

PORSCHE
SLOVENIJA

JESEN/ZIMA 2025

Poslovniki

Carzine

**Mobilnost, posel
in umetna inteligenca**

Postala je gonilo sprememb,
ki presegajo avtomobilnost, kot smo jo poznali
desetletja. Od avtonomne vožnje do pametnih
mest – umetna inteligenca (UI) ni več le orodje,
temveč je že danes motor mobilnosti nove dobe. Za
koncern Volkswagen, katerega znamke zastopamo
pri Porsche Slovenija, je umetna
inteligence eden ključnih
stebrov prihodnjega razvoja.

Motor



Danilo Ferjančič in Martin Wienerroither,
generalna direktorja Porsche Slovenija

Danilo Ferjančič *Martin Wienerroither*

V središču je vizija inteligentne mobilnosti – vozil, ki se učijo, predvidevajo ter komunicirajo z voznikom, okoljem in drugimi vozili. V okviru svojega kompetenčnega centra združuje koncern Volkswagen več kot šeststo strokovnjakov za umetno inteligenco, ki vsakodnevno iščejo rešitve, kako povezati zmogljivost, varnost in trajnost v novo izkušnjo mobilnosti. Že danes pa UI v sodobnih vozilih med eno uro vožnje obdela več deset gigabajtov podatkov – od senzorjev in kamer do voznikovih navad –, da lahko avtomobil sproti analizira okolico, prepozna situacije in se prilagaja uporabniku.

130.000

zaposlenih po vsem svetu
je bilo v okviru koncerna
Volkswagen že vključenih v
usposabljanje o UI.

1 milijarda

evrov je znesek investicije koncerna
Volkswagen v UI do leta 2030. To naj
bi do leta 2035 prihranilo do
4 milijarde evrov.

mobilnosti nove dobe

V Porsche Slovenija te spremembe ne le spremljamo, ampak jih aktivno soustvarjamo. Tehnološki napredek močno vpliva na naše poslovne procese, od napovedovanja povpraševanja do optimizacije logistike ter bolj osebne komunikacije s partnerji in strankami. Kajti ob vsem tem ne pozabljamo na bistvo mobilnosti – človeka. Voznika, sopotnika, uporabnika. Umetna inteligenca nas ne oddaljuje od naših strank, temveč nam pomaga, da jih še bolje razumemo.

Tudi vas vabiva, da na straneh prenovljene revije Poslovni Carzine spoznate, pred kakšne izzive postavlja umetna inteligenca podjetja, njihove vodilne in zaposlene – ter razmislite, kakšna je ali bo v tem novem svetu vaša poslovna pot.

25 %

hitrejši bo razvoj vozil
zaradi uporabe UI v
procesu razvoja in
testiranja.

Catena-X

je prva odprta evropska
platforma za avtomobilski
sektor, katere ustanovitelji so
poleg Volkswagna tudi BMW,
BASF, Mercedes-Benz, SAP,
Siemens in drugi.



UI brez iluzij

Piše: Barbara Bizjak

Navdušenje nad umetno inteligenco (UI) je razumljivo. A brez jasne strategije in etičnega kompasa hitro postane iluzija.

UI je v zadnjih dveh letih postala ena osrednjih tem poslovnega sveta. Če je bila pred desetletjem sinonim za laboratorijske eksperimente in tehnološke sanje, je danes prisotna v orodjih, ki jih uporabljajo milijoni ljudi – od generiranja besedil in slik do poslovne analitike.

Raziskava Capgeminja (2025) kaže, da 93 odstotkov organizacij, tudi evropskih podjetij, že eksperimentira z generativno umetno inteligenco, a le 30 odstotkov jo uporablja strateško. Axios pa poroča, da 95 odstotkov podjetij še ni zaznalo merljivih koristi od njene uvedbe. To razkriva neskladje med hitrostjo uvajanja umetne inteligence in sposobnostjo podjetij, da tehnologijo resnično smiselno vključijo v svoje poslovne modele. Vzrok pogosto tiči v slabih podatkih, pomanjkanju strategije ali etičnih tveganjih, kot sta pristranskost in netransparentnost delovanja modelov.

Navdušenje nad UI tako pogosto prehiteva trezno presojo. Učinkovitost orodij je impresivna, a hkrati odpirajo ključna vprašanja: kako obvladovati tveganja, zagotoviti etično rabo in preprečiti, da bi ustvarjala več zmede kot oprijemljive vrednosti? Da bi premostila ta razkorak, morajo podjetja vlagati v kakovostne podatke, usposabljanje zaposlenih in skladnost z zakonodajo, ki postaja vse strožja.

Res je, da nas navdušenje žene naprej – a odgovornost je tista, ki nas drži na pravi poti. Prihodnost umetne inteligence v poslovnem okolju zato ne bo odvisna od hitrosti, temveč od zrelosti njene uporabe. ●

78 %

VSEH PODJETIJ

na globalni ravni je leta 2024 uporabljalo UI.

95 %

POSKUSNIH PROJEKTOV

uporabe UI v podjetjih na globalni ravni ne doseže merljivih poslovnih rezultatov.

15 %

MENEDŽERJEV

na globalni ravni pri svojem vsakodnevnem delu redno uporablja generativno UI.

48 %

ODRASLIH V SLOVENIJI

uporablja generativno UI. 24 % odraslih jo uporablja na dnevni ravni.

inteligence

13,5 %

PODJETIJ V EU

z vsaj desetimi zaposlenimi je leta 2024 uporabljalo UI, kar je bilo pod globalnim povprečjem. Med velikimi podjetji je bilo takšnih 41,2 %.

22 %

PODJETIJ V SLOVENIJI

z vsaj desetimi zaposlenimi je leta 2024 uporabljalo UI. Ta delež je bil glede na predhodno leto večji za 84 %.

77 %

PODJETIJ

poroča o pomembnih prihrankih časa zaradi uporabe UI. Pri rutinskih nalogah UI poveča produktivnost za od 5 pa do 25 %.

Viri: Capgemini (2025), McKinsey (2024), Deloitte (2024), PwC (2024), IDC (2024), Statista (2024), Stanford AI Index (2024), Eurostat (2024), SURS (2024), Eurobarometer (2024), MIT Project NANDA (2025), HBR (2024).

Senčna stran



Tudi vaši zaposleni uporabljajo različna orodja umetne inteligence po svoje, brez jasnih pravil in sistema? Nujno je, da se zavedate nevarnosti, ki zato pretijo vaši organizaciji, in ukrepate.

Piše: Urška Henigman

Po lansiranju ChatGPT-ja novembra 2022 so generativna orodja umetne inteligence, kot so ChatGPT, Copilot, Gemini ali MidJourney, eksplozivno prodrli tudi v podjetja. Zaposleni so jih začeli uporabljati sami, brez dovoljenja IT-oddelkov, direktorji pa so bili postavljeni pred izziv, kako to urediti. Brez centraliziranega sistema za upravljanje umetne inteligence lahko namreč podjetja izgubijo nadzor nad podatki, skladnostjo in varnostjo, kar lahko vodi do finančnih izgub in pravnih zapletov ter škodi ugledu.

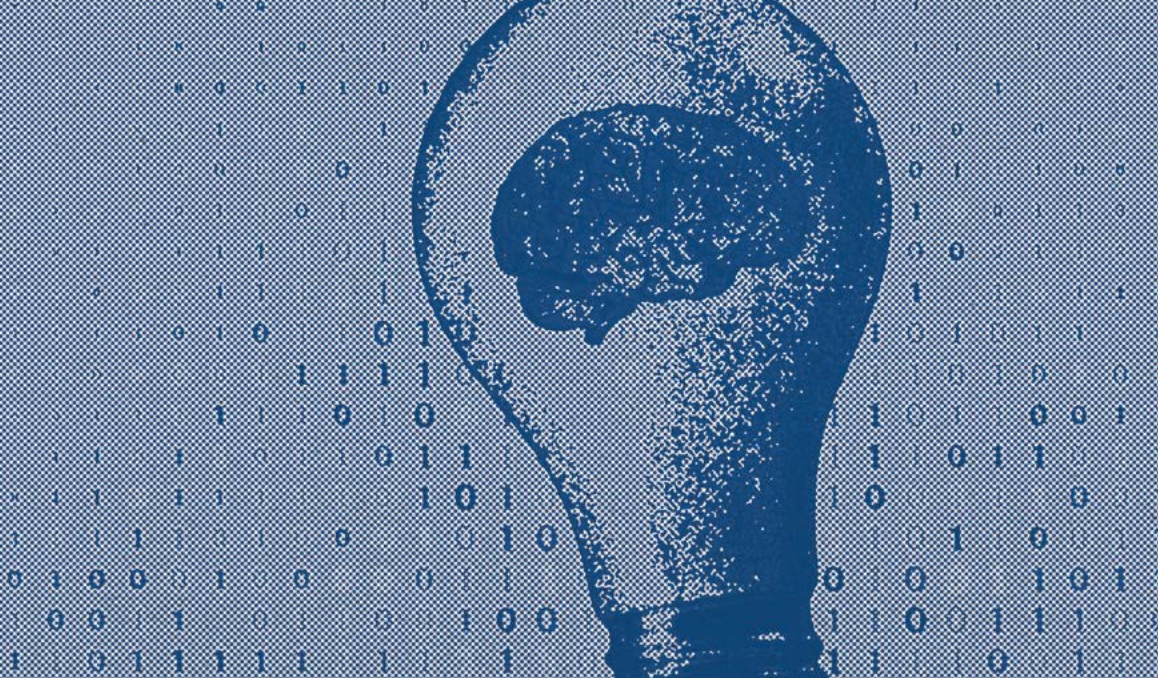
Situacijo, ko zaposleni samovoljno in brez regulative uporabljajo orodja umetne inteligence, imenujemo »shadow AI« oziroma siva UI. Po raziskavi Menlo Security kar 68 odstotkov zaposlenih uporablja brezplačne različice generativne umetne inteligence, kar samo po sebi ni problematično. Rdeči alarm pa bi se moral sprožiti ob podatku, da 57 odstotkov teh uslužbencev v tovrstna orodja vnaša tudi občutljive podatke.

Uhajanje občutljivih podatkov kot ključno tveganje izpostavljajo tudi analize strokovnjakov Forbese, Deloitte, McKinseyja in drugih. Dogaja se namreč, da zaposleni v orodja umetne inteligence vnašajo poslovne podatke, osebne informacije o strankah, intelektualno lastnino ali celo dele izvornih kod. »To je skoraj tako, kot da bi zaupne

dokumente pustili na javnem mestu: morda jih res nihče ne bo pobral, toda tveganje je izjemno veliko,« nevarnost tovrstnega početja slikovito ponazori Marko Štefančič, direktor Kompetenčnega centra za umetno inteligenco (KCUI). S tem podjetja tvegajo kršitve regulacij in zakonov, kot so Splošna uredba o varstvu podatkov (GDPR), zakon HIPAA, ki določa pravila za varovanje zasebnosti in varnosti osebnih zdravstvenih podatkov, ter Akt o umetni inteligenci Evropske unije, ki ureja razvoj, uporabo in trženje umetne inteligence. →

Tveganja uporabe UI

- **Uhajanje občutljivih podatkov**
Poslovni podatki, osebne informacije o strankah in intelektualna lastnina se vnašajo v platforme, ki jih upravljajo tretje osebe in shranjujejo na neznanih strežnikih, kar povečuje možnost zlorab.
- **Kršitve zakonodaje**
Avtorske pravice, odgovornost za napačne odločitve ali kršitve regulativ lahko postanejo problem, saj ni jasno, kdo in kako je umetno inteligenco uporabljal pri procesih odločanja ali ustvarjanju vsebin, to pa lahko vodi tudi do milijonskih glob.
- **Kibernetska ranljivost**
Nepooblaščen orodja odpirajo vrata kibernetskim napadom.
- **Napake, pristranskost in netočnosti**
Zaposleni sprejemajo halucinacije umetne inteligence kot resnico.



Nenadzorovana uporaba orodij umetne inteligence odpira vrata tudi kibernet-skim napadom. Če zaposleni v tovrstna generativna orodja nehote vnašajo podatke brez varnostnih protokolov, to povečuje tveganje za zlorabo. V raziskavi IBM je 13 odstotkov organizacij navedlo, da so bile njihove aplikacije ali modeli UI že tarča varnostne kršitve.

Naslednja pomembna tveganja sive umetne inteligence so napake, pristranskost, netočnost analiz in slepo zaupanje rezultatom. »Generativna umetna inteligenca ni kalkulator, ki vedno vrne enak odgovor, temveč je nedeterministični sistem, ki deluje na podlagi verjetnosti. Včasih ponudi briljantne rešitve, drugič pa si dejstva preprosto izmisli. Če uporabniki teh ne preverijo, lahko pride do napačnih odločitev, poslovne škode ali celo pravnih zapletov,« opozarja Štefančič.

V nedavni anketi med 1342 zaposlenimi na vodstvenih položajih, ki jo je naročil ResumeBuilder.com, je 60 odstotkov anketirancev potrdilo, da se zanašajo na UI pri sprejemanju odločitev o neposrednih podrejenih, vključno

s poviški, napredovanji, odpuščanji in odpovedmi. Medtem ko jih večina umetno inteligenco uporablja zgolj kot orodje za pomoč pri teh odločitvah, jih je 20 odstotkov priznalo, da pogosto (ali celo ves čas) pustijo umetni inteligenci, da sprejema odločitve brez človeškega posredovanja. Si sploh predstavljate, kakšne posledice ima lahko takšno nekritično zaupanje?

V Sloveniji se velika podjetja, ki imajo strokovnjake in vire, nevarnosti sive umetne inteligence zavedajo in umetno inteligenco uvajajo strukturirano, z mislijo na varnost. V manjših in srednjih podjetjih pa pogosto prevladuje navdušeno eksperimentiranje, kar pomeni, da zaposleni orodja uporabljajo brez jasnih pravil in nadzora. To pa je nevarno. Po raziskavi KPMG je 48 odstotkov zaposlenih v slovenskih podjetjih priznalo, da so umetno inteligenco pri svojem delu uporabljali na neprimeren način, 60 odstotkov teh uporabnikov pa je zato naredilo tudi napake.

»Umetna inteligenca v podjetju ne sme postati divji zahod,« je neposreden Štefančič. »Potreben je jaseen, a pragmatičen okvir, ključno pa je upravljanje (governance). Smiselno je, da se podjetje ne loteva vsega naenkrat, temveč najprej obvlada primere uporabe, ki so

60 % vprašanih na vodilnih položajih priznava, da se zanašajo na umetno inteligenco pri sprejemanju odločitev o svojih podrejenih, vključno s poviški, napredovanji in odpuščanji.

48 % zaposlenih v slovenskih podjetjih je priznalo, da so umetno inteligenco pri svojem delu uporabljali na neprimeren način, **60 %** teh uporabnikov pa je zato naredilo tudi napake.

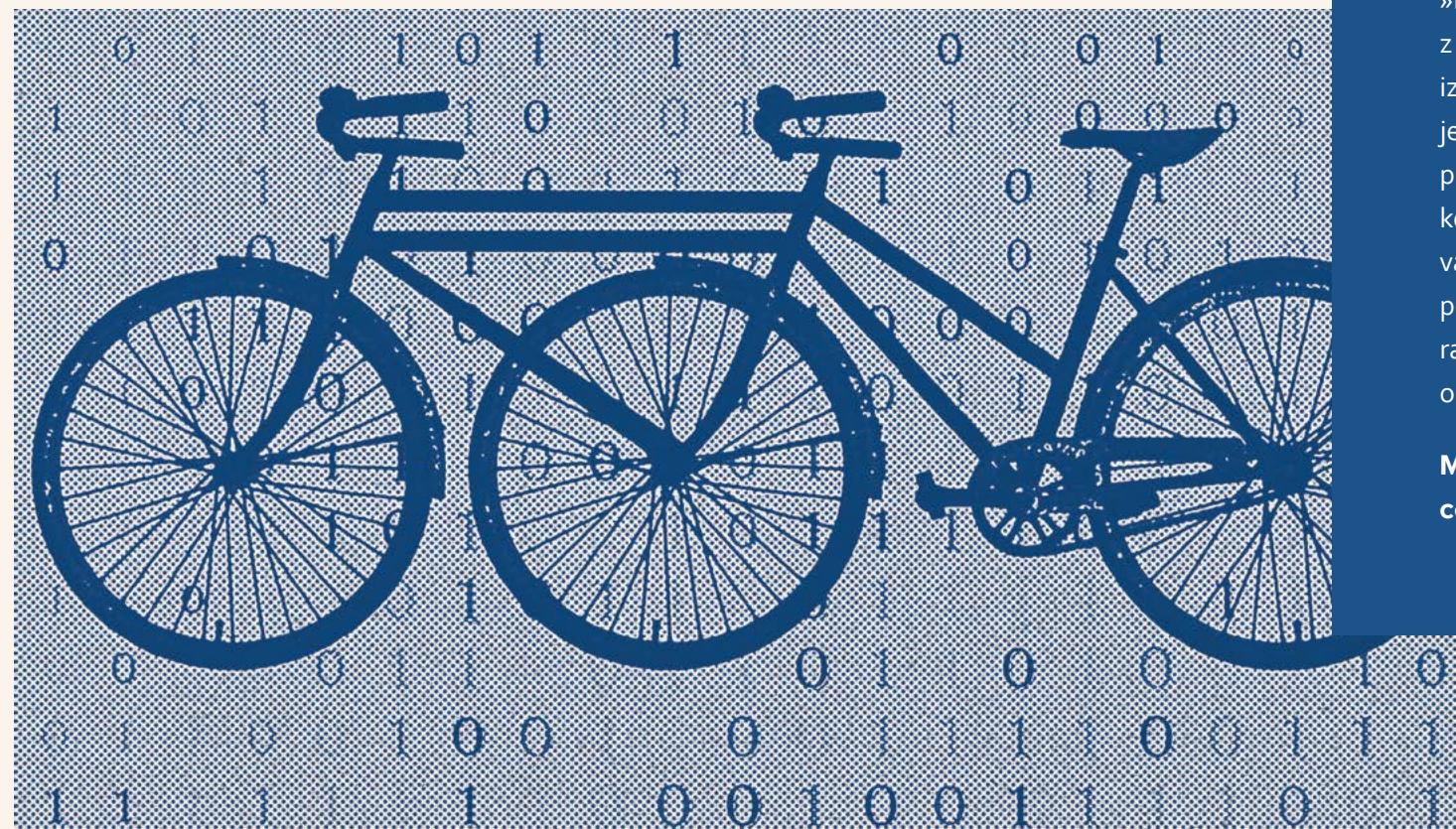
najpomembnejši in najbolj tvegani. Upravljanje naj raste s hitrostjo razvoja umetne inteligence v organizaciji in naj se naslanja na obstoječe mehanizme, ki jih podjetje že pozna – od podatkovne strategije do korporativnega nadzora in revizije. V praksi to ni naloga enega oddelka, temveč ekipnega dela: IT skrbi za tehnologijo, pravna služba za skladnost, kadrovska za izobraževanje zaposlenih, vodstvo pa za strateške usmeritve. Dobro delujoč model upravljanja temelji na treh gradnikih: operativnem modelu, politikah in nadzornih mehanizmi. Brez teh varovalk se umetna inteligenca iz pospeška produktivnosti hitro lahko spremeni v vir tveganj in razočaranj,« še doda sogovornik.

Ravno zato, da se to ne bi zgodilo, zdaj nastaja Kompetenčni center za umetno inteligenco (KCUI), nacionalni projekt Ministrstva za digitalno preobrazbo, ki ga pod vodstvom GZS soustvarjajo gospodarstvo, raziskovalne ustanove, univerze in javna uprava. Cilj KCUI je podjetjem ponuditi praktično podporo, znanje in orodja, s katerimi lahko umetno inteligenco uvajajo varno, učinkovito in z zaupanjem. ●

Kako naj podjetje ukrepa?

1. Vzpostavitev jasnih pravil in smernic za uporabo.
2. Določitev dovoljenih orodij in načinov uporabe.
3. Izobraževanje zaposlenih.
4. Nadzor.

68 % zaposlenih uporablja brezplačne različice generativne UI, **57 %** teh uporabnikov pa v tovrstna orodja vnaša tudi občutljive podatke.



»Rešitev ni v tem, da podjetja zasujemo z regulativo, dodatnimi stroški in obveznimi izobraževanji. Prava pot je drugačna: pokazati je treba, kako lahko umetna inteligenca pomaga pri vsakodnevnih opravilih, kje prinaša konkretne koristi in kako jo z enostavnimi pravili uporabljati varno. To pomeni pilotne projekte, ki hitro pokažejo rezultate, praktične smernice, ki jih razume vsak zaposleni, ter partnerstva, ki gradijo občutek varnosti in zaupanja.«

Marko Štefančič, direktor Kompetenčnega centra za umetno inteligenco (KCUI)

» Podjetja, ki jih poganja UI, rastejo za 50 odstotkov hitreje kot konkurenca «

Vsako resno podjetje bi moralo vpeljati umetno inteligenco v svoje poslovanje, sicer ga bodo drugi neogibno prehiteli po desni, pravi naš sogovornik **Darko Butina.**

Piše: Anja Leskovar Foto: Miran Juršič

01 V podjetništvu je veliko modnih muh, ki ustvarijo več hrupa kot koristi. Kako vemo, da umetna inteligenca (UI) ni ena izmed njih, podobno kot tudi ni bil internet stvari (IoT)?

UI se razvija že zelo dolgo, se nam je pa pred tremi leti zgodil ChatGPT. Nenadoma so se vsi začeli zavedati, kako razvita je tehnologija velikih jezikovnih modelov (LLM). To je bila prelomna točka, saj ima UI ogromno posledic pri poslovanju, pri tem, kako ljudje delamo, živimo, s čim se ukvarjamo in identificiramo. Industrijske revolucije pač povzročijo tudi spremembe v družbi. Po prvi revoluciji z masovno proizvodnjo so denimo ženske vstopile v delovno silo, preoblikoval se je koncept družine, zgodila se je močna urbanizacija. Druga, telekomunikacijska revolucija je povzročila pošiljanje sporočil na dolge razdalje in družba je postala bistveno bolj povezana. Tretja revolucija je z digitalizacijo prinesla nesluten razvoj, družba se je popolnoma spremenila, tako mirnega obdobja človeštva nismo imeli že dolgo. Četrta industrijska revolucija zato zame ni pametna industrija, saj je IoT le dodatni element digitalizacije, ampak je po mojem mnenju to vpeljava UI, ki poslovanje obrača povsem na glavo.

02 Govorite o svoji napovedi izpred nekaj let, da bo srednji menedžment zaradi UI počasi začel izginjati iz podjetij?

Natančno to. In ta moja napoved se že izkazuje za pravilno. To ni več fikcija, ampak so ta trend kot dejstvo pokazale raziskave Gartner Consultinga, Boston Consulting Groupa idr. Govorim o svojem konceptu strateškega razvoja, ki temelji na UI in omogoča, da en poslovodja vodi ekipo tisočih ali deset tisočih ljudi. Tako ostanejo samo tisti, ki delajo s strankami, in poslovodje, ki se kontinuirano ukvarjajo s strategijo ter določajo, v katero smer bo šla.

03 In kaj je prednost sistema brez srednjega menedžmenta: agilnost, gibko delovanje?

Tudi, predvsem pa popolna usmerjenost na stranko. Raziskave napovedujejo, da bo zaradi UI do konca leta 2026 kar 20 odstotkov največjih petstotih podjetij v ZDA zmanjšalo število ljudi v srednjem menedžmentu za več kot 50 odstotkov. Ne pogovarjamo se o tem, ali bi to lahko bila prihodnost, ampak se to že dogaja.



Darko Butina je izjemno izkušen strateg in strokovnjak za umetno inteligenco v poslovanju. Je podjetnik (bil je direktor in član uprave v številnih tujih in domačih podjetjih), svetovalec ter mislec (nekateri mu pravijo celo vizionar) na področju podjetništva, ki ga poganja umetna inteligenca (AI powered podjetja). S platformo Reliabl.it in s pristopom AI Powered Leader v okviru podjetja BUDS svetuje številnim podjetjem ter jim strateško in celovito pomaga na poti v svet rabe umetne inteligence v podjetništvu. Je avtor dveh odmevnih knjig, Management in AI Powered World (2023) ter AI Powered Leader (2025).

04 Torej se zaposleni zaradi pohoda UI upravičeno počutimo ogrožene.

Ja in ne. Močno verjamem, da mora podjetje rasti, sicer pač ni uspešno in je samo vprašanje časa, kdaj bo propadlo. Če UI omogoča rast, je treba sprejeti odločitev, kako boš rast izvajal, in delno je lahko odgovor tudi UI. Ampak odločevalci smo na koncu še vedno ljudje, zato menim, da se bo veliko vlog zaposlenih transformiralo v odnos s strankami, oblikovali se bodo drugačni tipi zaposlitev. Če greš skozi transformacijo, v kateri vpelješ UI v poslovanje, imaš dve možnosti. Lahko zmanjšaš število zaposlenih in začneš na novo zaposlovati ali pa ljudi, ki vedo, s čim se ukvarjaš, pelješ s seboj po tej poti. A to neizogibno pomeni, da morajo biti ti ljudje odprti za spremembo, vedeti morajo, kako se bo treba spremeniti in kaj pričakuješ od njih, saj s transformacijo nedvomno zarežeš v obstoječe načine dela. Toda v vsaki transformaciji potrebuješ ljudi, morda ne vseh, a jih potrebuješ.

Zaradi UI bo do konca leta 2026 kar 20 odstotkov največjih petstotih podjetij v ZDA zmanjšalo število ljudi v srednjem menedžmentu za več kot 50 odstotkov.

05 Vseeno pa je cilj vpeljave UI uspešnost podjetij, kajne?

Tudi. Podjetja, ki jih poganja UI, rastejo za 50 odstotkov hitreje kot njihova konkurenca in so bolj donosna. To so ogromni in zelo hitri preskoki. Moji izračuni kažejo, da je podjetje, ki ga poganja UI, sposobno ustvarjati dva- do trikrat več prostega finančnega toka kot primerljivo podjetje v isti panogi, ki ga ne poganja UI. Tako ima več denarja za investicije, oglaševanje in pridobivanje kadrov. S tem se začne krog rasti, ki se samo še širi, in to tako hitro, da konkurenca ne more slediti. Vprašanje ni, ali bomo UI uporabljali, ampak kdo bo to znal bolje.

06 Kdaj ste začutili, da je klasičnemu upravljanju podjetij odklenalo?

Premiki so se v resnici začeli dogajati že pred desetimi ali dvajsetimi leti z digitalizacijo. Sodobni menedžer mora biti odprt, razumeti mora tehnologije in biti stalno pripravljen spreminjati stvari. To menedžerji v ZDA počnejo bolje kot v Sloveniji in Evropi, zato stopicljamo za njimi. Njihova mentaliteta je morda nekoliko drugačna, hitreje se odločajo, a v ZDA so spoznali, da se morajo spreminjati v vsakem kvartalu, da se morajo vedno znova hitro reorganizirati. V dobi UI je to še bolj ključno. UI spreminja toliko stvari tako hitro, da si ne moreš privoščiti biti pri miru. Ko začneš vpeljevati UI v poslovanje, ne smeš odnehati. To ni zgodba enkratne implementacije in posledičnega miru, niti slučajno, s tem se je treba nenehno ukvarjati.

07 Je to vaš koncept Compleximplicity, po katerem se strategije menedžmenta poenostavljajo, a vodenje na nekaterih področjih postaja vse kompleksnejše?

Natančno to. UI sicer povečuje kompleksnost upravljanja, hkrati pa njena orodja omogočajo veliko optimizacij. Center vodenja mora postati strategija, kar naj bi ta po menedžerski znanosti sicer bila, a v praksi podjetja v Sloveniji in širši Evropi strategijo enkrat sprejmejo in jo nekaj let pustijo pri miru. V tem času je ne spreminjajo, ampak prilagajajo le finančne načrte. Po nekaj letih od sprejetja strategije tako ta govori eno, številke pa nekaj drugega. Pri nas začnejo podjetja šele takrat razmišljati o spremembi strategije. Te torej ne uporabljajo kot orodje za vodenje, kar pa je velika napaka.

08 V tem procesu se morajo potem transformirati predvsem vodje. Se tega pogleda lahko naučimo?

Seveda. Sam pri tem svetujem večinoma izključno najvišjemu menedžmentu. Marsikje v svetu, denimo v Švici, kjer imajo podobne izzive kot v Sloveniji, se vodje zavedajo, da so, če je njihovo glavno vprašanje, katero podjetje je že naredilo takšno transformacijo, že v zaostanku.

09 Kako se torej lotiti implementacije UI v poslovanje?

Vseobsegajoče. MIT-ova raziskava kaže, da 95 odstotkov pilotnih implementacij UI ne uspe, pri čemer razlog ni v tehnologiji, temveč predvsem v napačnem pristopu podjetij. Ni dovolj, da podjetja tehnologijo razumejo le kot orodje, ki ga implementiraš in uporabljaš, ampak jo morajo dojemati kot sredstvo za transformacijo poslovanja, kar pa ni preprosto. A če hočejo podjetja, ki UI še ne vpeljujejo v svoje poslovanje, jutri še obstajati, se bodo morala transformirati.

Najverjetneje UI ne bodo uporabljala kot nekaj osrednjega, ampak jo bodo vključila v vse vidike strategije. Če kot direktor razumeš, kakšne implikacije ima lahko tehnologija za podjetje, trg in poslovanje, potem pa v tej luči razmišljaš o strategiji, se spremenijo tvoje ambicije. Lahko so te popolnoma drugačne, kot so bile včeraj, morda se pokaže, da jih boš moral doseči na drugačen način in z drugimi sredstvi. A le tako lahko začneš preoblikovati procese v podjetju,

ki jih izvajaš z orodji, za katera morda za nekatere reči ne potrebuješ ljudi, za druge pa jih potrebuješ več.

Razlikovati je treba med orodji za osebno rabo, s katerimi si vsak lahko nekoliko olajša delo ali pa ga zaradi UI opravi bolje, in orodji, ki so namenjena preoblikovanju podjetja in optimizaciji procesov. V teh dveh rabah se skriva več kot 60 odstotkov dodane vrednosti zaradi uporabe UI. Vsakemu podjetju ni treba razvijati lastnih UI-aplikacij, za večino je že dovolj, če svoje procese optimizirajo s pomočjo obstoječih orodij UI.

10 Kaj pa zanesljivost UI, ki je pri vpeljavi v podjetja ključna?

Večje razlike med UI, ki jo uporabljamo laiki, in UI, ki jo uporabljamo v podjetjih, ni. Glede zanesljivosti so raziskave na primer pokazale, da zdravniki v povprečju postavijo 70 odstotkov pravih diagnoz. UI je ob podobnovrstnih vhodnih podatkih 97-odstotno zanesljiva; to so lanski rezultati testov. In natančnost orodij LLM se še povečuje.

11 Kje pa je točka preloma, ko UI ne bo več možnost, ampak nuja za preživetje podjetij?

Mislím, da bo to prej kot v dveh letih. Podjetja se že danes intenzivno spreminjajo in prilagajajo, to pa bo imelo posledice za vse, tudi če se danes prepričujemo, da jih morda ne bo. Seveda podjetja, ki so do zdaj dobro poslovala, ne bodo propadla, jih bo pa nekdo prej ali slej prehitel po desni.

12 Pa mora biti transformacija podjetja dramatična, »all in«, ali je lahko postopna?

Ni enoznačnega odgovora. UI predstavlja veliko spremembo za tistega, ki bo v neki panogi prvi. Ta bo zagotovo pobral večino finančnih koristi. Če si spremembi zares zavezan, moraš vedno iti od vrha, od vodstva navzdol, transformacija poslovanja z UI od spodaj navzgor pri klasičnih podjetjih ne deluje. Zato je ključno, da se vodstvo odloči, da bo spremenilo vse, kar je treba, torej gre »all in«, potem pa to po smiselnih korakih tudi dela. Spremembe so postopne, stotih procesov ne moreš spremeniti istočasno. Ni pa smiselno,

da si rečeš: eno zadevo spremenim, pa bom videl, kaj bo. Raziskave kažejo, da to ne deluje.

13 Kakšna pa so etično-pravna vprašanja oziroma izzivi pri vpeljavi UI?

Lastniki posla smo ljudje; če sem se jaz odločil za rabo UI, sem za to tudi odgovoren. To je vse. Večina podjetij tako ali tako uporablja orodja, ki delujejo v okvirih etike in prava, tudi zakonodaja gre v to smer. Zagotovo mora biti etična uporaba osnova, menim celo, da bo v prihodnosti, ko bodo vsa podjetja uporabljala UI v svojem poslovanju, etičnost tudi komparativna prednost za podjetja.

14 In kje so slovenska podjetja? Imajo osnove za vpeljavo UI?

Mislím, da jih imajo, ker so vsa do neke mere digitalizirana in lahko izboljšajo že osnovne procese. Sam se ukvarjam predvsem s celostno transformacijo poslovanja: najprej pomagamo podjetjem hitro nadgraditi njihovo strategijo, zatem pa identificiramo konkretni postopen načrt implementacije UI in stvari se lahko začnejo hitro premikati. Naš pristop vključuje tudi določitev prioritet, ki služijo temu, da se učinki vidijo relativno hitro, da lahko ljudi hitro vpelješ v spremembe na skoraj neboleč način in da zaposleni razumejo, kako bo prispevek k poslovanju vplival tudi nanje.

Kaj bo naslednji korak?

15 Ko (in ne če!) bo ves svet poganjala UI, to ne bo več prednost, ampak standard. Takrat bodo skladnost, etičnost in odnos s strankami pozitivni diferenciatorji. Pokazalo se bo tudi, kdo je sposoben UI bolje in hitreje uporabljati. Razvoj se bo dogajal še precej časa, niti slučajno še nismo dosegli vrha. Orodja UI postajajo vsak mesec bistveno boljša. Če danes uporabljamo eno rešitev, jo bom v enem letu gotovo zamenjal za nekaj boljšega. Kako hitro je podjetje sposobno identificirati nujne spremembe in jih tudi vpeljati, bo zagotovo diferenciator, hkrati pa bo podjetja med seboj ločevalo tudi to, kako dobro bodo upravljala orodja, torej kako se bodo zavedala, da spreminjajoča se orodja potrebujejo vse kakovostnejše podatke. ●



Ctrl+alt +learn

Piše: Urška Henigman

Veste, kaj je ključ do preživetja podjetij v dobi umetne inteligence?

UI

je sposobna učinkovito avtomatizirati številne rutinske procese, na primer obdelavo podatkov, osnovno podporo strankam ali upravljanje zalog. Prav tako lahko hitreje kot človek opravi vse več kognitivnih nalog, kot so interpretacija podatkov, prevajanje ali ustvarjanje kreativnih vsebin. S tem se spreminjajo tudi vloge in naloge zaposlenih, ki pa ravnanja z umetno inteligenco praviloma še niso dovolj veščiči.

Kaj storiti?

Po nekaterih ocenah je delež zaposlenih, ki so dovolj kompetentni za delo z umetno inteligenco, trenutno manj kot 0,5 odstotka. Po poročilu Evropske komisije iz leta 2021 pa kar okoli 40 odstotkov delodajalcev ne najde ustrezno usposobljenih delavcev. Iz tega sledi logičen sklep, da morajo podjetja sama prekvalificirati zaposlene. Povedano drugače, izvesti morajo tako imenovani reskilling. S tem podjetja usposobijo zaposlene, da pridobijo nove veščine in znanja, ki jih potrebujejo za opravljanje drugačnih delovnih nalog, predvsem tistih, povezanih z novimi tehnologijami ali spremembami v poslovnih procesih.

Poglejmo primer iz bančne prakse: digitalizacija poslovanja zmanjšuje potrebo po klasičnih bančnih uslužbencih pri okencih, zato banke svoje zaposlene prekvalificirajo v svetovalce za digitalne storitve ali v analitike podatkov. Ti pomagajo strankam pri uporabi mobilnih aplikacij, spremljajo transakcije in zaznavajo goljufije. Banka tako obdrži ljudi, ki poznajo bančne procese in stranke, hkrati pa jim dodeli nove (digitalne) naloge.

Reskilling zahteva kontinuiteto

Dejstvo je, da se je skorajda vseh delovnih mest umetna inteligenca vsaj nekoliko dotaknila. Nekatera se bodo zaradi tega zelo spremenila, druga bodo izginila, zpet tretja pa se bodo pojavila na novo.

46 % podjetij že začenja izvajati programe reskillinga, da bi se tako prilagodila vplivu umetne inteligence.

»Čaka nas transformacija vseh delovnih procesov in delovnih mest,« pravi izr. prof. dr. Valentina Franca s Fakultete za upravo Univerze v Ljubljani in dodaja: »Reskilling je nujen, če hoče podjetje obstati na trgu.« Pri tem opozarja, da reskilling ne pomeni, da podjetje pošlje zaposlenega na eno ali dve izobraževanji, nato pa nanj pozabi. »Reskilling zahteva kontinuiteto. Podjetja morajo vedeti, kaj želijo z njim doseči, temu primerno izdelati strateški načrt usposabljanj, ovrednotiti njihov vpliv in jih sproti prilagajati razmeram. Pri tem morajo biti fleksibilni vsi – podjetja in zaposleni. Umetna inteligenca temeljno ruši naše dosedanje razumevanje dela. Če malo potenciram, lahko rečem, da naša znanja dnevno zastarajo in da se bo neprestano spreminjalo, kaj in kako bomo delali, zato mora reskilling postati del našega vsakdanjika.«

Kot piše Forbes, kar 46 odstotkov podjetij že začenja izvajati programe reskillinga, da bi se tako



Reskilling vs. upskilling

Reskilling je proces ponovnega usposabljanja zaposlenih, da pridobijo nove veščine ali znanja, potrebna za opravljanje drugačnih ali razvijajočih se delovnih nalog, ki so pogosto povezane z novimi tehnologijami ali spremembami v poslovnih procesih. V nasprotju s tako imenovanim upskillingom, ki se osredotoča na izboljšanje obstoječih veščin za trenutno vlogo, reskilling pripravlja zaposlene za povsem nove vloge ali naloge, ki jih prinašajo tehnološke spremembe, kot je umetna inteligenca.



prilagodila vplivu umetne inteligence. Velika globalna podjetja, kot sta na primer Amazon in Microsoft, vzpostavljajo lastne akademije, Amazon pa napoveduje, da bo letos za delo z umetno inteligenco in drugimi tehnologijami usposobljenih okoli sto tisoč njegovih uslužbencev. Druga podjetja pri usposabljanju zaposlenih sodelujejo z izobraževalnimi institucijami, univerzami ali platformami, kot sta Coursera in Udemy. A pomemben del prekvalifikacije je tudi učenje pri konkretnih projektih, ko zaposleni orodja umetne inteligence uporabljajo neposredno pri delu. Tako pridobivajo praktično znanje, pa tudi samozavest.

Do 59 % zaposlenih bo do leta 2030 potrebovalo znatno prekvalifikacijo.

Izzivi v domačih podjetjih

»V Sloveniji imajo programe neprestanega izobraževanja predvsem velika podjetja, zlasti tista, ki so del multinacionalk. Veliko znanja in dobrih praks namreč dobijo z glavnega sedeža, hkrati pa imajo za njihovo vpeljavo dovolj kadra in finančnih sredstev. Večji problem predstavlja manjša in srednje velika podjetja, ki te podpore nimajo,« pravi izr. prof. dr. Valentina Franca. Pri uvajanju reskillinga v slovenska podjetja vidi predvsem dva izziva: »Prvi je, da marsikatero podjetje nanj še vedno gleda zgolj kot na strošek, kar me zelo žalosti. Usposabljanja in izobraževanja seveda so strošek, a če podjetja tega stroška ne bodo razumela kot naložbo, ne bodo preživela. Do zdaj se je to še nekako dalo, sedaj pa bo tega konec. Drugi izziv je, kako pripraviti zaposlene, da bodo odprti za neprestano učenje. Sprejeti morajo namreč dejstvo, da se bo njihovo delo stalno spreminjalo in da se bodo temu morali prilagoditi.«

Kako pravilno izvajati reskilling?

- 1. Ocena potreb**
Podjetje mora redno preverjati, katere kompetence bodo v prihodnje potrebne zaradi tehnoloških ali poslovnih sprememb, ter razmisliti, katere naloge je še mogoče avtomatizirati in kako bo to vplivalo na delo zaposlenih.
- 2. Povezava s strategijo podjetja**
Načrt prekvalificiranja mora biti del strategije (digitalne preobrazbe) podjetja. Če z njo ni usklajen, ne bo učinkovit.
- 3. Razvijanje programov učenja**
Za usposabljanja lahko podjetje uporabi različne oblike: spletne tečaje, mentorstva, učenje skozi delo ali partnerstva z izobraževalnimi institucijami. Pomembno je, da je prekvalifikacija prilagojena posameznikom – njihovem delu, obstoječim kompetencam in zanimanjem.
- 4. Spodbujanje kulture stalnega učenja**
Podjetja naj spodbujajo radovednost in proaktivnost ter dopuščajo napake pri učenju. Ključno vlogo pri tem imajo neposredni vodje s svojim zgledom.
- 5. Merjenje uspeha in prilagajanje**
Določiti je treba merila uspešnosti (npr. koliko ljudi se je prekvalificiralo, koliko jih je prevzelo nove vloge, izboljšanje produktivnosti, zmanjšanje stroškov z zunanjimi kadri ipd.), redno preverjati učinkovitost programa ter ga sprti prilagajati tehnološkim in tržnim spremembam.

Glede na hitrost razvoja umetne inteligence se bo potreba po reskillingu v prihodnosti še povečevala. Po podatkih Svetovnega gospodarskega foruma bo do leta 2030 znatno prekvalifikacijo potrebovalo kar 59 odstotkov zaposlenih. Znanje uporabe umetne inteligence namreč postaja nova računalniška pismenost. Tako kot je bilo v devetdesetih letih samoumevno, da zna vsakdo delati z Wordom in Excelom, bo kmalu pričakovano obvladovanje orodij umetne inteligence.

Reskilling je torej več kot le odziv na avtomatizacijo – je strateška naložba v prihodnost. Podjetja, ki se bodo reskillinga lotila pravočasno in premišljeno, bodo zagotovo bolje kos prihodnjim izzivom in priložnostim umetne inteligence, privlačnejša za zaposlene in s tem bolj konkurenčna na trgu. ●



Kako pa vi uporabljate UI?

Piše: Urška Henigman

Tibor Šimonka,

glavni podpredsednik, Skupina SIJ

V naši poslovni skupini aktivno uporabljamo napredna digitalna orodja, zlasti na področju proizvodnje jekla, kjer tudi tehnologije UI prispevajo k optimizaciji procesov in večji učinkovitosti. Sam UI uporabljam predvsem kot podporno orodje pri pripravi vsebinskih sintez in pri različnih analizah dogajanja v jeklarski panogi. Prav tako mi pomaga, da hitreje razumem javna mnenja in stališča, saj jo uporabljam za pripravo kratkih povzetkov izbranih informacij. Kot uporabnik, ki UI še vedno spoznava in jo vključuje postopoma, vidim njen velik potencial za nadaljnjo uporabo v strateškem odločanju in komunikaciji.

Foto: Urban Štebljaj



Estera Brajak,

direktorica, Medius

Naša strast je reševanje najzahtevnejših izzivov z razvojem platform za dinamične elektronske poslovne procese, aplikacij strojnega učenja in rešitev v oblaku. Pri tem uporabljamo najsodobnejše tehnologije, kot so podatkovna jezera, odprti API-ji in kontejnerizacija, s katerimi zagotavljamo učinkovite, varne in transparentne javne storitve. Ravno kar smo prejeli nagrado za najboljši inovativni projekt Leonardo Innovation of Energy, ki s pomočjo UI pretvarja vremenski kaos v natančne energetske napovedi.

V zadnjih letih je z razvojem generičnih jezikovnih modelov UI dobila vseprisoten družbeni pomen. Pri tem je treba ločiti uporabo in koristi UI v realnem sektorju, ki temeljijo na verodostojnih podatkih ter znanstveno in strokovno potrjenih algoritmi, od uporabe modelov UI, ki temeljijo na obsežnih jezikovnih modelih – kot so orodja ChatGPT, Gemini in DeepSeek – in jih uporabljamo v vsakdanjem življenju. Pri teh orodjih se mora človek vedno vprašati o verodostojnosti, iskrenosti in natančnosti njihovih odgovorov, saj so ti modeli zasnovani na vseh mogočih dostopnih podatkih z interneta in iz digitalnih arhivov, ki niso nujno preverjeni ali resnični.

Foto: Barbara Reya

»Pri teh orodjih se mora človek vedno vprašati o verodostojnosti, iskrenosti in natančnosti njihovih odgovorov.«

Milan Kuster,

direktor, i-Vent

Pri svojem delu UI ne uporabljam. Ne vidim nobenih koristi, vidim pa veliko nevarnost, da tovrstni pripomočki nadomestijo občutek za posel in sposobnost zdrave presoje pri pomembnih odločitvah. Poslovanje podjetja je kompleksen proces, v katerem je neprestano treba iskati ravnotežje med logiko in občutkom. UI tega enostavno ne zmore in upam, da nisem edini, ki razmišlja tako.



Mag. David Visenjak,

podpredsednik za prodajo

in marketing, Skupina Perutnina Ptuj

Uporabljam različna orodja UI, najpogosteje ChatGPT, ki mi olajša delo, pa tudi Google Gemini in včasih Claude, predvsem za preverjanje in dodatne perspektive, da dobim celovito sliko. Trenutno s kolegi raziskujemo možnosti implementacije specifičnih, custom-made modelov, ki bi bili natrenirani na naših internih podatkih za bolj poglobljeno analizo vedenja kupcev in trga perutnine. Orodja UI uporabljam za tri ključne stvari: analizo trga ter preverjanje in optimizacijo marketinških konceptov. Na primer, ko pripravljamo lansiranje novega izdelka, UI bistveno skrajša čas pri analizi trendov, saj omogoča hitro pregledovanje ogromnih količin podatkov o preferencah potrošnikov, cenovnih strategijah konkurentov in učinkovitosti naših prejšnjih kampanj, ter pri strukturiranju kompleksnih načrtov oziroma analitičnih podlag. Kar je prej zahtevalo več ur zavzetega dela celotne ekipe, lahko sedaj – z dobro zasnovanim promptom, ki upošteva specifične živilskega sektorja – opravimo v nekaj minutah in se potem hitreje posvetimo strateškim odločitvam. Ta orodja so spremenila moj delovni dan iz reaktivnega v proaktivnega. Sedaj lahko veliko več časa namenjam strateškemu razmišljanju in vodstvenim odločitvam. Ker so rutinske naloge moje ekipe avtomatizirane, imamo več časa za ključne sestanke s partnerji, obiske trgovin ali razvijanje dolgoročnih marketinških strategij za blagovne znamke Perutnine Ptuj. Pri tem seveda ostaja ključna človeška presoja. UI je odlična partnerica, a končno odločitev o strategiji vedno sprejme ekipa, ki pozna naš DNK, našega potrošnika in realnost polic v trgovinah. Povedano drugače: UI pospeši proces, a ekspertiza ljudi zagotavlja kakovost in odgovornost končne odločitve.



Tina Novak Kač,

partnerka, Competo

Redno uporabljam napredno verzijo ChatGPT-ja in njegove algoritme, tako pri delu kot zasebno. Pri delu mi pomaga pripraviti zahtevnejše analize prodajne politike, pisati poročila ter iskati najboljše načine za predstavitev podatkov in ugotovitev. Poleg tega ga uporabljam za analitiko, iskanje po bazah, pregled raziskav in dokumentov. Uporabljam pa tudi orodja (Soniox) za pretvorbo govora v besedilo, ki mi olajšajo zapisovanje misli in povzetrov sestankov. Z uporabo UI sem pri delu bistveno bolj učinkovita, a to je le del koristi. V Competu se namreč aktivno ukvarjamo s tem, kako UI spreminja načine in procese dela, tako naše lastne kot tudi pri naših strankah. Želimo biti partnerji, ki svetujejo, kako UI čim bolj uporabiti na kadrovskem področju.

»Pri delu mi pomaga pripraviti zahtevnejše analize prodajne politike.«

Foto: Barbara Reya



Nevidni motor preobrazbe mobilnosti

Piše: Jak Vrečar

Od pametnih vozil do načrtovanja mest: umetna inteligenca na novo piše pravila mobilnosti.

T

ihovo jutro na mestnih ulicah. Kljub rahlemu dežju ni posebne gneče, po mokrem asfaltu se eleganten avtomobil tiho premika proti poslovni stavbi. Potnik na zadnjem sedežu na zaslonu, integriranem v naslonjalo za roke, mirno pregleduje dokumente za prvi sestanek. Nežen glas iz ozadja mu bere dnevni urnik in ga nato obvesti, da je vožnja končana. Vrata se odprejo, potnik izstopi in se refleksno obrne proti voznikovemu sedežu. Zahvala za prijetno vožnjo obvisi nekje v zraku – vozilo namreč vozi samo.

To ni več prizor iz znanstveno-fantastičnega filma. Samovozeči taksiji že vozijo po ulicah Pekinga, Šanghaja, Vuhana in drugih kitajskih metropol, v delih San Francisca in Los Angelesa ali na Stripu v Las Vegasu. Prihajajo v München, Miami, Dubaj in v vrsto

drugih mest po vsem svetu. Ducati uveljavljenih avtomobilskih proizvajalcev in nepregledna vrsta zagonskih podjetij ne le snujejo, ampak tudi že resno testirajo naslednje korake v popolno avtomobilsko neodvisnost od človeške roke in pogleda.

UI prevzema nadzor

Uveljavitev popolnoma samovozečih vozil v vsakdanjem prometu sicer še zahteva čas, predvsem zaradi regulative, odgovornosti in kompleksnosti mestnih okolij, a inteligentni asistenčni sistemi so že serijsko prisotni. Samodejno zaviranje v sili, ohranjanje položaja na voznem pasu ali prilagodljivi tempomat niso več le dodatna oprema, ampak pričakovani standard.

Sodobna vozila so namreč digitalni organizmi, prežeti z umetno inteligenco. Senzorji, radarji in kamere zbirajo ogromne količine podatkov, ki jih v realnem času obdelujejo napredni algoritmi strojnega učenja. Ti ne zaznavajo le okolice, temveč napovedujejo vedenje drugih udeležencev v prometu in se ustrezno odzivajo. UI je tista, katere naloga je, da razume kontekst – od vremenskih razmer do razpoložena potnika – in ne le vozi, temveč tudi »razmišlja«, se prilagaja in uči.

Promet skozi oči algoritmov

Seveda pa umetna inteligenca ni omejena na posamezne avtomobile. Njen potencial je še neprimerljivo večji, ko se vozila povežejo v inteligentno omrežje in se začne prometna infrastruktura spreminjati v celosten ekosistem. Volkswagnova tehnologija Car2X omogoča, da vozila brezžično izmenjujejo informacije z drugimi udeleženci v prometu in s prometno infrastrukturo, kar izboljšuje varnost in zmanjšuje zastoje. Sistem v realnem času deli z drugimi vozili opozorila na nevarnosti, kot so nesreče, okvare ali vožnja interventnih vozil, tudi ko teh situacij posamezno vozilo še ne more neposredno (pred)videti. Volkswagnova tehnologija Car2X se ujema s pilotnim projektom v Ann Arborju (ZDA), kjer komunikacija V2X (vehicle-to-everything) zmanjšuje verjetnost trkov za več kot 20 odstotkov.

Urbana mobilnost bo postala ekosistem, v katerem se bodo podatki o gibanju ljudi, porabi elektrike in stanju cest združevali v eno logiko – logiko učinkovitosti.

V zibelki koncerna Volkswagen v Wolfsburgu deluje tudi pilotni center za urbano mobilnost. Tam UI analizira prometne vzorce, podatke o avtomobilskem transportu in javnih prevozih, vremenu ter dogodkih v mestu. Preden se na stadionu začne nogometna tekma, sistem vnaprej optimizira prometne tokove v bližini, spremeni frekvenco na semaforjih in preusmeri del avtobusov na alternativne linije (ter o tem pravočasno v aplikaciji obvesti tudi potnike). Rezultati so merljivi: v testih, s katerimi tlakujejo pot UI v vsakdanjo redno uporabo, so dosegli tudi do 25 odstotkov hitrejši pretok prometa in zmanjšali število zastojev za 18 odstotkov.

MOIA, tehnološko podjetje skupine Volkswagen, razvija storitve prevoza na zahtevo (ridepooling), s katerimi bi vzpostavila mobilnost nove generacije za prebivalce urbanih območij. UI poskrbi, da so razdalje in čakalni časi optimalni. Podpira tudi koncept mobilnosti kot storitve (MaaS), pri čemer MOIA združuje električne prevoze z javnim prometom, kolesi in skuterji. Algoritmi v realnem času predlagajo optimalne poti, personalizirane glede na navade uporabnika, kot so priljubljene trase ali glasbeni okus v infozabavnem sistemu. Vsaka vožnja, sleherni potnik, vsaka ulica postanejo del algoritma, ki ga UI ves čas izpopolnjuje.

Sodobna vozila so digitalni organizmi, prežeti z umetno inteligenco. Njen potencial pa je še neprimerljivo večji, ko se vozila povežejo v inteligentno omrežje in se začne prometna infrastruktura spreminjati v celosten ekosistem.

Mesta, ki razmišljajo

S prestopom umetne inteligence iz vozil v mesta se razvija nova raven mobilnosti. Koncern Volkswagen v strategiji Vision 2030 to strukturira kot ekosistem, v katerem so vozila, infrastruktura in energija povezani v enoten inteligenten tok. Tipičen primer je Audijevo vozilo, parkirano na domači polnilnici v Ingolstadt. Električni avtomobil dobi avtomatsko informacijo ne le o tem, kdaj je za lastnika polnjenje najcenejše in najbolj trajnostno, ampak črpa energijo tudi skladno s potrebami drugih uporabnikov v okolici, zato da ne pride do preobremenitev. Sistem Elli Smart Charging usklajuje tisoče polnilnic, da se izogne preobremenitvi omrežja, in električno usmerja tja, kjer jo mesto trenutno potrebuje, ne da bi posamezen uporabnik mignil s prstom.

Tudi pametna parkirišča bodo vse pogostejše komunicirala neposredno z vozili. Ko bo voznik zapeljal v središče, bo UI že vnaprej rezervirala prosto mesto, zaračunala parkirnino in predlagala optimalno pot do naslednjega opravka. Volkswagen razvija takšne sisteme v sodelovanju z mesti, v katerih je eden glavnih virov zastojev prav iskanje prostega parkirišča. Hamburg in Barcelona sta že primera in referenčni točki pametne evropske mobilnosti.

Poleg Wolfsburga in Hamburga tudi Singapur uporablja UI za prilaganje delovanja semaforjev v realnem času, kar skrajša potovalne čase in zmanjša emisije ogljikovega dioksida za do 15 odstotkov.

Mobilnost prihodnosti bo povezana, električna, pametna in – upajmo – tudi človeška.

Bo zakonodaja držala korak s tehnologijo?

Smo na točki, ko se zdi, da tehnologija zmora skoraj vse, in zelo hitro bo zmogla še več, saj se razvija z eksponentno hitrostjo. A tu se pojavi vprašanje: ali ji družba sploh sledi?

Ob vsem tehnološkem napredku regulativni okvir v večini držav še vedno temelji na predpostavki, da mora voznik držati volan v svojih rokah. Evropska unija je z Aktom o umetni inteligenci (AI Act) postavila temelje, ki zahtevajo preglednost in nadzor nad visokorizičnimi sistemi, a vprašanja ostajajo: kdo na primer nosi krivdo v nesreči – proizvajalec, kot je denimo Volkswagen, razvijalec UI ali lastnik?

Prav tako morajo algoritmi preprečevati diskriminacijo, na primer v javnem prevozu, ter varovati podatke o lokaciji in zdravju voznika, kar pomeni, da morajo avtomobilski proizvajalci zagotoviti transparentnost pri njihovi uporabi in preprečiti njihovo zlorabo. To je ključno za ohranjanje zaupanja uporabnikov v pametno mobilnost.

Edino pravilno je, da smo pri vprašanju varnosti zadržani in si prizadevamo zagotoviti maksimalno varnostno stopnjo vsem udeležencem v prometu, toda kako hiter je lahko tempo sprememb, da ne bomo obstali na mestu?

Tudi področje varnosti se premika hitreje, kot ga lahko zajame, uredi in razmeji birokracija. Standard ISO 26262 določa smernice za varnost avtomatiziranih vozil ter okvir za zagotavljanje varnosti električnih in elektronskih sistemov v vozilih. Vendar pa, kot smo ugotovili, današnja UI ni več statičen sistem. Uči se, prilagaja, razvija. Kako regulirati nekaj, kar se samo nenehno spreminja? Kje je meja med pomočjo UI in točko, na kateri bi ta povsem prevzela nadzor?

Človek v središču

Imate ob branju že resen glavobol in vas skrbi prihodnost človeške vrste? Zaključimo s (človeško) mislijo: kljub vsemu napredku človek ostaja v središču. Avtomobil brez voznika je fascinanten, a brez človeškega občutka za smisel, izbiro poti, odgovornost je samo stroj. Umetna inteligenca lahko načrtuje, vozi, predvideva. Ne more pa (vsaj za zdaj) razumeti, zakaj

se nekdo po dolgem dnevu v pisarni raje kot za najkrajšo pot domov odloči za postanek na poti, ovinek v naravi, za vdih svežega zraka in zbistritev misli. V idealnem scenariju je zato prihodnost mobilnosti prav sožitje med človekom in tehnologijo. UI skrbi za varnost, učinkovitost in trajnost, človek pa je tisti, ki izbira namen in cilj svoje poti. ●

1.

Avtonomna vožnja

Od asistenčnih sistemov do vozil brez voznika.

2.

Povezljivost

Vozila kot del žive prometne mreže (koncept V2X, vehicle-to-everything).

3.

Načrtovanje prometa

Umetna inteligenca kot orodje za makrooptimizacijo.

4.

Nova mobilnost

UI v vlogi gonila koncepta mobilnosti kot storitve – MaaS (ta je preplet javnega prevoza, deljenih avtomobilov, koles in mikromobilnosti).

5.

Elektrifikacija

in pametno upravljanje energije.



Danes **algoritmi strojnega učenja** in napredne analitike vplivajo na vse ravni mobilnosti: od zasnove vozil in njihovega medsebojnega komuniciranja do upravljanja prometnih tokov in energetskih sistemov.

T-Roc

Piše: Mihael Cajnko



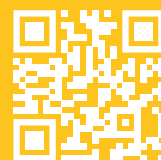
Do **110 kW (150 KM)**
moči pogona eTSI

12,9-palčni
zaslon inovativnega infozabavnega sistema

122 mm
dodatne dolžine za več prostora in udobja

Do **50 m**
avtonomnega parkiranja s spominsko funkcijo

VEČ O
MODELU



Zrelejši, prostornejši in **tehnološko naprednejši** od svojega predhodnika.

Novi Volkswagen T-Roc suvereno prevzema vodilno vlogo med kompaktnimi SUV-i in postavlja nova merila v svojem razredu. Njegova prepoznavna in drzna oblika z osvetljenima logotipoma in novimi matričnimi LED-žarometi takoj pritegne pozornost, medtem ko notranjost navduši s kakovostjo materialov in dovršeno izdelavo. Popolnoma digitalno okolje z 12,9-palčnim zaslonom in opcijskim projekcijskim sistemom zagotavlja vrhunsko vozniško izkušnjo. Blagohibridni pogoni skrbijo za učinkovitost in dinamiko, napredni asistenčni sistemi pa za sproščeno vožnjo v vseh voznih razmerah. ●

Popolna kombinacija odzivnosti in varčnosti

Novi T-Roc ima učinkovit blagohibridni bencinski motor (eTSI). Na voljo sta različici z močjo 85 kilovatov (115 konjskih moči) in 110 kilovatov (150 konjskih moči), ki sta vedno povezani s sedemstopenjskim menjalnikom z dvojno sklopko (DSG).

Progresiven dizajn in samozavestna drža

Videz novega T-Roca zaznamujejo karizmatičen sprednji del z osvetljenim Volkswagnovim logotipom, novi IQ.Light LED matrični žarometi, poudarjene linije in kupejevsko padajoča streha.

Kakovost in prostornost

Armaturna plošča, oblečena v tkanino, mehki in na otip prijetni materiali ter ambientalna osvetlitev ustvarjajo prijetno vzdušje. Povečana medosna razdalja prinaša več prostora za potnike na zadnjih sedežih, prtljažnik pa je s 475 litri med večjimi v segmentu.

Digitalna izkušnja nove generacije

Prijetno digitalno izkušnjo zagotavljajo velik, 12,9-palčni zaslon na dotik, prikazovalnik Digital Cockpit Pro in opcijski projekcijski sistem, ki ključne informacije projicira neposredno v voznikovo vidno polje na vetrobransko steklo.

Napredna asistenca in povezljivost

Sistem Travel Assist omogoča delno avtomatizirano vožnjo z asistirano menjavo voznega pasu na avtocesti. Novi Park Assist Pro si zapomni zadnjih 50 metrov poti in samostojno parkira vozilo.



Kako zdravi ste?

Piše: Mateja Jordan

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

S

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

Bolj zdravi, a ne tudi neproblematični

»Menedžerji so zelo dobro ozaveščeni o zdravem načinu življenja, ustrezno jedo in so običajno tudi dovolj telesno aktivni,« ugotavlja **prof. dr. Metoda Dodič Fikfak**, predstojnica Kliničnega inštituta za medicino dela, prometa in športa. Čeprav je splošno uveljavljeno mnenje drugačno, strokovnjakinja zatrjuje, da je ta skupina ljudi nasploh bolj zdrava od drugih in je po obolenosti ali umrljivosti ne moremo primerjati s splošno populacijo. Po svetovnih lestvicah zdravja so menedžerji zelo visoko, takoj za razvojnimi inženirji, pove sogovornica. Vseeno pa meni, da zdravstvene ogroženosti vodstvenega kadra ne moremo ocenjevati kot povsem neproblematične.

Podobno razmišlja **prof. dr. Marko Noč**, specialist kardiologije, vaskularne in intenzivne medicine. »Osebnostno največje tveganje pri tem poklicu vidim v sedečem, neaktivnem načinu življenja ter nezdravi in neredni prehrani, ki kmalu pripelje do prekomerne telesne teže. Dodatni zelo pomemben dejavnik, ki ogroža zdravje, je tudi morebitno kajenje,« ugotavlja. Menedžerjem, ki pridejo k njemu, zato svetuje redno telesno aktivnost, če je le mogoče, v naravi. Pomembni dejavniki so tudi zdrava in redna prehrana, vzdrževanje idealne telesne teže ter popolna abstinenca od kajenja.

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

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

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



TVEGANJA

časovni pritisk

velika odgovornost

nadurno delo

delo z ljudmi

stres

nenehna visoka stopnja psihičnih obremenitev (pritisk odločanja in omejenega časa)

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

Prof. dr. Marko Noč, UKC



Kaj svetujejo zdravniki?

- redna telesna aktivnost (v naravi)
- zdrava in redna prehrana
- vzdrževanje idealne telesne teže
- popolna abstinenca od kajenja

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

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

Kaj je stres?

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

Prof. dr. Metoda Dodič Fikfak se strinja in meni, da je pri vodstvenih kadrih v veliki meri prisoten pozitiven stres, lahko bi rekli celo izziv. Če kaj res doživljajo kot stres, pa je to pri njih vseeno manj obremenjujoče kot pri kom drugem, je prepričana.

Precej več zdravstvenih težav zlasti ob večjih gospodarskih spremembah oziroma krizah opažajo pri srednjem menedžmentu, ki je v tako imenovani sendvič poziciji. »Tveganje za izgorelost in smrt zaradi infarkta je pri njem večje,« poudarja sogovornica.

Med menedžerji na splošno pa je zagotovo tudi veliko prezentizma, saj ti zaradi obveznosti in (občutka) nenadomestljivosti na delo pogosto hodijo bolni ter se manjkrat kot druge poklicne skupine znajdejo na zdravljenju v bolnišnicah.

»Menedžerji so specifična skupina zaposlenih, ki si zaradi obremenitev pogosto ne vzamejo časa za svoje zdravje, ampak pridejo k zdravniku šele takrat, ko se pojavijo zdravstvene težave,« ugotavlja pri svojem delu dr. Maja Mikša Podobnik. »Pri preventivnih zdravstvenih pregledih je poudarek res na preventivi, preprečevanju in zgodnjem odkrivanju obolenj, da se ohranjata zdravje in kakovostno

življenje. Menedžerski pregledi so vlaganje ne samo v zdravje posameznika, ampak tudi v njegovo družino in prav tako v podjetje,« zatrjuje.

Prof. dr. Marko Noč ob tem vseeno opozarja tudi na potencialno nevarnost menedžerskih pregledov. »Ti so seveda koristni, če upoštevajo značilnosti posameznika, čemur morajo biti podrejene morebitne nadaljnje preiskave. Če medicinska preiskava ni indicirana, je namreč lahko potencialno škodljiva, saj nas privede do slučajnih najdb, ki ne potrebujejo zdravljenja. Iz zdravega človeka tako povsem po nepotrebnem naredimo bolnika,« svari. ●

»Uspeh ni samo denar«

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

V stalnem stresu so tudi tisti, ki so veliko na terenu in ogromno potujejo. Zaradi prevelike komunikacijske obremenitve se skušajo raztresti s pretiranim športom, tabletami in drugimi substancami, nekateri se zatekajo tudi k meditaciji in podobnim praksam. »Imam kolege, ki so po nekaj let užívali litij in še kaj drugega. Ampak o tem se ne govori. Menedžerji prikrivajo svoje zdravstveno stanje, ker si mislijo, da je to nekaj slabega in potem nihče ne bo hotel sodelovati z njimi.«

Dejstvo pa je, da se prej ali slej srečajo s posledicami. Ličen ne pozna človeka iz »težkega menedžmenta« brez zdravstvenih težav. »Premalo se zavedamo, da telo potrebuje ravnovesje, tako kot ga potrebuje življenje samo. Sam sem delal na polno in pozabil na ravnovesje. Rezultati so bili dobri, potem pa sem dobil račun,« se spomni na kolaps, ki ga je sam doživel po letih dela na področju kriznega menedžmenta. »Useka te tam, kjer je telo šibkejše, in zanikanje ne pomaga.«

Kot opaža, danes veliko menedžerjev govori o izgorelosti, pa ne vedo, kaj to v resnici je. »Če hočeš izgoreti, moraš prej goreti. To pomeni, da se tudi pol leta ne spraviš iz postelje. Sam sem enkrat že bil čez mejo, in ko si tam, dejansko padeš dol. To se pozna vse življenje in potem ravnaš čisto drugače,« je odkrit Ličen, ki danes druge uči, kako naj sami kaj spremenijo. Začetek je lahko sama redefinicija uspeha. Ob poslovnem uspehu nekega posameznika ne poznamo cene, ki jo plačuje za to. »Ne vidim veliko poslovno uspešnih ljudi, ki bi imeli urejeno življenje. Vsak je lahko bogat, če izbere denar namesto ljudi,« je prepričan Ličen, ki se sprašuje, koliko je uspešnih direktorjev, ki so hkrati uspešni starši, partnerji, prijatelji ... »Srečen je tisti, ki je v svojem življenju vzpostavil ravnovesje. Če v življenju ni ravnovesja, ga tudi v telesu ne more biti. Kdor ga hoče doseči, pa se mora zavedati, da uspeh ni samo denar.«

»Ne vidim veliko poslovno uspešnih ljudi, ki bi imeli urejeno življenje.«

Dr. Robert Ličen, direktor Podjetniškega centra Pegasus

»Zavedamo se, da je delo, ki ga opravljajo naše članice in člani, povezano z veliko odgovornostjo za vodenje podjetja in do ljudi, intenzivnostjo, neurejenim urnikom in tako dalje, kar vodi v stresne situacije in lahko vpliva na zdravje, zato občasno v naše programe vključujemo tudi vsebine s področja zdravja in dobrega počutja. Sicer ne bi mogli trditi, da se menedžerke in menedžerji, podjetnice in podjetniki ne zavedamo tveganj za svoje zdravje, temveč največkrat v ritmu najrazličnejših odgovornosti, aktivnosti in tudi potovanj razlog za premalo skrbi zase najdemo v pomanjkanju časa.«

Petra Juvancič, izvršna direktorica Združenja Manager



Mitja Šojer

lastnik in direktor
podjetja
Mič Styling ter –
maratonec

Piše: Igor Savič
Foto: Miran Juršič



Mič Styling

Leto ustanovitve: 1991

Način dela: lastni saloni (55) in saloni v franšiznem sistemu (40)

Število zaposlenih in povezanih frizerjev: 400

Mreža blagovnih znamk: Mič Styling, Ljubljanski brivec, Simple brivec, Mič Styling & Paul Mitchell frizerska šola

Lokacije: Slovenija, Hrvaška, Srbija, Avstrija

01 Ste kdaj šteli, koliko kilometrov ste že pretekli?

Mislim, da letno pretečem okoli 2000 do 2500 kilometrov. Če to pomnožim z leti, je to v dvajsetih letih okrog 40.000 kilometrov.

02 In koliko maratonov ste že pretekli?

Pretekel sem jih štirinajst. Seveda sem pretekel tudi veliko polmaratonov, več kot maratonov. Ampak moram reči, da nisem med tistimi ekstremnimi športniki – še vedno sem bolj rekreativec in to vedno povem. To pa ne pomeni, da se ne pripravljam resno. Mislim, da je pomembno upoštevati, koliko imaš časa in kakšne so tvoje zmožnosti. Sam zelo pazim na zdravje, trudim se ostati v mejah normale. Ne pretiravam, čeprav zelo spoštujem tiste, ki tečejo res ogromno – ultramaratonce. Ampak prepričan sem, da mora vsak sam vedeti, kje je njegova meja.

03 Kateri maraton pa vam je najbolj ostal v spominu?

Vsak je poseben, a najljubši mi je bil newyorški. Ko prideš na Manhattan, je to neverjeten občutek. Dva milijona ljudi stoji ob progi in navija. To je res nekaj nepozabnega, kot v filmu. Central Park, Bronx ..., res posebno doživetje. Letos pa sem tekel v Sydneyju – zelo lep maraton, čeprav ni bil lahek, ker je bilo veliko vzponov in spustov. Ampak vidiš znamenitosti, parke in vse je bilo odlično organizirano.

04 Imata vaš posel in maraton kaj skupnega?

V bistvu tudi v poslu tečeš maraton. Veste, maraton običajno razdelimo na štiri dele. Prvih deset kilometrov se moraš zadrževati in zavirati, ne smeš prehitevati; drugih deset kilometrov že uživaš, tretjih deset vztrajno delaš, zadnjih deset pa v vsakem primeru garaš. Tako me je naučil trener in dejansko sem z leti ugotovil, da podobno velja tudi v poslu. Ko si mlad, moraš biti potrpežljiv. Ko prideš v prava leta, moraš narediti ekspanzijo, potem pa v tretjem delu narediti nekaj več, kar ni vedno lahko. Pri maratonu se to zelo vidi v tridesetem ali petintridesetem kilometru – takrat postane res težko. Pridejo krči, različne situacije ..., tako kot v poslu. Na koncu pa moraš znati tudi stopiti korak stran in prepustiti prostor drugim.

05 Bi bili drugačen menedžer, če ne bi tekli?

Mislim, da ja. Zaradi športa drugače dojemaš ljudi – bolje jih razumeš in si bolj odprt.

06 Kaj pa vas je sploh potegnilo v tek?

Kot otrok sem igral nogomet. Rad sem sicer imel vse športe, nogomet pa sem igral do sedemnajstega leta. Potem sem ugotovil, da v tem verjetno ne bom uspel, in se odločil, da se bolj posvetim delu – pomagal sem mami v salonu. Na neki večerji je prijatelj pripovedoval o tem, da teče že dve leti, vse od ločitve. S sabo je v to potegnil še drugega prijatelja in tako sem se jima počasi pridružil tudi jaz. Takrat je bil v Ljubljani še osemkilometrski tek. Spomnim se, da sem ga komaj pretekel, saj sem dobil take žulje, da tri dni nisem mogel obuti čevljev.



»Tudi v
poslu
tečeš
maraton.«

Potem sem začel resneje trenirati in ugotovil, da je tek odličen filter za glavo. Delam z ljudmi, ves čas je treba biti dobre volje, nasmejan, pozitiven – a v sebi sem pogosto napet. Tek mi pomaga, da se sprostim. Super je, ker zanj ne potrebuješ nikogar, samo voljo, da obuješ superge, ne glede na vreme ali letni čas. Ljubljana je za to res krasna. PST, Rožnik, Golovec ..., imamo idealne pogoje. Zdaj imam tudi že navado, da kjer koli po svetu sem, imam superge s sabo in grem teč. To mi daje dober občutek in energijo.

07 Koliko trenirate zdaj?

Tečem tri- do štirikrat na teden. Enkrat na teden s prijatelji igram nogomet, dvakrat grem v fitnes. Ta mi pomaga, da se raztegujem in tako preprečujem poškodbe. Ne hodim vanj zato, da bi se »bilda«.

08 Sodelavce in ekipo tudi spodbujate k športu?

Seveda jih spodbujam, saj mislim, da je to super stvar, ampak nikogar s tem ne obremenjujem. Vsak se mora odločiti sam. Nekateri raje kolesarijo, drugi hodijo. Glavno je, da se gibaš – to je najboljše za glavo, telo in splošno počutje.

09 Tekočev je danes precej več kot pred dvajsetimi leti, ko ste začeli teči, mar ne?

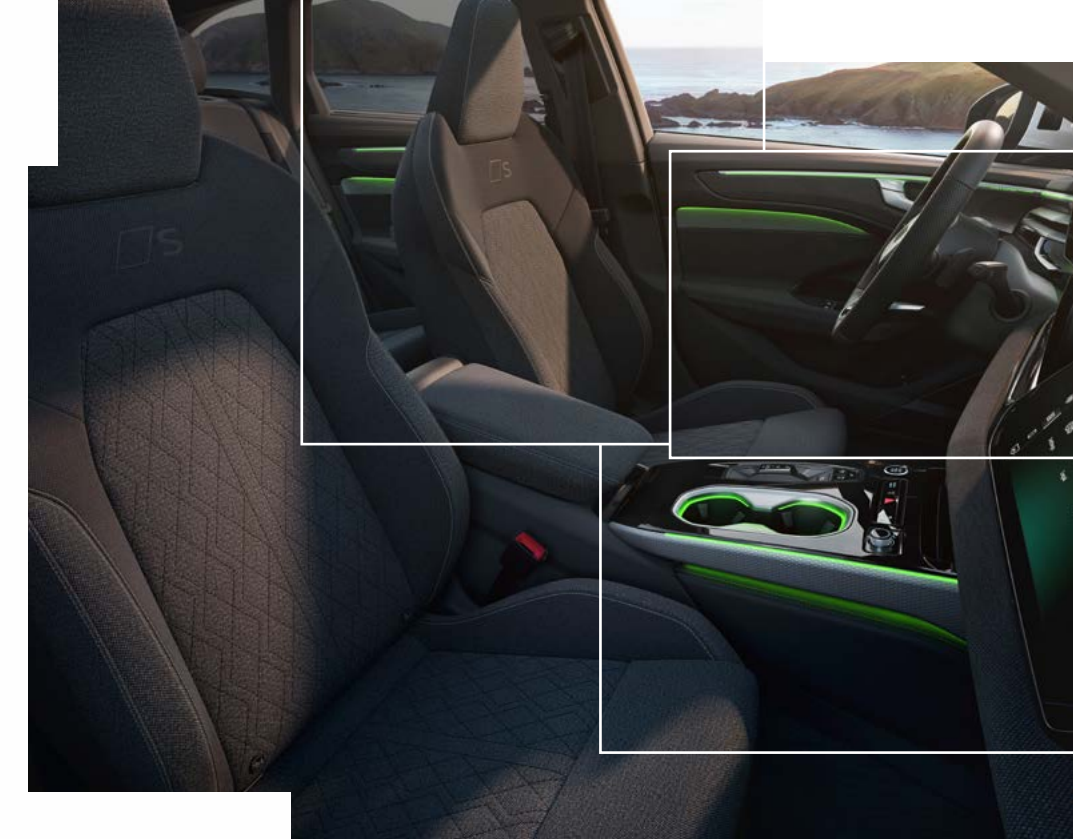
Takrat je bilo tekačev zelo malo, večinoma so bili to bivši športniki. Danes jih je ogromno. In to je res lepo videti – ne glede na starost ali postavbo, vsi imajo voljo. To pa je bistvo: imeti voljo, da vstaneš s kavča in greš.

10 In kakšni so vaši načrti?

Najpomembnejše je, da ostanem zdrav. Zavedam se, da bom s časom počasnejši, da bom tekel manj, toda to mi ne predstavlja težave. Glavno je, da uživam v tem, kar počnem. Ko bom začutil, da ne gre več, bom zmanjšal tempo, brez obremenjevanja. ●

Avant e-hybrid

Piše: Mihael Cajnko



Do **101 km**
izključno na elektriko

404 l / 1423 l
prostora za prtljago

Do **270 kW (367 KM)**
sistemske moči

- Učinkovitost brez kompromisov**
 Kapaciteta nove baterije je v primerjavi s prejšnjim modelom povečana za kar 45 odstotkov, in sicer na 25,9 kilovatne ure, kar omogoča hitro polnjenje z močjo 11 kilovatov v samo dveh urah in pol.
- Inteligentno upravljanje pogona**
 Sistem samodejno izbira optimalno strategijo delovanja. S pomočjo navigacijskih podatkov načrtuje uporabo električnega pogona za največji izkoristek na celotni poti.
- Digitalno središče**
 Vrhunec nove notranjosti je Audijev ukrivljen panoramski zaslon z OLED-tehnologijo, ki združuje 11,9-palčni virtualni prikazovalnik in 14,5-palčni zaslon na dotik MMI.
- Povezljivost prihodnosti**
 Operacijski sistem, zasnovan na platformi Android Automotive, omogoča posodobitve na daljavo in uporabo priljubljenih aplikacij, kot sta Spotify in YouTube. Za še bolj intuitivno komunikacijo poskrbi vaš osebni pomočnik Audi Assistant z integrirano umetno inteligenco ChatGPT.

5,3 s
z mesta do 100 km/h

Brezkompromisna izbira, ko od svojega poslovnega vozila zahtevate dinamiko, udobje, prestiž in trajnostno mobilnost.

Novi Audi A6 Avant e-hybrid quattro postavlja nova merila v poslovnem razredu, saj na edinstven način združuje progresivno obliko, digitalno revolucijo v notranjosti in vrhunsko učinkovitost. Njegov napredni priključnohibridni pogon s povečanim električnim dosegom vam omogoča vožnjo brez emisij na večini vsakodnevnih poti. V notranjosti vas bo navdušilo popolnoma novo digitalno prizorišče, ki ustvarja intuitivno in povezano uporabniško izkušnjo. Za vrhunsko vozno dinamiko skrbita serijski pogon quattro in štirikolesno krmiljenje, ki zagotavljata suvereno lego v dinamičnih zavojih in izjemno okretnost v urbanem okolju. S pametnimi asistenčnimi sistemi, trajnostnimi materiali in hitrim polnjenjem na običajnih polnilnicah je novi A6 Avant e-hybrid quattro izjemno udoben potovalnik in napredna mobilna pisarna. ●



»Za teh nekaj petkov, ki jih živimo, nimam časa biti nekdo drug«

Piše: Anja Leskovar

Foto: Klemen Ilovar, Primož Lukežič

Robert Štaba

Da knjige ne gre soditi po platnici, se pri **Robertu Štabi** potrdi na najboljši možni način. Prvi pogled na direktorja **Zavoda Varna pot** namreč ne izdaja, da ga je težka osebna izkušnja preobrazila v čustvenega, sočutnega in srčnega človeka, ki s svojo prezenco in odnosom do sveta toplo sprejema vse, ki so v stiski, ter z edinstvenim načinom vodenja skrbi za to, da bodo poti naših zanamcev varnejše.



Robert Štaba je predsednik Evropskega združenja žrtev prometnih nesreč ter ustanovitelj in vodja Zavoda Varna pot, ki že osemnajst let na najrazličnejše načine podpira žrtve prometnih nesreč in njihove svojce ter skrbi za preventivo, vzgojo in izobraževanje na področju trajnostne in varne mobilnosti. Pred kratkim so v Ljubljani odprli Park varne mobilnosti, prvi tovrstni v Evropi, ki je poligon za učenje, s spominskim obeležjem, posvečenim žrtvam prometnih nesreč, pa je tudi opomnik, zakaj je tak park nujno potreben. S prometom in prometno varnostjo se je Robert Štaba ukvarjal že pred tem, ko je deloval v AMZS in policiji.

življenjske realnosti pa si sam ne želim vstopati, ker ga ne razumem več, nisem mu kos. Zato je edino, kar prosim te ljudi, denimo naše partnerje, da meni in našemu zavodu pustijo, da smo taki, kot smo. In nam pustijo!

06 Vedno pa verjetno niste delovali izključno intuitivno.

Kje pa, sem inženir in naučen sem bil, da je ena in ena dve. Tudi deloval sem v okoljih, v katerih je bilo vse strukturirano in razmišljanje, da je ena in ena včasih tri, pogosto ni bilo zaželeno, ker je bil potreben unificiran pogled na življenje. Dar je, da se naučiš tega pogleda, a sčasoma začneš razmišljati po svoje. Imel sem srečo, da so mi to dovolili, da me niso ubili v duhu. Vendar pa v mojem »prejšnjem« življenju, pred nesrečo moje hčerke, ni bilo prostora za duhovnost, nisem si vzel časa, da bi jo spoznaval. Vse se je zdelo samo po sebi umevno. Živel sem v prepričanju, da se rodiš, živiš, če si predan, delaven in vztrajen, se to poplača, potem se posloviš od tega sveta in za sabo pustiš nekaj drobnarij. Živel sem življenje brez dodatnih dimenzij. Potem sem spoznal, da je ta druga dimenzija, ta nekaj več, pravzaprav pravi smisel in vrednost življenja. To je pravi življenjski dar in zdaj delujem iz te osnovne.

07 Torej ste danes takšni zato, ker se vam je zamajal svet, kot ste ga poznali?

Da. Ko misliš, da se boš moral posloviti od bitja, ki je del tebe in bi moralo živeti, se ti življenjske karte povsem premešajo. Moraš najti pot, da svoj zamajani svet osmisliš. Lahko si jezen, agresiven, potr, lahko pa si postaviš nove temelje in prioritete. Moje karte so se skorajšnjo hčerkino smrtjo tako premešale, da ni bilo več poti nazaj. V tem, kar sem počel prej, nisem več videl smisla in cilja, nove temelje sem začel postavljati v manj materializirani dimenziji. Moj notranji vzgib me je potisnil v poslanstvo, ki ga opravljam zdaj, zato to zame ni služba.

08 Zavod Varna pot ste tako ustanovili pred osemnajstimi leti, ko se je vaša hči v nasprotju z vsemi napovedmi zdravnikov vrnila v življenje.

Že prej sem deloval na tem področju. Na dan, ko sem v državnem svetu predstavljal idejo, da bi ustanovili agencijo za varnost v cestnem prometu, je Nejo povozil pijan voznik brez voziškega izpita. To je bil edini dan, ko je nismo mogli priti iskati pred šolo. Ni naključij. V trenutku, ko sem mislil, da bom otroka moral pokopati, sem začutil, da moram ustanoviti ta zavod. Dal sem odpoved in stopil na to pot. Bili smo prva tovrstna nevladna organizacija v tem delu Evrope. Entuziastično sem bil prepričan, da nas bo Slovenija pričakala z odprtimi rokami. Pa ni bilo čisto tako, ker so ljudje okoli mene delovali v utečenem sistemu, v katerem niso čutili potrebe, da bi se zbudili.

»V trenutku, ko sem mislil, da bom otroka moral pokopati, sem začutil, da moram ustanoviti ta zavod. Dal sem odpoved in stopil na to pot.«

09 Vi pa ste čutili, da se morate posvetiti žrtvam prometnih nesreč in njihovim svojcem.

Da. Naletel sem na veliko odpora, nemalokrat sem se počutil nemočnega. A sčasoma so mi na pot prišli ljudje, ki so razumeli, kaj želim, predvsem pa so videli, da to delam izključno zato, ker želim pomagati in ozaveščati. Ko smo na Prešernovem trgu imeli dogodek, posvečen žrtvam prometnih nesreč, in so tja z vseh strani začeli nositi svečke, sem vedel, da sem na pravi poti. Toliko bolečine je v ljudeh, ki so žrtve prometnih nesreč ali so jim prometne nesreče nekoga vzele, da potrebujejo prostor, da to bolečino izrazijo. Takrat sem vedel, da Zavod Varna pot ni samo institucija, ampak bo gibanje.

10 Zagotovo pa so vam na tej poti pomagale izkušnje iz »prejšnjega« življenja.

Seveda, to, da sem deloval v posebnih enotah, v policiji, da sem imel mednarodne izkušnje, mi je pomagalo, da sem bil v svojih idejah in namenih drzen. Moj novi pogled na življenje pa mi je omogočil, da sem se vsega loteval povsem neobremenjen z uspehom in sem globljo dimenzijo življenja lahko začel prenašati v svoje poslanstvo.



11 Kako potem vodite svojo ekipo?

Marsikdo bi ob pogledu name sklepal, da sem neizprosen, borben diktator. Nisem, a lahko vseeno rečem, da trava okoli mene ne raste. Za ljudi, ki so leni in pravijo, da se nekaj ne da, ki vidijo samo težave in se nenehno izgovarjajo, ki ne želijo napredka in niso pripravljeni dati delčka sebe za višji cilj, ob meni ni prostora.

12 Torej od ljudi ob sebi zahtevate odgovornost, hkrati pa jim pustite proste roke, kot sem videla na vašem kolegiju, na katerem sem bila prisotna pred pogovorom.

Ja, sledim načelu, da naredi, kar začneš, in to pričakujem tudi od sodelavcev. V ustaljenih delovnih sistemih te naučijo, da postaneš suženj nadzora, »control freak«. Tega se ne grem več. Jasno povem, kaj želim, potem pa zaupam.

13 Zaupanje v sodelavce pomeni dajati tudi veliko svobode.

Natančno to. Nočem spreminjati drugih, ker tudi nočem, da drugi spreminjajo mene. Največji izraz ljubezni in naklonjenosti je namreč svoboda, tudi v zasebnem življenju. Če človeka res ljubiš, mu omogočaš svobodo. To ni anarhija, to ne pomeni vse izpustiti iz rok,

ampak dati vedeti, da sem tukaj, ko me bo nekdo potreboval. Zato je uspeh posameznika tudi uspeh vseh. Sam ne morem nič, potrebujem tim, podporo, somišljenike. Ko gre kaj narobe, prevzamem odgovornost, zaščitim svoje kolege in se zahvalim vsem, ki so nas popljivali, potem pa zaprem vrata in se pogovorimo. Pri tem pa sem zelo temperamenten, tega ne skrivam.

14 Se vam zdi, da pri delu in v življenju izgublamo občutek osebne odgovornosti, tudi v prometu?

V tem svetu se na splošno izgubljam, ker imamo vsi omejena znanja, a zelo radi prehajamo v polje drug drugega. Vsak soli pamet zdravniku, učitelju, drugim strokovnjakom, ker je nekje nekaj prebral in misli, da vse ve. To nas dela živčne in ustvarja občutek brezvladja, s tem pa zagotovo izgubljam veliko na področju spoštovanja, medosebnih odnosov in seveda tudi odgovornosti. V zvezi s prometom rad govorim o vseprisotni odgovornosti. Če kupimo dober avtomobil, je del odgovornosti tudi, da kupimo varen otroški sedež – ne zato, ker bi nas policija, če ga ne bi imeli, kaznovala, ampak zaradi odgovornosti do otroka. Potem se ta odgovornost nadaljuje pri otroku pešcu,

»Marsikdo bi ob pogledu name sklepal, da sem neizprosen, borben diktator. Nisem, a lahko vseeno rečem, da trava okoli mene ne raste.«



kolesarju in kasneje vozniku. Če otrok o varnosti v prometu sliši v šoli in ta koncept živijo tudi njegovi starši, smo bližje viziji nič (vizija, katere cilj je nič žrtev in nič hudih telesnih poškodb v prometnih nesrečah, op. a.). Če otrok doma sliši nasprotno sporočilo, nastane kaos.

15 So torej otroci ciljna skupina, pri kateri lahko najbolj krepimo to odgovornost? Se prav njim zato največ posvečate?

Tudi, a prav tako zato, ker sem po osemnajstih letih že utrujen od prepričevanja lastne generacije, naj ne pije in vozi, naj upošteva omejitve, pripenja otroke ... To so izdelani ljudje, imajo svoj prav in škodljivosti tega se zavedo, šele ko kot povzročitelji pridejo k nam in si želijo, da bi film zavrteli nazaj. Otroci pa so kot testo, ki ga lahko oblikujemo. Imamo krasne učitelje in vzgojitelje, ki delajo z njimi, me pa zelo veseli, da je vedno več tudi mladih staršev, ki se vse bolj zavedajo te odgovornosti in iščejo dodatna znanja, ki jih nato prenašajo v svoje okolje.

16 Ali bi morali to odgovornost zahtevati tudi drug od drugega? Znane so zgodbe iz vaških gostiln, v katerih pijanemu nihče ne vzame ključa od avtomobila.

Vsekakor bi morali, a v Sloveniji vlada lažna strpnost do alkohola, agresije in hitrosti v prometu. Zanimivo, da samo droge dojemamo kot nevarne, drugega ne tako zelo. V celoti padamo na izpitu odgovornosti in

se ne zavedamo, da je najboljši prijatelj tisti, ki ti vzame ključ, ne pa oni, ki je v ključnem trenutku prijazen do tebe. In dejstvo je, da za volanom na plano udarijo vse naše življenjske frustracije.

17 Stanje duha se torej odraža na naših cestah.

Zelo. Ko sem notranje umirjen, mi je čisto vseeno, kaj se dogaja na cesti, in obratno. Ampak na splošno težko vizualiziramo, koliko ur podpore bo potreboval poškodovanec, ki ga bo treba voziti na rehabilitacijo. Težko si predstavljamo, koliko trpljenja je v družinah ponesrečenec, koliko truda je potrebnega, da si na novo postavijo življenje. In ne predstavljamo si, kako se življenje fundamentalno spremeni, ko ti nekdo umre. Čudno: skoraj vsaka tretja družina v Sloveniji ima nekoga, ki je bil hudo poškodovan v prometu, pa se vseeno nič ne naučimo. Vsi smo že kdaj šli na pogreb, vidimo minljivost življenja, pa ga kljub temu neprestano izzivamo. Tega ne razumem.

18 Zakaj glede prometne varnosti v glavi ne naredimo preskoka? Smo ljudje prvaki v zanikanju?

Klinični psihologi bi verjetno rekli, da imamo izdelane obrambne mehanizme. Debato o tem prepuščam njim, a zagotovo ne razumemo smisla življenja. Če bi ga, si ne bi nagajali, ampak bi si pomagali in življenje bi bilo drugačno. Mir je tako lepa vrednota in ni samoumeven, najhujše je, če nam kdo vzame mir.

19 Ampak zagotovo vas kdaj kaj iztira.

Žalosten sem, ko slišim, da je nekdo uničil radar, ki v naselju varuje mame, očete in otroke prav tega človeka. In še vedno me iztira laž, a v trenutku, ko jo prepoznam, si za tistega, ki jo je izrekel, želim samo veliko osebne rasti in ljubezni. Ker živeti življenje laži je življenje popolne bede. In tega se držim na vseh področjih.

20 Vaše življenje je en sam preplet delovnega in osebnega področja.

Kar počnem in živim, je zame življenjski slog, ki pa si ga nisem izbral. A vendar moram biti iskren. Delal sem v odnosih z javnostmi, nikoli sicer nisem lagal, sem pa znal resnico zaviti v zelo lep celofan. Bajje sem to počel prav dobro, a sem se ob tem notranje polomil, trpel sem. Zdaj mi tega ni več treba, zato se čutim osvobojenega. Za teh nekaj petkov, ki jih živimo, nimam časa biti nekdo drug. Iskrenost osvobaja in rešuje. Poglejte, v Franciji je mama žrtve prometne nesreče predsednika vlade obtožila, da je morilec, ker se je zavzemal za 0,8 promila dovoljenega alkohola v krvi, in povzročila usoden padec njegove priljubljenosti. Po drugi strani te mame in očete obtožujejo, da manipulirajo s čustvi. In v resnici imata oba svetova prav. V Sloveniji pa ju z Zavodom Varna pot združujemo. Žrtve opolnomočimo, da oprostijo in gredo naprej, da spet najdejo smisel. Na drugi strani pa imamo strokovnjake, ki izvajajo preventivne programe v vrtcih in šolah, torej tudi institucionalno. V naše poslanstvo je vključenih veliko čustev in prav je tako.

21 Kako pa zlitost obeh področij sprejemajo vaši bližnji?

Neskončno sem hvaležen za ženo, ki me ne spreminja in me sprejema takšnega, kot sem. In to ni lahko. Če me v soboto, ko se

»Če začutim, da lahko zaupam, je to najlepše, kar se lahko zgodi med ljudmi.«

odpravljamo na izlet, pokliče nekdo, ki je v stiski, je zelo verjetno, da ne bom šel na izlet. Vendar pa moja žena ve, da s tem ne kažem, da mi je družina manj pomembna, ampak da bolečino tega človeka zaradi izkušnje s hčerko čutim tako globoko in intimno, da bi delal proti sebi, če mu ne bi pomagal in tako izpolnil svojega poslanstva, kot ga dojemam. Žena ve, da bom našel čas za družino in da se bomo še bolj potrudili izkoristiti skupni čas. To njeno razumevanje globoko spoštujem, cenim in ljubim. To je velik dar in tega se zavedam. Moja družina ve, da je zame vse na svetu, nikakor pa nisem svetnik.

Pa ste svetnik na cesti?

22 Ne. Ko predavam po Sloveniji, slišim kakšno opazko, da je to tisti, ki hoče prepovedati alkohol. Pa jim rečem: pijte, ni problema, samo potem ne iti v promet, ker to nima smisla – ne za vas ne za druge. Samo to. Ne moraliziram. Tudi meni je težko voziti s hitrostjo trideset kilometrov na uro, če imam avto, ki zmore več. Nisem gozdna vila, ki je zlita z Zakonom o varnosti cestnega prometa. Sam se držim zelo preprostih pravil: nič alkohola, z drogami nikoli nisem imel opravka, varnostni pas in čelada na motorju. Edino področje, na katerem moram vsak dan brzdati svoj temperament, je hitrost, a le tam, kjer ne razumem, zakaj je neka omejitev postavljena, kar seveda ni v naseljih. Ampak vem, kaj lahko pomeni, če vozim hitreje.

23 Ne zgodi se prometna nesreča, ampak trčenje, kajne? Zavzimate se za to, da bi se uveljavil ta novi termin.

Ko uživaš droge ali alkohol, voziš brez izpita, z mobilni telefon v roki ali agresivno, posledice tega ne morejo biti nesreča, ker si se zavestno odločil, da boš pil, užival droge in vozil nevarno. To je lahko denimo trčenje, kot so prometno nesrečo formulirali v naši sestrski organizaciji v Veliki Britaniji. Mi smo to idejo le prinesli v Slovenijo. Da smo se s pobudo odločili prav, pa so nam potrdili otroci na delavnicah v vrtcih in šolah, ki so vedno znova opozarjali, da tovrstni trki niso nesreče.

24 Osemnajst let se že strastno zavzimate za varnost v prometu, za žrtve, njihove družine ... Ali se vsega v življenju lotevate s popolno predanostjo?

Če se nečem posvetim, se rad posvetim v celoti. Ne znam napol in si tega tudi ne želim. Raje nimam nič, kot da imam povprečno.

25 Kako pa je vaš način razmišljanja združljiv s poslovnim svetom? Se vam zdi duhovna komponenta kompatibilna z njim?

Absolutno. Poznam takšne multipraktike, ljudi, ki znajo oboje. Ampak sam nisem tak in mi na srečo, ker vodim neprofitno organizacijo, ni treba biti. V odnosu s temi ljudmi cenim, da oni spoštujejo to, kar sem jaz, in tudi jaz spoštujem njih. Niti slučajno si ne predstavljam, da poznam vse pritiske, s katerimi se soočajo v poslovnem svetu. Poskušam pa jim predstaviti, kdo smo in kaj delamo, ter jih tako morda pridobiti za partnerje, sponzorje, prijatelje ... To nam omogoča sobivanje in vesel sem, da tisti, ki imajo možnost pomagati, to tudi delajo ter ne poskušajo spreminjati mene in našega poslanstva. Ko vprašam naše največje partnerje, kako naj se jim oddolžimo, je njihova edina želja: ostanite, kar ste. Dragoceno.

26 Ampak te odnose s partnerji gradite in ohranjate pretežno vi, vodja.

Ja, ampak hranim se s svojim timom, ki mi tak način delovanja sploh omogoča. Veste, članom svoje ekipe vržem na mizo jabolka, hruške in banane. In oni razumejo, da iz tega ne želim smutija, ampak najčudovitejše jabolko, najslajšo hruško in najboljšo banano. Pa seveda naši ambasadorji, oni nam ogromno dajo. Nanje sem tako zelo ponosen, saj so to ljudje s hudo izkušnjo prometne nesreče, ki prihajajo iz povsem različnih okolij in imajo različna ozadja, tudi verska, prav zato pa nas duhovno bogatijo. Zame so dragoceni vsi, štejejo le iskreni nameni in dobre želje, ki nam jih namenjujejo številni. To nam je v pomoč in nas ohranja, saj si tako odpiramo številna vrata in pomagamo žrtvam s celovito podporo – od zdravnika, kliničnega psihologa do duhovne oskrbe, če jo potrebujejo, da lahko nadaljujejo življenje. No, pri slednji smo moški največkrat reveži; ženske vstopajo v vse svetove, moški pa imamo pri duhovnosti velike težave.

27 Zakaj pa imate moški pri duhovnosti težave?

Verjetno je to povezano z moško vlogo (trdnost, moč ...), ne vem. Sam večkrat jokam, kot se smejem, in tega mi ni težko priznati ali pokazati. Ko smo odprli Park varne mobilnosti, sem seveda jokal. Nekoč sem nekoga lorda v Veliki Britaniji po uspešnem projektu objel, čeprav seveda poznam pravila protokola in poslovnega bontona. A zdi se mi, da ljudje prepoznajo iskrenost in mi tudi neprotokolarnost oprostijo. Pred dvajsetimi leti ne bi imel poguma za to, zdaj pa naredim, kot čutim.

»Imamo čudovite partnerje, podjetja, ki seveda skrbijo za svoj dobiček, a hkrati prepoznavajo, kaj vse v Varni poti dajemo ljudem in družbi. Želijo biti del tega projekta, in to z iskrenimi nameni.«

28 Spremembe družbe se dogajajo zelo počasi ali pa se sploh ne zgodijo. Ali motivacijo, da vztrajate, črpate iz ljudi, ki jim pomagate?

Iskreno priznam, da zelo težko sprejemam zahvale, čeprav se tega učim. Ampak ugotovil sem, da v nekem trenutku ljudem v stiski res pomagamo in se nam od srca zahvalijo, za kar sem seveda hvaležen. Toda na drugi strani nam ti ljudje veliko dajo. Navdihujejo me otroci, mladostniki, odrasli, katerih zgodbe ne bi poznal, če se ne bi srečal z njimi. Oni so zame velik dar.

29 Kaj storite pri sebi, da vas zgodbe, ki jih slišite, ne preplavijo? Kako skrbite za svoj duševni mir?

Vedno v največji temi iščem svetlo točko. Hkrati pa ne čutim pritiska, nisem rešitelj, marsikomu neposredno ne morem pomagati. Povem jim: lahko vas poslušam, objamem, razumem, za pomoč pa imam kliničnega psihologa, psihoterapevta, zdravnika, tudi duhovnika, če želite. Samo svetujem in usmerjam, ljudje pa se sami odločijo, ali bodo šli v Indijo, k zdravniku ali h guruju. Vse je super, samo da zmagajo. Ampak v resnici to, kako prenašati vse to, sploh ni vprašanje zame, ampak bolj za mamico, ki sta ji otroka zgorela v avtu in je danes naša ambasadorka, ali pa za fanta, ki je izgubil pol razširjene družine. No, ko padem, kar se seveda tudi zgodi, pa so mi narava in ljudje izredno v pomoč; morje in hoja, najbolj pa moja družina in vsi sončni ljudje, ki nam tako ali drugače pomagajo, da smo.

30 Nekateri povzročitelji trkov kasneje pogosto rečejo: ko bi le takrat naredil nekaj drugega. Ali vi pri sebi kaj obžalujete?

Zagotovo bi nekatere reči danes naredil drugače, ampak obžalovati nima smisla, ker se je že zgodilo. Lahko pa se česa naučiš. Hvaležen sem, da živim, in hvaležen sem za preizkušnje, zaradi katerih znam v ljudeh najti dobro ter se na to tudi osredotočiti. To je ključno. ●



CUPRA Formentor VZ5

Edinstvena sinteza
ekskluzivnosti, drznosti in moči.

Piše: Mihael Cajnko



Ekskluziven in agresiven dizajn

VZ5 se od drugih različic Formentorja loči po edinstvenih zunanjih elementih, kot so razširjeni kolesni loki, značilna 20-palčna aluminijasta platišča VZ5, sprednji usmernik zraka z vgraviranim logotipom VZ5 ter zadnji difuzor z diagonalno postavljenimi izpušnimi cevmi in bakrenimi zaključki.

Kultni petvaljnik

Srce novega Formentorja VZ5 (VZ – veloz, španski izraz za hitrost, 5 – petvaljnik) je legendarni 2,5-litrski petvaljni motor TSI, ki z močjo 287 kilovatov (390 konjskih moči) in značilnim zvokom navdušuje avtomobilске navdušence. Motor je bil na novo umerjen za še bolj čustveno doživetje vožnje in predstavlja vrhunec inženiringa motorjev z notranjim zgorevanjem.

Vrhunska vozna dinamika

Moč se na vsa štiri kolesa prenaša prek sedemstopenjskega menjalnika DSG. Tehnologija za porazdeljevanje navora omogoča natančno razporeditev moči med posameznimi kolesi, vključno z nadzorom bočnega navora, kar zagotavlja popolno kontrolo nad vozilom in izjemno stabilnost v ovinkih.

Športna eleganca v notranjosti

Notranjost odraža razvoj oblikovalske filozofije znamke CUPRA s poudarkom na prefinjenosti, športnosti in digitalizaciji. Doživetje v kabini dvigujejo školjkasta sprednja sedeža CUPBucket, ambientalna osvetlitev in značilni notranji detajli z oznako CUPRA, ki skupaj ustvarjajo edinstveno voznikovo okolje.

287 kW (390 KM)

največje moči

5 valjev

legendarnega 2,5-litrskega motorja TSI

4000 vozil

iz globalno omejene serije za popolno ekskluzivnost

Novi Formentor VZ5 uteleša vse, zaradi česar je CUPRA postala ikona sodobne športne mobilnosti. Z značilnim nosom, ki spominja na morskega psa, trikotnimi matričnimi LED-žarometi in osvetljenim logotipom na zadku izraža neukročeno energijo. Vrnitev ikoničnega petvaljnega motorja zagotavlja surovo moč, ki skupaj z ekskluzivnim dizajnom in najsodobnejšo tehnologijo ustvarja nepozabno čustveno doživetje vožnje. Širši kolesni loki, diagonalne izpušne cevi z bakrenimi poudarki in prepoznavna 20-palčna platišča že na prvi pogled razkrivajo izjemno vožno dinamiko tega modela. Notranjost zaznamujejo školjkasta sprednja sedeža in ambientalna osvetlitev, edinstveno doživetje športnosti pa zaokrožujejo napredni asistenčni sistemi in dovršena digitalna arhitektura. ●

VEČ O MODELU
FORMENTOR



Nomadski ritmi

Piše: Matjaž Ambrožič

Prvi slovenski digitalni nomadi so bili pravzaprav – didžeji. In med njimi eden in edini, DJ Umek.

Ko sem Uroša Umeka, zdaj slavnega techno didžeja in producenta, pred skoraj tridesetimi leti zvabil na samo, je moje že davno pripravljeno vprašanje končno dobilo pravega naslovnika: »Uroš, a potem res velja, da v zaporedju menjaš medcelinske lete in kar na potovanjih, to je s prenosnikom na kolenih, ustvarjaš nove ritme in loviš nastope, kamor koli na svetu si že povabljen?« Umek mi je nalezljivo dobrovoljno odgovoril: »Ja, res je, res!« Spoznanje, da živimo v času, v katerem je mogoče tudi kaj takega, bi vsakega, sploh pa nadobudnega slovenskega glasbenega kritika ob koncu devetdesetih minulega veka, pognalo do roba stratosfere.

Techno mojster DJ Umek tudi danes ostaja član elitnega kluba top 50, peščice globalno najbolj prepoznavnih ustvarjalcev in skrbnikov za eksplozivna plesna rajanja. Uroš času in izkušnjam primerno priznava, da je bil najdlje od doma v letu 2025 na oddihu na Hvaru, a ne pozabi omeniti, da je v preteklosti po več mesecev bival v Kaliforniji ter nastopal po Ameriki in Aziji.

»V zadnjem času se vse bolj zavedam, kako so potovanja močno vplivala na mojo avtorsko glasbo – in še vedno je tako. Utrip mest in velemest ter kultura, ki jo doživljam, kamor koli me že vodijo službena potovanja, ponujata neskončne bazene navdihov, vplivov in sprožata čudovite reakcije, ki jih je nato moja glasba polna. Še zlasti to velja za unikatno Brazilijo ter pravzaprav za celotno Južno in Srednjo Ameriko.«

Tako kot »foter« Uroš Umek je bila nekoč izjemno talentirana košarkarica tudi Primorka Brina Knauss. Po kratkotrajni popevkarski eskapadi – kot članica dekliškega tria B.B.T., ki je bil skupaj s skupinama Bepop in Game Over del instantne pop družine Popstars – se je preselila v Milano, kjer je vzniknila njena didžejevska kariera. Tako je Brina zadnjih nekaj sezon že močno uveljavljeno ime na dance sceni. Njeni vse bolj in bolj avtorski seti rafinirane house dinamike med drugimi navdušujejo tudi obiskovalce Tomorrowlanda, največjega tovrstnega evropskega poletnega festivala, ki ga že dvajset let prirejajo v Belgiji.

»Moje življenje je shranjeno v kovčku, ves čas sem na poti, večino priprav na svoje nastope uredim na poteh, praktično vse, kar doživljam, se premika skupaj z mano, ha, ha. Navdušenja nad takim nomadskim življenjem pač ne morem skriti,« pojasni Brina. ●

»V zadnjem času se vse bolj zavedam, kako so potovanja močno vplivala na mojo avtorsko glasbo – in še vedno je tako.«

Uroš Umek

Elektronska glasba, torej techno, house in drum 'n' bass dinamika, je skupaj s plesno kulturo v svojem razmahu v minulih desetletjih doživela tudi nevarne padce, a se ji je sčasoma uspelo ohraniti in okrepiti. Izolska Ambasada Gavioli in nepozabna veseljačenja, ki so se dogajala pod njeno streho, se sicer ne bodo vrnila, a fenomen didžeja ostaja vsaj tako aktualen in trendovski, kot je bil nekoč.

»Moje življenje je shranjeno v kovčku, ves čas sem na poti.«
Brina Knauss

Slovinci popularno glasbo izvažamo le simbolno, po taktih. Začelo se je z Avseniki ter njihovimi nastopi v Avstriji in na Bavarskem (pa ne v slovenščini). Mnogo let kasneje je skupina Siddharta s pomočjo evrovizijskih mrež nekajkrat nastopila na tujem, enkrat celo na festivalu v Stockholmu. Tudi pevka Senidah – njen delovni domicil je jugovzhodni Balkan – ne prepeva v slovenščini. Veliko bolj uspešni so pop rockerji Joker Out. Ti na račun simpatij, priborjenih na Evrosongu, še vedno lahko prirejajo samostojne koncerte tako v Angliji kot na Poljskem, pa tudi na Hrvaškem, od koder Slovenci zagotovo uvažamo največ zabavne glasbe.

Mirela Zupančič

vodja znamke MOON v Porsche Slovenija

Foto: Bor Dobrin

01 Bencin oziroma dizel ali elektrika?

Zasebnega avtomobila sicer nimam, že več kot dve leti pa vozim službeno električno vozilo. Priznam, da sem tudi sama na začetku imela nekaj skrbi, ker živim v bloku in doma nimam polnilne postaje, je pa v neposredni bližini naša javna polnilnica MOON. Razumem zadržke, če nimaš osebne izkušnje, toda ta res spremeni marsikaj. Mislim, da je treba narediti prvi korak, se prebiti skozi ta strah, potem je drugače. Osebnostno mi je zdaj izkušnja točenja goriva manj všečna: moraš se ustaviti na bencinskem servisu, izstopiti iz avta, natočiti in plačati pri okencu. Dosti lažje mi je priključiti e-vozilo v službi ali pa med sprehodom oziroma kosilom na javno polnilnico.

02 Izkušnja je torej dobra?

Tako je. Nekateri še vedno razmišljajo o tem, da z električnim vozilom ne prideš niti do slovenske obale, in zato niso pripravljeni na prehod, ne zavedajo pa se, da imajo novi električni avtomobili doseg nad petsto, šeststo kilometrov. Veliko službenih poti imam do Salzburga in na tej trasi ne potrebujem nobenega načrta ali prilagajanja vožnje. Do cilja prispem brez vmesnega postanka in šele tam kar med sestankom poskrbim za polnjenje ter se s polno baterijo lahko odpeljem domov. Ne zveni komplicirano, kajne?

03 Kateri vidik električne vožnje vam je najbolj všeč?

Težko izberem samo enega, a če ga že moram, bi rekla pospeški in digitalna podpora. Občutek, ko avto tiho, gladko in hitro pospeši, je nekaj posebnega. Ko pritisneš na stopalko, z lahkoto prehitiš vozilo na svoji desni. Poleg tega tudi elektronika, digitalne storitve. Vse to je sicer prav tako v avtomobilih, ki imajo motor z notranjim zgorevanjem, je pa pri električnih super, ko te vozilo opozori, da je glede na tvojo trenutno vožnjo in kapaciteto baterije priporočljiv postanek, ter ti na zaslonu pokaže najbližje polnilnice. Digitalna podpora res olajša vsakodnevno uporabo.



04 Kako pa bi prepričali skeptike?

Povabila bi jih na testno vožnjo z električnim vozilom. Kot sem omenila, treba je narediti prvi korak in se znebiti strahu, to pa je najlažje z osebno izkušnjo. Električni avtomobil naj preizkušajo nekaj dni, ena ura verjetno ne bo dovolj. Po taki izkušnji pa lahko iz prve roke povem, da je električno vozilo potem zelo težko vrniti, ker je vožnja v tišini, udobju in s pospeški res nekaj edinstvenega. Seveda bi dvomljivcem predstavila tudi subvencije in davčno olajšavo. V mislih je tudi treba imeti, da število javnih polnilnic ves čas narašča, polnjenje pa je zaradi povezanosti med ponudniki vedno bolj enostavno.

05 In kakšen je vaš pogled na trajnostni razvoj?

Zame je ključen za ohranjanje planeta in zagotavljanje kakovosti življenja za prihodnje generacije. Gre za ravnovesje med gospodarskim napredkom, okoljsko odgovornostjo in družbeno pravičnostjo. Temelje za zmanjšanje emisij in ohranjanje virov pa vidim v e-mobilnosti, obnovljivih virih energije in krožnem gospodarstvu. Zelo pomembno se mi zdi tudi, da vsak posameznik prispeva svoj del. Ni treba, da ima vsak sončno elektrarno, hranilnik in podobno, pomembni so majhni koraki, ki jih s finančnega vidika zmoremo.

V skupini Porsche Slovenija zelo veliko vlagamo v trajnostno mobilnost in na splošno v trajnostni razvoj. Na strehi poslovne stavbe imamo sončno elektrarno, precej se ukvarjamo z ločevanjem odpadkov, veliko vlagamo v izobraževanje, opremo, razvoj polnilne infrastrukture. Oblikovali smo posebno delovno skupino za trajnostni razvoj, prav tako sodelujemo v javnih razpravah in s tem ozaveščamo različne javnosti ter predstavljamo in podpiramo pot do učinkovitega prehoda. Ponosna sem na to, da s sodelavci in partnerji skupaj gradimo okolje, ki spodbuja trajnostne pristope, te vrednote pa me vodijo tudi zasebno. Verjamem, da največ prispevam z zgledom. ●



Prostorna in trajnostna notranjost

Notranjost odlikujejo domišljena ergonomija, čiste linije in izjemna prostornost, ki vključuje enega največjih prtljažnikov v razredu. Velik poudarek je na inovativnih in trajnostnih materialih.



Digitalni potniški prostor

V središču armaturne plošče je serijsko vgrajen osrednji 13-palčni zaslon na dotik z novim intuitivnim vmesnikom. Za popoln pregled nad vožnjo skrbi digitalna instrumentna plošča, opcijsko pa tudi projekcni zaslon z obogateno resničnostjo, ki ključne informacije projicira neposredno v voznikovo vidno polje.

Povezljivost in pametna asistenca

Izboljšana aplikacija MyŠkoda omogoča nadzor vozila na daljavo in enostaven dostop do več kot 900.000 polnilnic po Evropi. Za lažjo in bolj intuitivno komunikacijo skrbi digitalna asistentka Laura (ni na voljo v slovenskem jeziku), ki si pri odgovorih pomaga z integrirano umetno inteligenco ChatGPT.



VEČ O
MODELU



Do **250 kW (340 KM)**
sistemske moči

5,4 s

z mesta do 100 km/h z modelom Elroq RS

Učinkovitost na vseh poteh

Novi Škoda Elroq ponuja širok izbor pogonskih sklopov in tri velikosti baterije (od 55 do 82 kilovatnih ur). Izboljšana aerodinamika in optimizirano predgretje baterije zagotavljata velik doseg ter izjemno hitro polnjenje na DC-polnilnicah.

Več kot **570 km**
dosega po WLTP

Škoda Elroq

Piše: Mihael Cajnko

Vsestranski kompaktni SUV, ki združuje prostornost, napredno tehnologijo in trajnost.

S poznajte novega Škoda Elroq – popolnoma električen kompaktni SUV, ki vas bo zapeljal v trajnostno prihodnost. Kot prvi nosilec Škodinega drznega oblikovalskega jezika Modern

Solid združuje dinamičen videz, vrhunsko funkcionalnost in pristno robustnost. Navdušuje z izjemno prostorno notranjostjo in velikim prilagodljivim prtljažnikom. Z dosegom več kot 570 kilometrov in ultrahitrim polnjenjem se boste z njim samozavestno podali tudi na daljše poti. Ob bogati serijski opremljenosti, ki vključuje najsodobnejše asistenčne sisteme, je novi Škoda Elroq preiščljiva in dostopna izbira, na voljo pa je tudi v dinamičnejši različici RS. ●

Solidarnost: lepilo družbe in podjetij

S predsednico Zveze Anita Ogulin in Zveze prijateljev mladine, **Alenko Petkovšek**, smo govorili o dobrodelnosti kot strateški odločitvi podjetij.

Piše: Anja Leskovar

Foto: Miran Juršič

01 Kako slovenska podjetja razumejo svojo humanitarno vlogo? Dojemajo družbeno odgovornost le kot strošek?

Podjetja, ki sodelujejo z nami, to absolutno vidijo kot strateško naložbo, kot dodano vrednost podjetja, kot odgovornost, ki jo čutijo do družbe. Zavedajo se, da so del skupnosti, njen gradnik in soustvarjalec. Ko se odločijo, da del dobička vrnejo, se v resnici odločijo prispevati k oblikovanju bolj enakopravne in vključujoče družbe za vse. Zato ne govorimo zgolj o dobrodelnosti, temveč o odgovornosti in dolgoročni naložbi v zdravo, stabilno in vključujočo skupnost. Veseli nas tudi, da se nekatera podjetja povezujejo z nami, ker želijo pomagati komu izmed svojih zaposlenih, ki se je znašel v težki situaciji. To kaže, da podjetja razumejo svojo vlogo v družbi – ne kot nadomestek države, temveč kot partner, ki vidi človeka, ga spoštuje in mu zna stati ob strani.

02 Humanitarnost zagotovo spreminja družbo. Kaj pa imajo podjetja od teh sprememb?

Za podjetja je ključno sooblikovati svet, v katerem bodo delovala čez deset let. Večnoma se zavedajo, da bodo tudi ljudje delali za dobro podjetja, če podjetje dela za dobro ljudi. Pomoč podjetij res nepovratno spreminja življenja številnih otrok, mladostnikov in družin, to pa je lepa zapuščina za vsako podjetje.

»Če delamo za dobro ljudi, bodo tudi ljudje delali za dobro podjetja.«

Mislim, da se podjetja dobro zavedajo resničnosti Anitinih besed: »Ozavestimo, da smo človek človeku najbolj dragoceni in da brez podpore drug drugemu družba ne more delovati.« Podjetja to čutijo. Razumejo, da so del družbe, ki jo sooblikujejo, in da se njihova vloga ne meri le v številkah, ampak tudi v tem, koliko prispevajo k skupnemu dobremu. Na ta način vlagajo v prihodnost družbe, v kateri vsi živimo. Otrok, ki danes dobi priložnost ter se počuti sprejete in vrednega, bo jutri odrasli človek, ki bo znal sodelovati, ustvarjati in vračati skupnosti. Tako v podjetjih soustvarjajo svet, v katerem bo lepše in lažje živeti tudi njihovim otrokom.

03 Podjetja pa s humanitarnostjo gradijo tudi svojo notranjo kulturo.

Absolutno in vedno pogosteje je tako. Če podjetja vlagajo v svoje ljudi tako, da jih združujejo v humanitarnosti, to vpliva na podjetja in v resnici tudi na širšo družbo. V takšnih podjetjih tudi lažje prebrodijo krize, ker jih bistveno bolj povezujejo prave vrednote, kot če bi delovali le s poslovno logiko. Ljudje čutijo močnejšo pripadnost takemu podjetju, hkrati pa so tudi med seboj bolj povezani. Veliko podjetij nam pove, da jim sodelovanje z nami vrača več, kot so pričakovali. Mi pa smo seveda za vse, kar prispevajo, zelo hvaležni.

04 Ste kdaj zaznali, da je sodelovanje s humanitarno organizacijo spremenilo osebni pogled vodstva in zaposlenih v podjetju?

O ja, velikokrat. Ko pridejo na skupne timbilinge, ko pakirajo pakete za naše družine, res spremenijo pogled na pomen tablice čokolade in škatlice barvic. Povedo, da jim je ta izkušnja spremenila pogled na družbo in jih spomnila, kako pomembno je, da si ljudje med seboj pomagamo. Ko vidijo, kako lahko njihova pomoč nekemu polepša dan in razbremeni družino, lažje razumejo pomen povezanosti družbe. Takšne izkušnje med zaposlenimi krepijo občutek smisla, pripadnosti in solidarnosti ter osmišljajo njihovo vsakodnevno delo in prizadevanja. To so vrednote podjetij, ki jim ni mar le za uspeh, ampak tudi za ljudi.

05 Podjetja pomagajo ne samo finančno, ampak prav tako z znanjem, delom, mentorstvom, tehnologijo ... Kaj je za vas najdragocenejše?

Čisto vse, vsaka malenkost, vsak evro, vsaka roka, vsak drobec znanja, predvsem pa pripravljenost so nam dragoceni. Finančno lahko podjetja pomagajo z donacijami, bodisi s splošnimi ali za poseben namen, pripomorejo lahko s svojim delom, z zgledom, udeležbo v humanitarnih akcijah. Nekatera nam pomagajo s prostovoljnimi delom, druga podarijo namenska sredstva. Eno od podjetij denimo krije stroške delovanja brezplačne pravne pomoči, ki deluje v okviru programa Veriga dobrih ljudi in je za družine resnično zelo pomembna. Podjetje lahko pomaga na številne načine. Ko se odloči, da bi sodelovalo, mu ponudimo nabor možnih programov, vselej pa sledimo celo povsem individualnim željam podjetja in se mu prilagodimo. Lahko tudi ustanovimo nov sklad, če pride utemeljena in dobra pobuda.

06 Ali je mogoče reči, da podjetja včasih s pomočjo dobrodelnosti »popravljajo« težave, ki jih sama (posredno ali neposredno) soustvarjajo? Da družbena odgovornost postaja že skoraj puhla krilatica, namenjena promociji?

Podjetja, s katerimi sodelujemo, so srčna in iskrena. To znamo prepoznati, znamo začutiti človeka in njegovo namero, to si upam trditi. Da bi si oprali dušo s tem, da nekomu nekaj dajo – tega pri nas ni. Anitine vrednote, ki prežemajo Zvezo in vse, ki delujemo v njej, so tako prepoznavne, da so postale sito, ki prepreči, da bi podjetja in posamezniki z nepravimi nameni prišli do nas. Nekateri dajo donacijo in sploh ne želijo, da bi se kjer koli pojavili, drugi to na glas povedo. A menim, da vsi delajo vse le z dobrimi nameni. Izredno smo veseli, ko s podjetji sodelujemo dlje časa in v nas prepoznajo zanesljivega partnerja, s katerim lahko uresničujemo svoje cilje družbene odgovornosti. Kot zaznavamo mi, ta v podjetjih, s katerimi sodelujemo, ni puhla krilatica. Najlepše je, ko podjetja razumejo, da pomoč ni enkratno dejanje, ampak odnos.

07 Kaj pa izgubijo podjetja, ki se humanitarnosti ne lotevajo?

Izgubijo možnost, da postanejo del nečesa, kar presega posel. Izgubijo vez z družbo in postanejo le industrijski akterji, ki gledajo nase, ne pa na skupnost, katere del so. Revščino in druge družbene stiske začnejo dojemati kot težavo posameznika, ne pa kot odgovornost celotne družbe. Je pa pomembno razlikovati med podjetji, ki bi lahko vračala družbi, pa tega ne počnejo, in tistimi, ki si to želijo, a jim finančne razmere tega ne dopuščajo. Slednja pogosto pomagajo na druge načine: z udeležbo v prostovoljskih akcijah, z deljenjem znanj, s spodbujanjem solidarnosti med zaposlenimi. Tudi to šteje. V resnici največ pomeni, ko podjetje pokaže, da mu je mar – ne glede na zneske, ampak z dejanji. ●

»Podjetja, ki pomagajo, lažje prebrodijo tudi svoje krize, saj so bolj povezana.«



Volkswagen California

Vsestranski potovalnik, ki uteleša
svobodo, udobje in vsakodnevno uporabnost.

Piše: Mihael Cajnko

Novi model Volkswagen California je zasnovan na napredni platformi Multivana in združuje preverjeno praktičnost s številnimi inovacijami. Prvič je na voljo tudi kot priključni hibrid s štirikolesnim pogonom 4MOTION, ki omogoča tiho električno vožnjo po mestu in suvereno zmogljivost na daljših poteh. Z inovativnim trisobnim konceptom s serijskimi dvojnimi drsnimi vrati se notranjost preljuje v zunanji bivalni prostor in ustvari edinstveno letno kuhinjo.

V digitalno napredni notranjosti vas pričakuje intuitivno upravljanje vseh potovalnih funkcij prek novega zaslona, pametnega telefona ali infozabavnega sistema. Nova California ni zgolj avtodom za nepozabne pustolovščine, temveč se odlično znajde tudi v vlogi vsakodnevno uporabnega enoprostorca in mobilne pisarne sodobnega digitalnega nomada. ●

Nova prostorska arhitektura

Dvojna drsna vrata so prvič del serijske opreme. Ta rešitev ustvarja inovativen triconski koncept: notranji bivalni del ter dve zunanji »terasi«, ki omogočata kuhanje in bivanje na obeh straneh vozila. Prilagodljivost povečujejo lažji posamični sedeži v zadnjem delu, ki jih lahko preprosto odstranite in ustvarite prostor za prevoz koles ali druge večje opreme.



Pogonska vsestranskost za vse poti

Izbirate lahko med tremi naprednimi pogonskimi sistemi z avtomatskim menjalnikom DSG: učinkovitim turbodizelskim motorjem (TDI) z močjo 110 kilovatov (150 konjskih moči), zmogljivim turbobencinskim motorjem (TSI) s 150 kilovati (204 konjskimi močmi) ter priključnim hibridom (eHybrid) s sistemsko močjo 180 kilovatov (245 konjskih moči) in štirikolesnim pogonom 4MOTION.



Popoln digitalni nadzor

Vse pomembne potovalne funkcije lahko nadzorujete prek novega 5-palčnega zaslona v C-stebričku. Z le nekaj dotiki preverite raven sveže vode, uravnate notranjo osvetlitev, nastavite temperaturo hladilnika ali vklopite ogrevanje. Za dodatno udobje lahko večino funkcij upravljate tudi na daljavo prek aplikacije na pametnem telefonu.

Premišljena in prilagodljiva notranjost

Vse različice so serijsko opremljene z dvizno streho, ki zagotavlja udobno stojšče. Štiri linije opreme ponujajo rešitev za vsakogar – od osnovne bivalne različice do modelov z izvlečno mini kuhinjo v zadku ali polno opremljeno kuhinjsko linijo na levi strani vozila.

Praktična sopotnica

Zasnovana je za raziskovanje in življenje na prostem, z višino 1990 milimetrov pa jo lahko ob vsakodnevnih opravkih zapeljete v večino parkirnih hiš.

5 različic

Do **2000** kg
vlečne obremenitve za prevoz prikolic ali čolnov

Do **180** kW (**245** KM)
sistemске moči s priključnohibridnim pogonom eHybrid 4MOTION

Pet navad, ki uničijo pogovor (in kako jih preseči)



Pogovori so osnova medčloveških odnosov, tudi poslovnih. Osebnostne komunikacijske navade vplivajo na to, kako nas dojemajo drugi, kako se razvija pogovor z nami in kakšni ostanejo odnosi izven formalnega konteksta (mreženje, neformalni pogovori). Se prepoznate v kateri izmed spodaj navedenih navad, ki na pogovor vplivajo negativno? Spremenite jih. Tako bo vaš sogovornik občutil, da ga slišite in spoštujete, pogovor – pa naj bo to poslovni sestanek ali klepet s prijatelji – pa bo bolj odprt in učinkovitejši.

1.

MONOPOLIZIRANJE POGOVORA

Če ves čas govorite o sebi, svojih izkušnjah in dosežkih, dajete sogovorniku občutek, da je manj pomemben od vas.

Kako to spremeniti? Namenoma postavljajte odprta vprašanja in poslušajte odgovor. Potrudite se izražati zanimanje za sogovornikove besede, namesto da vsako priložnost izrabite za govorjenje.

2.

NEGATIVNOST IN PRITOŽEVANJE

Pogovor, v katerem prevladujejo pritožbe, kritike in negativnost, izčrpava sogovornika.

Kako to spremeniti? Postavite si mejo, na primer največ eno pritoževanje na pogovor, ki mu sledi sprememba teme ali iskanje rešitev namesto spirale negativnosti. Če se prepoznate v tem vzorcu, potem tudi zavestno začenjajte pogovore z nečim pozitivnim.

3.

POPRAVLJANJE SOGOVORNIKA

Neprestano popravljanje, kritiziranje ali izpostavljanje napak sogovornika ubije dialog. Enako velja za potrebo, da ste vedno najpametnejši.

Kako to spremeniti? Preden popravite sogovornika, premislite, ali bo to res prispevalo k pogovoru ali zgolj utrdilo vaš občutek superiornosti. Če je popravljanje nujno, bodite pri tem taktični. Vsekakor pred tem najprej dobro poslušajte in skušajte sogovornika razumeti.

4.

PREKINJANJE SOGOVORNIKA

Če sogovornika prekinjamo in končujemo njegove stavke, ga to frustrira in vpliva na to, da se zapre.

Kako to spremeniti? Zavestno se potrudite počakati oziroma dati sogovorniku prostor, če pa ga vendarle po nesreči prekinete, se mu opravičite in ga prosite, naj nadaljuje.

5.

PASIVNO POSLUŠANJE

Ena najpogostejših napak je, da sicer molčimo, ko sogovornik govori, a ga ne poslušamo, saj razmišljamo le o svojem naslednjem odgovoru.

Kako to spremeniti? Vadite aktivno poslušanje in v svojem odgovoru najprej povzemite bistvo sogovornikovega sporočila, preden dodate lastno mnenje. Aktivno poslušanje in empatija gradita zaupanje med sogovorniki in omogočata globlje povezave med njimi.

Nova realnost mobilnosti v javnih prostorih?

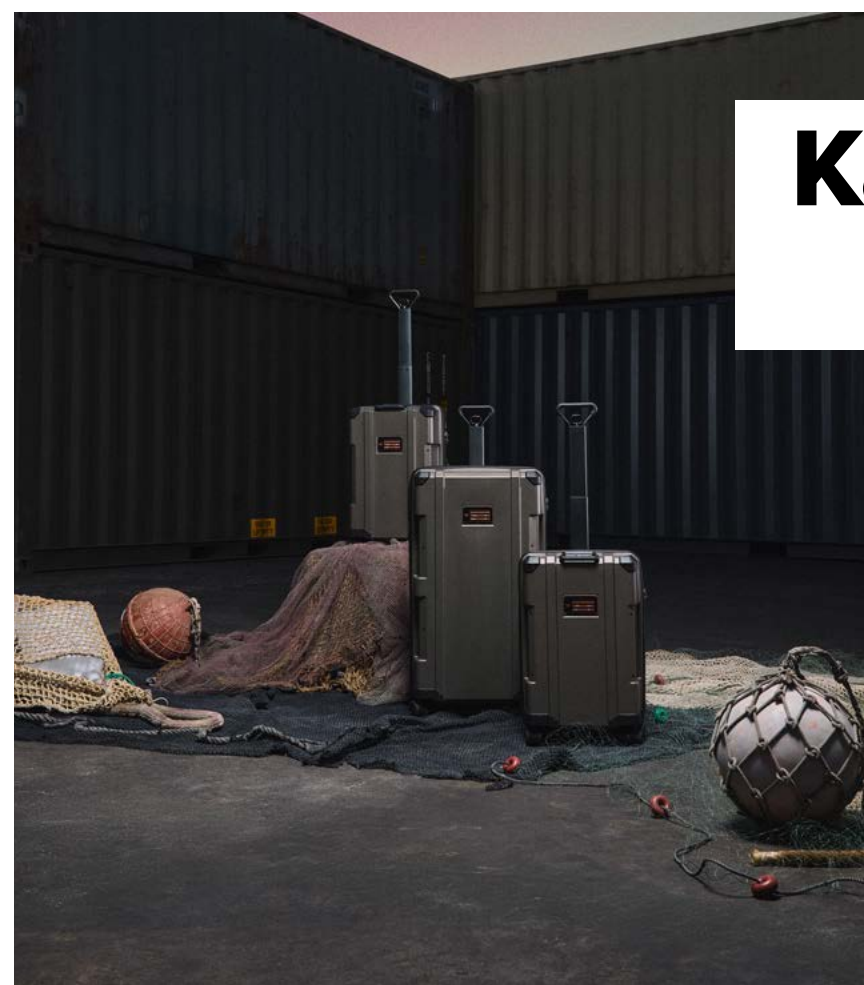
Ameriški Beltways si obeta točno to. V začetku leta 2026 bodo namreč na letališču Cincinnati & Northern Kentucky International Airport postavili najhitreje premikajočo se tekočo stezo oziroma tekoči pločnik na svetu. Ta naj bi stoječe uporabnike premikal s hitrostjo do kar šestnajst kilometrov na uro. Za primerjavo: običajni tekoči pločniki, kakršne srečujemo na vseh večjih letališčih, se premikajo s hitrostjo največ tri kilometre na uro. Podjetje vidi v tem rešitev za tako imenovano mobilnost zadnjega kilometra v velikih urbanih središčih in dodaja, da je sistem lahko »uporaben le, če je hitrejši od hoje«.

Ideja seveda ni nova. Ljubitelji znanstvene fantastike vedo, da so mesta v delih Isaaca Asimova ali Roberta A. Heinleina polna hitrih tekočih stez. Malo manj hitre so bile seveda prve dejanske tovrstne steze. Javnost je lahko domiselno rešitev arhitekta Josepha Lymana Silsbeeja prvič občudovala na Kolumbovi svetovni razstavi v Chicagu leta 1893, njeno izboljšano različico pa na svetovni razstavi v Parizu sedem let kasneje. Na letališčih so se nato tekoče steze začele množično pojavljati v šestdesetih letih minulega stoletja.



Kakšna pa je vaša prtljaga?

Ko greste na naslednjo poslovno pot, pomislite tudi na to, iz česa so izdelani vaši kovčki. Trajnostna prtljažna kolekcija, ki je rezultat sodelovanja med CUPRA Design House in Harper Collective, je narejena iz mešanice recikliranih ribiških mrež in odpadne plastike. Rezultat so lahki in vzdržljivi kovčki, ki združujejo inovacije, funkcionalnost in slog, a postavljajo trajnost na prvo mesto.



»Ni treba kričati, da bi te slišali«



Nov svetlobni podpis ima štiri vodoravno razporejene elemente v vsakem žarometu in zadnji luči. Ta oblikovni element bo v prihodnje definiral vizualno identiteto Audija podnevi in ponoči.

Audi Concept C

je popolnoma električen dvosedežni športni avtomobil. Konceptno vozilo z vsakega zornega kota izkazuje radikalno zreduciranost na bistveno, ki je jedro Audijeve nove oblikovalske filozofije. Utelega športni minimalizem – njegova puristična oblika izžareva natančnost in moč.

Audi predstavlja svojo novo oblikovalsko filozofijo – pogumen korak, ki naj bi preoblikoval način, kako podjetje razmišlja. Massimo Frascella, glavni kreativni direktor, govori o tej globoki preobrazbi, njenem pomenu za blagovno znamko in izkušnjah z njo ter o uvedbi novega oblikovalskega jezika.

01 Massimo, približno leto dni po vašem prihodu v Ingolstadt Audi predstavlja novo oblikovalsko filozofijo. Kaj bo znamko zaznamovalo v prihodnosti?

Naša vizija je poziv k akciji za celotno podjetje, kar je tudi ključnega pomena, da bo naša blagovna znamka spet postala resnično prepoznavna. To je filozofija, ki je v ozadju vsake odločitve, ki jo sprejmemo, in njena načela želimo uveljaviti v celotnem podjetju. Imenujemo jo »The Radical Next«, radikalni naslednji korak.

Zunanost krasi barva Titanium. Ta izžareva toplino in tehnično eleganco, navdih pa črpa iz istoimenske kovine – titana, materiala, ki uteleša preciznost, lahkotnost in moč.



MASSIMO FRASCELLA je od 1. junija 2024 glavni kreativni direktor Audija. Odgovoren je za področja oblikovanja zunanosti, notranosti, barv in materialov, uporabniškega vmesnika in uporabniške izkušnje, oblikovanja dirkalnikov ter celotne oblikovalske strategije.

Celostnega avtomobilskega oblikovanja se je naučil v legendarnem italijanskem oblikovalskem studiu Stile Bertone, ki je znan po razvoju konceptov in serijskih vozil za svetovne avtomobilske znamke ter je iz Italije pomembno vplival na avtomobilsko zgodovino po vsem svetu. Od tam je Frascello kariera vodila v podjetje Ford Motor Company, v Lincoln/Mercury in nato h Kii. Leta 2011 je prestopil v Jaguar Land Rover, v katerem je zasedal vodilne položaje, nazadnje pa je bil vodja oblikovanja pri obeh znamkah.

02 Torej oblikovanje ne ustvarja več le oblike, ampak je tudi gonilna sila?

Točno tako! Oblikovanje razumemo v najširšem pomenu, za nas ta pojem zajema vsak vidik izkušnje z znamko Audi. Želimo oblikovati blagovno znamko, ki bo vzbujala poželenje in imela kulturni vpliv.

03 Ali »Vorsprung durch Technik« oziroma »Prednost je v tehniki« ostaja osrednja obljuba znamke?

Seveda! Ko je v osemdesetih letih minulega stoletja Audi 100 quattro zapeljal navzgor po smučarski skakalnici, je bila naša znamka simbol tehničnega napredka, odločenosti za uresničitev nemogočega. Tehnologija je za nas sredstvo za udeležanje napredka, ne pa cilj, ki je namenjen samemu sebi. Ne želimo je niti skrivati ne razkazovati – navdihuje in navdušuje naj, ne da bi prevladovala. Tehnologija je za Audi samoumevna, diskretna, pa vendar funkcionalna in prisotna, kjer jo stranka potrebuje in želi. Je nepogrešljiv del izkušnje.

04 Audi TT ima oboževalce po vsem svetu. Tudi vi imate zelo poseben odnos do tega avtomobila, mar ne?

To je res. Leta 1998, ko je prvi Audi TT prispel v salon v Torinu, sem si v službi vzel prost dan, da sem si ga lahko v miru ogledal. Tam sem ostal več ur, ga analiziral z vseh zornih kotov, se ga dotikal. Zaposleni so verjetno mislili, da se mi je zmešalo. A zame je bil TT več kot le avto. Sporočal je, da ti ni treba kričati, če želiš, da bi te slišali. Ni ti treba pretiravati, da narediš vtis. Potrebuješ jasnost. In kar je še pomembnejše, biti moraš dovolj pogumen, da ji slediš.

05 Jasnost je beseda, ki jo pogosto uporabljate.

Radikalna preprostost je bistvo naše filozofije. Jasnost dosežemo tako, da vse zreduciramo na to, kar je bistveno. Živimo v svetu, ki je pogosto hrupen, hiter in zasičen z informacijami. Nevarnost, da se v vsem tem izgubiš, je večja, kot je bila kadar koli prej. Naša odgovornost je, da postajamo vedno boljše in delamo tisto, kar je zares pomembno. Rezultat tega pa mora vedno biti čustvo.

06 To je skoraj nemogoče pojasniti, a vseeno prosim, da poskusite: kaj pomeni občutiti Audi?

Audi je nerazločljiva harmonija tehnologije in čustev, v kateri se združujeta racionalno in iracionalno.

07 Kaj je bistvo tega novega pristopa?

Odgovoriti na ključno vprašanje – kako Audi občuti in doživlja stranka? Naš odgovor se skriva v štirih načelih: jasnosti, tehnologiji, inteligentnosti in čustvenosti. To je osnova za vse, kar počnemo.

08 Zdaj si lahko ogledamo prve rezultate vašega dela.

Drži, Audi Concept C je prva manifestacija koncepta »The Radical Next«. Je nedvoumno Audi. Proporcionalna razmerja, površine in detajli so bili jasno izpopolnjeni ter samozavestno reinterpretirajo identiteto znamke. Študija ima izrazito skulpturalno prezenco, kot da bi bilo vozilo izdelano iz enega samega kosa kovine – brez motečih elementov, zaznamujeta ga napetost in čista oblika. Audi Concept C je otipljiva interpretacija nove filozofije oblikovanja, simbol za odločnost, ki bo preoblikovala naše podjetje in celotno znamko.

Audi se je prvič pri roadsterju odločil za električno pomično trdo streho. Sestavljata jo dva strešna elementa, ki ohranjata monolitno obliko vozila in hkrati omogočata užitek v vožnji z odprto streho.



Novosti z Iberskega polotoka

SEAT je ob svoji 75-letnici predstavil priljubljena modela Ibiza in Arono v osveženi različici, ki jo zaznamujejo posodobljen slog in živahne nove barve. Sprednji del obeh vozil je popolnoma prenovljen. Nova šesterkotna rešetka v kombinaciji z značilno mrežo v obliki diamanta krepi njun športni značaj. Ožji žarometi Full LED na novo določajo videz sprednjega dela, na zadnjem delu pa ima SEAT Ibiza sveže oblikovan odbijač, ki poudarja športen in mladosten značaj modela. Temna aluminijasta napisa imen modelov sta sodoben prepoznavni zaključni element.



Oba modela poganjajo različni bencinski motorji z močjo od 59 kilovatov (80 konjskih moči) do 110 kilovatov (150 konjskih moči), ki omogočajo dinamično vožnjo, prilagojeno vsem potrebam.

Pri nivoju opreme FR subtilen lasersko vgraviran logotip FR na B-stebričku doda športen pridih, za popolno ravnovesje med vsakodnevno uporabnostjo in dinamičnim občutkom pri vožnji pa skrbita školjkasta sedeža.

Je to nova Octavia Combi?



To ravno ne, je pa tako videti prihodnost karavanov pri znamki Škoda, ki je predvsem po zaslugi modelov Octavia Combi in Superb Combi že devet let vodilna v tem segmentu v Evropi. Konceptno vozilo Škoda Vision O je bilo v skladu z oblikovalskim jezikom Modern Solid razvito po načelu »od znotraj navzven« in postavlja uporabnika na prvo mesto.

Minimalistična notranjost vključuje inovativne tehnologije, s katerimi ponuja napredne možnosti avtonomne vožnje in pametne rešitve, ki jih poganja umetna inteligenca, ter daje prednost trajnosti z uporabo obnovljivih materialov in upoštevanjem načel krožnega gospodarstva.



Zunanost izraža evolucijo Škodinega oblikovalskega jezika Modern Solid, ki s povsem novo masko Tech-Loop ustvarja še robustnejši videz.

Minimalistična zasnova z optimizirano aerodinamiko zagotavlja izjemno učinkovitost.



Znano ime



Na trg v letu 2026 prihaja mali električni Volkswagen ID. Polo, ki izhaja iz študije ID. 2all. Ime seveda ni naključje, saj bo odslej Volkswagen dobro znana imena modelov z motorji z notranjim zgorevanjem prenašal tudi na izključno električno družino vozil ID. V primeru modela ID. Polo bo tako že samo ime združevalo napredne tehnologije

in električno mobilnost, ki jih simbolizira družina ID., s kakovostjo, varnostjo in demokratizacijo inovacij, ki jih že kar pol stoletja (!) predstavlja Polo. V prihodnjem letu pa bo tudi študija ID. GTI Concept dobila svojo serijsko različico ID. Polo GTI, kar napoveduje izjemno vozno dinamiko in obilo užitkov v vožnji.

Evolucija

Platforma MEB+ z možnostjo vsestranskega posodabljanja zagotavlja naslednjo evoliucijsko stopnjo električnih vozil koncerna Volkswagen, vanje prinaša funkcije iz višjih avtomobilskih razredov in omogoča, da bodo vozila z nadpovprečnimi produktivnimi lastnostmi lahko na voljo po privlačni ceni. Na tej platformi temeljijo novi CUPRA Raval, ID. Polo in ID. CROSS.

Pozitivec

Pozitiven in simpatičen, to je Volkswagen ID. CROSS Concept v zelenem odtenu laka, imenovanem Urban Jungle. Z merami, ki so podobne kot pri modelu T-Cross, jasno napoveduje, kaj sledi: konec leta 2026 bo namreč predstavljen novi električni ID. CROSS. Zaradi svojih kompaktnih zunanjih dimenzij je koncept idealen za mestni promet, hkrati pa je kot kompaktni SUV to vsestranski avtomobil, primeren tudi za daljša potovanja. Njegov doseg (po WLTP) je do 420 kilometrov, elektromotor pa razvije moč 155 kilovatov (211 konjskih moči).



Koncept odraža nov Volkswagenov oblikovalski slog Pure Positive.

Z inovativno zasnovano je notranjost izjemno prostorna, prtljažnik pa je s svojimi 450 litri nadpovprečno velik. Dodatni prostor (25 litrov) ponuja prtljažnik pod sprednjim pokrovom.



Sedeže je mogoče popolnoma zložiti in tako ustvariti podobno ležišče, kot ga poznamo iz Volkswagenovega kombija.



Koncept zagotavlja harmonično usklajenost zaslonov z logičnimi menijskimi strukturami, naravnega glasovnega upravljanja in tipk za neposredne funkcije.

Temperament v krvi



Najzmogljivejša različica CUPRA Raval VZ (1.66 kilovatov) ima še dodatne adute. Opremljena je s sedeži CUPBucket, vzmetenjem DCC Sport, načinom ESC OFF, 19-palčnimi platišči s širšimi pnevmatikami in elektronsko sprednjo zaporo diferenciala VAQ.

Osem let znamke CUPRA in osmi novi model v njeni modelski paleti: prihaja CUPRA Raval, novo mestno električno vozilo, ki združuje čustva, osupljiv dizajn, elektrificirano zmogljivost in osredotočenost na voznika, ime pa je dobilo po enem najbolj dinamičnih predelov Barcelone. Vse njegove različice jasno odražajo dirkaški DNK znamke. Športno podvozje je 15 milimetrov nižje od platforme, vzmetenje je posebej prilagojeno, progresivno krmiljenje zagotavlja večjo okretnost, skupaj s sistemom ESC Sport pa vse to zagotavlja izjemno izkušnjo vožnje.

Za vsakogar, nekaj

Modelska serija Volkswagen Transporter širi ponudbo, klasičnemu furgonu za prevoz blaga in kombiju za prevoz potnikov pa se pridružujejo tri različice: Transporter kesonar z dvojno kabino in veliko tovorno površino, Transporter Krpan za kombinirani prevoz blaga in potnikov ter na njem zasnovani Transporter L-Krpan s predelno steno v obliki črke L v tovornem prostoru. Na voljo so ne le s turbodizelskim, temveč tudi z električnim pogonom, vsi (razen kesonarja) pa imajo lahko tudi hibridni pogon.



Prvo električno samovozeče vozilo na svetu

Volkswagenova podružnica MOIA je predstavila serijski model ID. Buzz AD, prvo popolnoma električno samovozeče vozilo na svetu, ki izpolnjuje pogoje za serijsko proizvodnjo s četrto stopnjo samostojnosti.

ID. Buzz AD je zasnovan na modelu ID. Buzz, vendar z vrsto prilagoditev za potrebe ponudnikov storitev prevoza na zahtevo (ridehailing), ki jim je tudi namenjen. Testna flota 36 vozil trenutno že deluje v Hamburgu, kjer so v njih še varnostniki/vozniki, ki lahko posredujejo v nujnih primerih, a načrtuje se, da bodo do leta 2027 ti avtomobili pridobili dovoljenja za popolnoma avtonomno delovanje, torej brez človeškega nadzora. Prva vozila ID. Buzz AD, za zdaj prav tako še z varnostnikom/voznikom, že vozijo tudi po ulicah Berlina.

Stopnje avtonomne vožnje

- 0** – brez avtomatizacije: voznik upravlja vse.
- 1** – pomoč vozniku: pomoč pri eni nalogi (npr. tempomat).
- 2** – delna avtomatizacija: vozilo samo uravnava hitrost in smer, voznik pa mora nadzorovati vožnjo.
- 3** – pogojna avtomatizacija: vozilo vozi samostojno v določenih razmerah, voznik mora biti pripravljen prevzeti nadzor.
- 4** – visoka avtomatizacija: vozilo vozi samostojno v večini razmer; človek ni potreben, a sistem ima omejitve območja uporabe.
- 5** – popolna avtomatizacija: vozilo vozi samo v vseh razmerah, brez voznika ali volana.



ID. Buzz AD je opremljen s kar 27 senzorji, med njimi je 13 kamer, 9 lidarjev in 5 radarjev, ki vozilu omogočajo popolno 360-stopinjsko zaznavo okolice.

Uber namerava v prihodnjem desetletju v svojo floto vključiti na tisoče samovozečih modelov ID. Buzz AD.

Baterijske celice so lahko tudi takšne

Nove, enotne baterijske celice bodo znamkam koncerna Volkswagen omogočile stroškovno učinkovito nadaljevanje elektrifikacije in ob koncu desetletja predstavljale vir energije za 80 odstotkov njihovih električnih oziroma elektrificiranih modelov. Baterijski paketi z novimi prizmatičnimi celicami naj bi jim omogočali do 450 kilometrov dosega z enim polnjenjem. Nove celice z energijsko gostoto 660 vatnih ur na liter sicer prinašajo 10-odstotno izboljšavo v primerjavi s trenutno uporabljanimi baterijami. Poskusna serijska proizvodnja v nemškem Salzgitterju se začne letos, v letih 2026 in 2027 pa je predviden zagon proizvodnje tudi v Španiji in Kanadi.

Nove baterije naj bi najprej uporabili pri električni družini mestnih vozil, ki jo bodo sestavljali štiri modeli, zasnovani na osnovi nove platforme MEB+. To so Volkswagen ID. Polo in ID. CROSS ter CUPRA Raval in Škoda Epiq (na fotografiji).



Upornica



Novo konceptno vozilo CUPRA Tindaya je nastalo z enim samim namenom: dvigniti čustva do vrhunca. To je snovalcem tudi uspelo, saj Tindaya odločno izraža uporniškega duha, ključni element oblikovalske filozofije znamke CUPRA.

Dušo vozila predstavlja osvetlitev logotipa CUPRA. Svetloba se razširi prek sprednjega dela proti stranem skozi tri trikotnike in dvigne proti elegantnim žarometom na pokrovu motorja, kjer trije napredni trikotni svetlobni elementi razkrijejo Tindayin nov prepoznavni znak.



Robusten videz daje vozilu velika oddaljenost od tal, ki jo poudarjajo posebne obloge pokrovov koles in spodnjih stranskih pragov.



Prepoznavna stalno osvetljena črna sprednja maska izraža odločnost znamke.



Med vizijo in birokracijo

Piše: dr. Slavko Ažman,
vodja poslovnega upravljanja v Porsche Slovenija

Kljub drugačnim ocenam je električna mobilnost v Sloveniji na dobri poti – a svoj pravi zagon bo dosegla šele, ko bomo odpravili še zadnje birokratske ovire.

Verjetno ste v zadnjem času pogosto slišali, da so evropski avtomobilski proizvajalci v krizi in da se je povsod, tudi v Sloveniji, ustavila prodaja električnih vozil. Pa se je res?

Po podatkih evropskega združenja avtomobilskih proizvajalcev ACEA se je v EU delež električnih vozil med vsemi prodanimi novimi vozili v prvih devetih mesecih letošnjega leta povečal na dobrih 16 odstotkov, delež priključnih hibridov pa na 9 odstotkov. To pomeni, da je v EU že vsako četrto prodano novo vozilo baterijsko električno vozilo ali priključni hibrid. Že kar nekaj časa se proda več električnih kot dizelskih avtomobilov. V Nemčiji, kjer naj bi bila električna mobilnost domnevno v krizi, se je prodaja baterijskih električnih vozil v tem času prav tako povečala za skoraj 40 odstotkov. Kaj pa Slovenija?

Tudi pri nas je precej zanimanja za električne avtomobile. Delež baterijskih električnih avtomobilov se je v prvih devetih mesecih letos povečal s 6 na 11 odstotkov. Priključni hibridi imajo še precej skromen delež, a je kljub temu mogoče zaznati njegovo povečanje z 1,5 na 3,8 odstotka.

Povečano zanimanje za električne avtomobile se kaže tudi v tem, da pospešeno zmanjkuje sredstev za subvencije po aktualnih razpisih Borzena, a načeloma to ni problem, saj so na ministrstvu zelo fleksibilni. Tri milijone evrov so prenesli s področja sofinanciranja polnilne infrastrukture, kjer zaenkrat še ostajajo sredstva, prav tako je že zagotovljenih

16 milijonov evrov iz podnebnega sklada za prihodnje leto. Dobro se namreč zavedajo, da mora biti politika spodbud dolgoročno usmerjena in predvidljiva, če želimo, da je uspešna. Za letošnje in prihodnje leto zato obljublajo, da ne bo večjih sprememb pri razpisih. Skratka, zdi se, da je vse v najlepšem redu.

Zakaj torej v zvezi z električno mobilnostjo poslušamo samo slabe novice? Deloma zato, ker je ob ukinitvi subvencij v Nemčiji v letu 2024 dejansko prišlo do velikega pretresa na celotnem evropskem avtomobilističnem trgu, deloma pa zato, ker je evropska avtomobilska industrija na razpotju in je vse bolj jasno, da so pred njo veliki strateški izzivi. Pri električnih avtomobilih nima tako jasne tehnološke prevlade, kot jo ima pri motorjih z notranjim zgorevanjem, poznamo tudi dileme glede dostopa do ključnih surovin in sestavnih delov. Kljub temu pa so električni avtomobili zaradi svojih prednosti zanimivi za vse širši krog kupcev.

Problem proizvajalcev zato ni, da se električni avtomobili ne prodajajo, težava je v tem, da njihova prodaja ne narašča tako hitro, kot so si zamislili v Evropskem parlamentu in Komisiji. Famosno leto 2035, ko naj bi prodajali samo še električne avtomobile, se je pred nemškim fiaskom z ukinitvijo subvencij zdelo zelo ambiciozno, sedaj pa je jasno, da je popolnoma nerealno, zato je skrajni čas, da se ta odločitev odpravi.

»Leto 2035 se je pred nemškim fiaskom zdelo zelo ambiciozno, sedaj pa je jasno, da je popolnoma nerealno.«

V Sloveniji smo sicer glede na dosedanji zaostanek trenutno na dobri poti. Imamo strokovno in zagnano ekipo na ministrstvu, dobro področno zakonodajo, ustrezno subvencijsko politiko in davčne spodbude, a vedno zmanjka še tista pika na i, da bi vse skupaj zaživel kot harmonična celota.

Tako nam že leta nikakor ne uspe spremeniti Stanovanjskega zakona, da bi zmanjšali potrebno soglasje solastnikov v večstanovanjskih objektih za postavitev polnilne infrastrukture, pa vsi vemo, da so prav bloki eden večjih izzivov pri uveljavljanju električne mobilnosti. Prav tako se nam je v Sloveniji nekako posrečilo izničiti dve odlični davčni spodbudi – uveljavljanje vstopnega DDV-ja in oprostitve plačila bonitete za zasebno rabo službenega električnega vozila. V nasprotju z Avstrijo pri nas FURS zahteva poračun DDV-ja za zasebne kilometre, kar hitro preseže celoten znesek vstopnega davka. Drugače kot v Nemčiji v Sloveniji tudi še vedno ni mogoče voziti električnih dostavnih vozil z vozniškim izpitom kategorije B, čeprav imamo to zapisano v strateških dokumentih že od leta 2018.

Glede na to, da Slovenija za ciljnimi številom priključnih hibridov zaostaja kar za 80 odstotkov, pa bi veljalo spet razmisliti o ponovni uvedbi subvencij tudi zanje. Zanimivi so predvsem kot prehodna tehnologija, ki električno mobilnost lahko približa tudi kupcem, ki jih popolnoma električna vozila še niso prepričala.

Skratka, električna mobilnost v Sloveniji je na dobri poti, a bi bilo škoda, če ne bi odpravili še zadnjih ovir za njen poln razvoj. Še zlasti, ker to ne zahteva večjih finančnih sredstev, pač pa predvsem nekaj volje za spremembo predpisov. 🚗

Poslovni Carzine 🚗

Poslovni Carzine 🚗

Izdajatelj:

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

Odgovorna urednica:

Simona Podlipny,
simona.podlipny@porsche.si

Idejna in oblikovna zasnova ter uredništvo:

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

Glavna urednica:

Barbara Bizjak

Umetniško vodenje:

Martin Košir

Fotografije:

Adobe Stock,
Bor Dobrin,
Klemen Ilovcar,
Miran Juršič,
Primož Lukežič

Avtorji:

Matjaž Ambrožič,
Barbara Bizjak,
Mihael Cajnko,
Urška Henigman,
Mateja Jordan,
Anja Leskovar,
Igor Savič,
Jak Vrečar

Tisk:

Silveco d.o.o.

Datum natisa:

november 2025

Naklada:

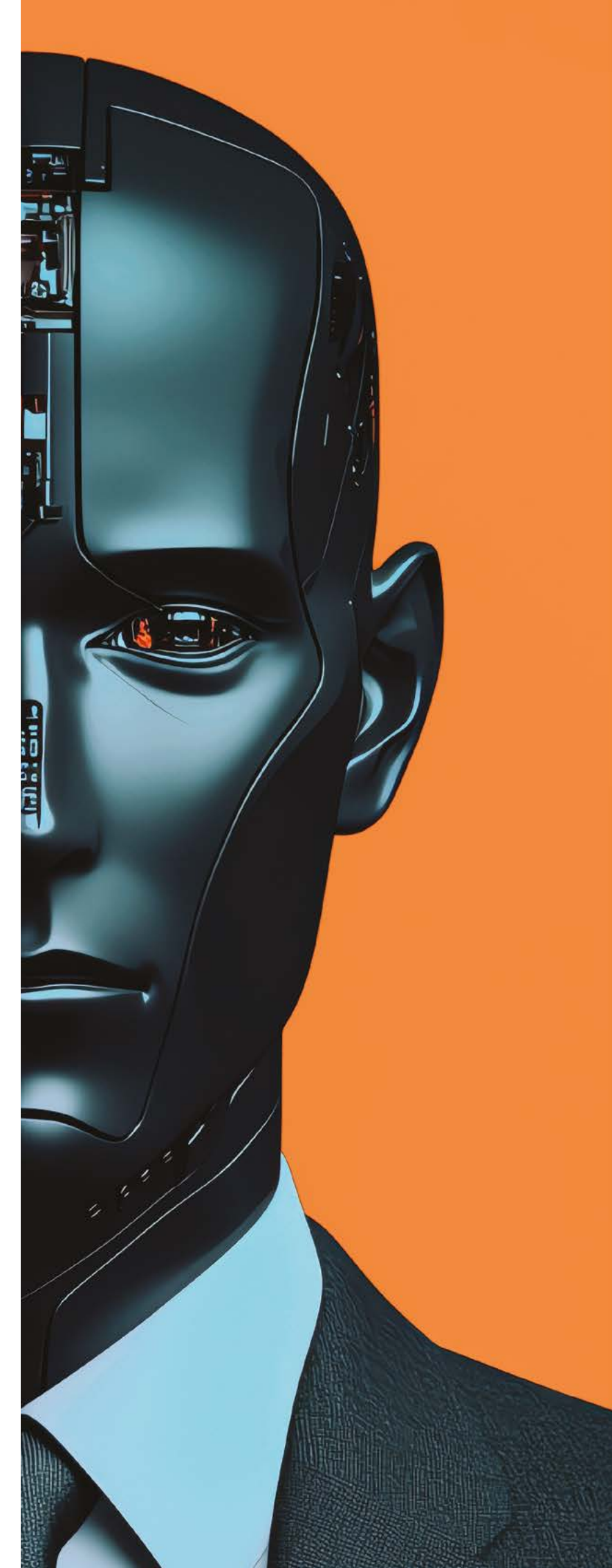
1250 izvodov

ISSN:

C507-0635

»Četrta industrijska revolucija je po mojem mnenju vpeljava umetne inteligence, ki poslovanje obrača povsem na glavo.«

Darko Butina, strokovnjak za UI v poslovanju, v pogovoru na strani 10



PORSCHE
SLOVENIJA

Z vami na vseh poteh življenja

www.poslo.si



Das WeltAuto.
Preverjena rabljena vozila

