Nga një event i thjeshtë hapjeje në 2006, tek një seri aktivitetesh që sot janë pjesë e identitetit të markës, historia e marketingut pasqyron rritjen e tregut, evoluimin e konsumatorit dhe përkushtimin e kompanisë për të qenë çdo vit më inovative se i mëparshmi.

Ky rrugëtim vazhdon — me të njëjtin pasion për markën dhe me të njëjtën dëshirë për të krijuar eksperienca që mbeten në kujtesë.



The marketing journey of Porsche Albania began in 2006 with the very first opening event, where the company introduced its initial models to the Albanian public and launched a new way of communicating automotive culture. That moment set the tone for everything that would follow: a commitment to refined presentation, a modern customer experience, and a closer connection between the brand and its audience.

Over the years, marketing activities expanded in scale and ambition. What began as classic showroom presentations evolved into city-wide activations that involved clients, communities, sports culture, and the urban lifestyle. Open Days became a tradition — welcoming moments where customers could experience the brands freely, creating a warm and approachable atmosphere that strengthened the emotional bond with the public.

This journey went far beyond product launches. Porsche Albania established a consistent media presence, with interviews, TV appearances, and participation in national programs, bringing automotive innovation into Albanian homes. This visibility helped educate the market, build trust, and position the company as a credible voice within the industry.

As digital communication evolved, Porsche Albania embraced modern forms of content, including dynamic video reviews of new models — a fresh way to bring technology, design, and performance closer to the viewer. These reviews allowed the audience to experience the cars more intimately and became a key element of the brand's storytelling.

Another important chapter came through collaborations with influencers and brand ambassadors. Their authentic voices and diverse audiences helped make the brands more relatable, more human, and more present in everyday culture. Through these partnerships, the brand's communication extended beyond traditional channels and connected naturally with new communities.

Two decades on, Porsche Albania's marketing is the result of experience, creativity, and continuous reinvention. From that very first opening event in 2006 to a long series of activities that now define the brand's identity, this story reflects the growth of the market, the evolution of the customer, and the company's dedication to remain innovative year after year.

And the journey continues — with the same passion, the same drive, and the same desire to create experiences that stay remembered.

20 VITE PORSCHE ALBANIA DHE INTEGRITETI SI STRUKTURA QËNDRORE E SUKSESIT

20 years of Porsche Albania and integrity as the central pillar of succes

Den Minxhozi | Menaxher Ligjor i Pajtueshmërisë dhe Integritetit

Kur Porsche Albania shënon 20-vjetorin e saj, vëmendja shpesh shkon te automjetet, teknologjia dhe zgjerimi i tregut. Por brenda organizatës ne e dimë se një pjesë e rëndësishme e këtij suksesi është ndërtimi i një sistemi integriteti dhe përputhshmërie që sot është ndër më të strukturuarit dhe më të plotët në Shqipëri.

Fushëveprimi i Sistemit të Menaxhimit të Pajtueshmërisë (CMS) shtrihet mbi të gjithë gamën e detyrimeve ligjore, rregullatore dhe etike që prekin aktivitetin e Porsche Albania. CMS përfshin menaxhimin e rreziqeve të palëve të treta, parandalimin e korrupsionit dhe konfliktit të interesit, masat kundër pastrimit të parave dhe financimit të terrorizmit, si dhe respektimin e standardeve të mjedisit dhe qëndrueshmërisë. Po aq thelbësore është pajtueshmëria me kërkesat për produktet dhe standardeve të Pajtueshmërisë së Produktit. Në mënyrë të integruar, CMS mbulon edhe mbrojtjen e të dhënave personale dhe kërkesat e privatësisë, duke siguruar që proceset operacionale, marrëdhëniet me klientët dhe zinxhiri i furnizimit të funksionojnë në përputhje me kornizën përkatëse ligjore dhe rregullatore. Kjo qasje gjithëpërfshirëse mundëson identifikimin, vlerësimin dhe monitorimin e vazhdueshëm të rreziqeve të biznesit dhe pajtueshmërisë në çdo nivel të organizatës.

Që nga fillimi, CMS ynë është ndërtuar mbi standardet më të avancuara ndërkombëtare dhe parimet e qeverisjes moderne korporative. CMS-i ynë mbështetet nga një sistem shumë i fuqishëm Sistemi i Menaxhimit të Rrezikut, i cili punon paralelisht me pajtueshmërinë. Këto nuk janë referenca sipërfaqësore, por elemente që strukturojnë mënyrën si funksionojmë, si analizojmë rreziqet dhe si marrim vendime që kanë ndikim afatgjatë në integritetin dhe reputacionin tonë. Fakti që Porsche Albania është pjesë e Porsche Holding Salzburg dhe Volkswagen Group ka qenë përcaktuese në këtë drejtim.

Prandaj, 20-vjetori i Porsche Albania nuk është thjesht një përvjetor tregtar, është dëshmi se suksesi afatgjatë ndërtohet mbi një kulturë integriteti të konsoliduar.

As Porsche Albania marks its 20th anniversary, public attention often turns to the vehicles, the technology, and the expansion of the market. But inside the organization, we know that a crucial part of this success lies in the construction of an integrity and compliance system that today stands among the most structured and comprehensive in Albania.

The scope of the Compliance Management System (CMS) extends across the full spectrum of legal, regulatory, and ethical obligations that affect Porsche Albania's operations. The CMS includes third-party risk management, corruption and conflict-of-interest prevention, anti-money-laundering and counter-terrorism-financing measures, as well as adherence to environmental and sustainability standards. Equally essential is compliance with product requirements and Product Compliance standards. In an integrated way, the CMS also encompasses personal data protection and privacy obligations, ensuring that operational processes, customer relations, and the supply chain all function in accordance with the relevant legal and regulatory framework. This holistic approach makes possible the continuous identification, assessment, and monitoring of business and compliance risks at every level of the organization.

From the outset, our CMS has been built upon the most advanced international standards and principles of modern corporate governance. It is supported by a strong Risk Management System, which operates in parallel with compliance. These are not superficial references but elements that fundamentally shape how we operate, how we analyze risks, and how we make decisions that have long-term implications for our integrity and reputation.The fact that Porsche Albania is part of Porsche Holding Salzburg and the Volkswagen Group has been decisive

Therefore, Porsche Albania's 20-year anniversary is not merely a commercial milestone; it is proof that long-term success is built upon a consolidated culture of integrity.



MAKINA IME

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

MAKINA IME

GJITHÇKA RRETH MOBILITETIT, INOVACION ME NJË KLIK



PORSCHE LEASING NË SHQIPËRI

Porsche Leasing in Albania

Porsche Leasing, operon prej 13 vitesh në tregun automotiv, si një kompani bijë e Porsche Bank me qendër në Austri, ka si objektiv kryesor t'u ofrojë klientëve zgjidhjet më optimale për blerjen e makinave, nëpërmjet leasing-ut financiar (qirasë financiare) ose dhënies me qira operacionale të automjeteve të Grupit VW. Klientët tanë kanë mundësinë të zgjedhin në të gjithë gamën e gjerë të modeleve të Grupit si Audi, Volkswagen, Skoda, Seat VW Makina Pasagjerësh dhe Tregtare, dhe së fundmi edhe makinat e përdorura nëpërmjet Das Welt Auto, pranë koncesionarit të autorizuar Porsche Albania.

Avantazhet tona konkurruese në treg
Koncepti ynë i biznesit "One Stop Shop" përfaqëson një qasje tërësisht të orientuar drejt klientit, duke garantuar shërbime të personalizuara, fleksibile dhe inovative në financim.
Porsche Leasing ofron proces të përshpejtuar aprovimi brenda 24 orësh, duke e shoqëruar klientin që nga përzgjedhja e mjetit deri në dorëzimin final. Përdorimi i automjetit si kolateral dhe kushtet konkurruese të financimit e bëjnë qiranë financiare një nga produktet më tërheqës dhe më efikasë në treg.

Përdorimi aktual i qirasë financiare në Shqipëri
Qiraja financiare gjen zbatim në të gjithë sektorët kryesorë të ekonomisë: nga automjetet personale dhe ato të punës, te pajisjet prodhuese, linjat industriale etj. Porsche Leasing fokusohet vetem në financimin e automjeteve përmes dy produkteve kryesore: qirasë financiare dhe qirasë operacionale. Qiraja financiare është një model tashmë i konsoliduar në treg, i cili i mundëson klientit të bëhet pronar i automjetit në fund të kontratës. Qiraja operacionale, nga ana tjetër, ofron përdorimin e automjetit për periudha 12–60 muaj pa transferim pronësie, duke e bërë atë ideal për kompanitë që synojnë fleksibilitet, rinovim të shpeshtë të flotës dhe menaxhim optimal të kostove operative.

Qasja e bizneseve dhe individëve ndaj produkteve të leasing
Me kalimin e viteve, klientët si bizneset ashtu edhe individët kanë zhvilluar një perceptim shumë pozitiv për leasing-un. Sot, kur lind nevoja për financimin e automjeteve, leasing është alternativa e parë që merret në konsideratë.
Interesat konkurruese, procedurat e thjeshtuara dhe aprovimi i shpejtë, së bashku me faktin që nuk kërkohet kolateral shtesë, e pozicionojnë leasing-un si një ndër produktet më tërheqëse në tregun financiar.
Inovacioni mbetet një shtyllë kyçe për ne. Përmes aplikacionit "Makina Ime" dhe platformave të dedikuara online, synojmë ta transformojmë konceptin "One Stop Shop" në "One Click Away", duke e bërë gjithë procesin e financimit edhe më të lehtë, më transparent dhe më të aksesueshëm.



Portali i Klientit: një vend për të gjitha informacionet (në dispozicion 24/7)
Si pjesë e strategjisë sonë më të gjerë të transformimit dixhital, ne po përgatitemi të lançojmë Portalin e Klientit në 2026 një platformë e centralizuar online që do t'u ofrojë të gjithë klientëve tanë akses të shpejtë, të thjeshtë dhe të sigurt në informacionin që lidhet me kontratat e financimit.

Përmes këtij shërbimi dixhital, klientët do të jenë në gjendje të monitorojnë statusin e kontratës, të shikojnë faturat, pagesat, dokumentacionin dhe detyrimet e rëndësishme të gjitha pa pasur nevojë të kontaktojnë mbështetjen e klientit. Kjo u jep përdoruesve kontroll të plotë, transparencë më të madhe dhe një avantazh të rëndësishëm për të kursyer kohë.

Portali i Klientit është një hap tjetër i rëndësishëm drejt vizionit tonë të ofrojmë një shërbim leasing që është gjithmonë i aksesueshëm, efikas dhe plotësisht në përputhje me nevojat në zhvillim të klientëve tanë.

e-Mobility & Financimi : duke nxitur të ardhmen e gjelbër
Një temë që e konsideroj veçanërisht të rëndësishme është roli i Porsche Leasing në mbështetjen e tranzicionit të gjelbër. Ndërsa automjetet elektrike dhe hibride fitojnë vrull në të gjithë Evropën, ne jemi të përkushtuar të inkurajojmë kalimin drejt zgjidhjeve më miqësore me mjedisin përmes modeleve tërheqëse të financimit, me fushata të dedikuara për mjetet elektrike të Grupit VW.
Kjo është një mundësi e shkëlqyer për të nxjerrë në pah angazhimin tonë , megjithe sfidat e tregut , të ofrojme së bashku me Porsche Albania, një mundësi të sigurt për klientët tanë që zgjedhin këte kategori mjetesh në treg.

Potencialet e zhvillimit të mëtejshëm të qirasë financiare në Shqipëri
Strategjia jonë e biznesit është ndërtuar mbi rritjen e qëndrueshme dhe ofrimin e zgjidhjeve të personalizuara financiare për klientët tanë. Ne mbetemi të përkushtuar ndaj forcimit të marrëdhënieve afatgjata me klientët dhe partnerët tanë, duke u përgjigjur vazhdimisht nevojave të tregut me produkte dhe shërbime cilësore.
Në fokus të zgjerimit të mëtejshëm qëndrojnë: kompanitë e makinave me qira, kompanitë e shërbimeve të taksive , modelet e reja të përdorimit të automjeteve, që po revolucionarizojnë tregun europian.

Koncepti i pronësisë së automjetit po ndryshon me shpejtësi. Ato po konsiderohen gjithnjë e më shumë si shërbim, jo si aset në pronësi, çka pritet të sjellë rritje të ndjeshme të volumit të kërkesës.
Praktikat inovative si Car Sharing, My Car, Hi Car dhe modele të tjera të përdorimit fleksibël po fitojnë terren në Europë dhe shumë shpejt do të materializohen edhe në Shqipëri. Me përvojën e saj të gjerë europiane, Porsche Leasing është e përgatitur t'i sjellë këto produkte në tregun shqiptar dhe të kontribuojë në zhvillimin e mëtejshëm të ekosistemit automotiv.






Porsche Leasing, operating for 13 years in the automotive market, as a subsidiary of Porsche Bank based in Austria, has as its main objective to offer customers the most optimal solutions for the purchase of cars, through financial leasing (financial leasing) or operational leasing of VW Group vehicles. Our customers have the opportunity to choose in the entire wide range of Group models such as Audi, Volkswagen, Skoda, Seat VW Passenger and Commercial Cars, and recently also used cars through Das Welt Auto, at the authorized dealer Porsche Albania.

Our Competitive Advantages in the Market
Our "One Stop Shop" business concept represents a completely customer-oriented approach, guaranteeing personalized, flexible and innovative financing services. Porsche Leasing offers an accelerated approval process within 24 hours, accompanying the customer from the selection of the vehicle to the final delivery. The use of the vehicle as collateral and the competitive financing conditions make financial leasing one of the most attractive and efficient products on the market.

Current use of financial leasing in Albania
Financial leasing is applied in all major sectors of the economy: from personal and commercial vehicles to production equipment, agricultural machinery, industrial lines etc. Porsche Leasing focuses on vehicle financing through two main products: financial leasing and operational leasing. Financial leasing is an already consolidated model in the market, which enables the customer to become the owner of the vehicle at the end of the contract. Operational leasing, on the other hand, offers the use of the vehicle for periods of 12–60 months without a transfer of ownership, making it ideal for companies aiming for flexibility, frequent fleet renewals, and optimal management of operating costs.

Access of businesses and individuals to leasing products
Over the years, customers both businesses and individuals have developed a very positive perception of leasing. Today, when the need for vehicle financing arises, leasing is the first option to be considered. Competitive interests, simplified procedures and fast approval, together with the fact that no additional collateral is required, position leasing as one of the most attractive products in the financial market.
Innovation remains a key pillar for us. Through the "My Machine" app and dedicated online platforms, we aim to transform the "One Stop Shop" concept into "One Click Away", making the entire financing process even easier, more transparent and more accessible.

Customer Portal one place for all information (available 24/7)
As part of our broader digital transformation strategy, we are preparing to launch the Customer Portal in 2026 a centralized online platform that will provide all our clients with fast, simple, and secure access to key financing information.

Through this digital service, clients will be able to monitor contract status, view invoices, payments, documentation, and important obligations all without the need to contact customer support. This gives users full control, greater transparency, and a significant time saving advantage.

The Customer Portal is another important step toward our vision to deliver a leasing service, that is always accessible, efficient, and fully aligned with the evolving needs of our clients.

e-Mobility & Financing – driving the green future
One topic that I consider particularly important is the role of Porsche Leasing in supporting the green transition. As electric and hybrid vehicles gain momentum across Europe, we are committed to encouraging the shift towards more environmentally friendly solutions through attractive financing models, with campaigns dedicated to VW Group electric vehicles. Despite market challenges , this is an excellent opportunity to highlight our commitment , to offer together with Porsche Albania, a safe opportunity for our customers, who choose this category of vehicles in the market

Potentials for further development of financial leasing in Albania / Future Mobility and the evolution of vehicle usage in Albania
Our business strategy is built on sustainable growth and providing customized financial solutions to our clients. We remain committed to strengthening long-term relationships with our customers and partners, constantly responding to market needs with quality products and services.
The focus of further expansion is: car rental companies, taxi service companies, new vehicle usage models, which are revolutionizing the European market.

The concept of vehicle ownership is changing rapidly. They are increasingly being considered as a service, rather than as owned assets, which is expected to lead to a significant increase in the volume of demand. Innovative practices such as Car Sharing, My Car, Hi Car and other models of flexible use are gaining ground in Europe and will soon materialize in Albania as well. With its extensive European experience, Porsche Leasing is prepared to bring these products to the Albanian market and contribute to the further development of the automotive ecosystem.

PORSCHE
LEASING


UDHËTOJNA
PORSCHE
ALBANIA