

PORSCHE
SLOVENIJA

POMLAD/POLETJE 2026

Poslovni

Carzine

Dovolj je ena
razpoka
v sistemu

Mobilnost, posel in varnost

Varnost smo nekoč razumeli predvsem kot obrambo, kot zaščito pred zunanjimi grožnjami. Danes je veliko več. V svetu digitalne odvisnosti, globalne prepletenosti in vse hitrejših sprememb ni več strošek ali podporna funkcija, temveč ena ključnih strateških odločitev vodstva podjetja.

Nova valuta

Danilo Ferjančič in Martin Wienerroither,
generalna direktorja Porsche Slovenija




Kaj danes za podjetje sploh pomeni biti »varen«? Nevarnosti niso več zgolj fizične ali lokalne. Segajo v digitalni prostor, podatke, procese in ljudi. Kibernetski napadi, motnje v dobavnih verigah, prometne nesreče in pomanjkanje ključnih talentov so postali del iste enačbe, ki neposredno vpliva na stabilnost poslovanja, ugled in dolgoročno vrednost podjetja.

Varnost je danes preplet tehnologije, ljudi, procesov in vodstvenih odločitev. Je sposobnost predvidevanja tveganj, hitrega prilagajanja nepredvidljivemu in ohranjanja kontinuitete tudi takrat, ko sistemi odpovejo. Podjetja, ki varnost razumejo kot strateško naložbo, ne le zmanjšujejo tveganja – gradijo dolgoročno konkurenčno prednost.

poslovnega uspeha

Tudi v avtomobilski industriji, katere del je Porsche Slovenija, se razumevanje varnosti hitro spreminja. Ta daleč presega pasivno zaščito v primeru nesreče in zajema celoten ekosistem mobilnosti, od naprednih asistenčnih sistemov in povezanih vozil do odgovornega upravljanja voznih parkov in izobraževanja voznikov.

Zato v osrednjem vsebinskem sklopu tokratne številke revije Poslovni Carzine varnost obravnavamo celovito: od kibernetske odpornosti in realnih digitalnih groženj do varne mobilnosti, skritih stroškov prometnih nesreč ter širšega vprašanja, kako varno je poslovati v Sloveniji in ali lahko prav stabilno, predvidljivo okolje postane pomembna konkurenčna prednost slovenskih podjetij.

1000+

cestnih delovišč v Nemčiji je že povezanih z infrastrukturo Car2X. Sistem opozarja vozila na nevarnosti do 800 metrov vnaprej.

40

evropskih držav bo postopoma vključenih v novo varnostno iniciativo Volkswagen Group. Koncern od začetka leta 2026 širi uporabo podatkov iz realnih prometnih situacij za izboljšanje asistenčnih sistemov in avtomatizirane vožnje.

0

smrtnih žrtev v prometu je cilj VIZIJE NIČ, ki ji sledi koncern Volkswagen, podpira pa jo tudi Porsche Slovenija.

2,3 milijona

vozil znamk Volkswagen, Volkswagen Gospodarska vozila in CUPRA že uporablja tehnologijo Car2X. Sistem omogoča opozarjanje na nevarnosti, nesreče, zastoje in intervencijska vozila v realnem času.

Posel v času tveganj

Dokler vse deluje, je varnost v poslovnem svetu pogosto samoumevna. Ko pride do kibernetkega vdora, prometne nesreče, prekinitve poslovanja ali zastoja v vsakodnevnih procesih, pa njen pomen nenadoma postane boleče konkreten – in pogosto tudi zelo drag.

A

prava vrednost varnosti se skriva drugje: v tistem, kar se ne zgodi – v napadu, ki ga podjetje pravočasno prepreči, v vozi- lu, ki se izogne nesreči, v procesu, ki se ne ustavi, in v zaposlenih, ki lahko svoje delo opravljajo varno, zanesljivo in brez nepotrebnih tveganj.

Podjetja danes delujejo v okolju, v katerem so tveganja razpršena, hkrati pa vse bolj povezana. Digitalni sistemi vplivajo na fizične procese, službena mobilnost na produktivnost, vozniške navade na stroške, kadrovske odločitve pa na dolgoročno odpornost organizacije.

Zato v tem sklopu varnost razumemo kot skupni imenovalac več poslovnih vprašanj: kako odporni smo proti kibernetnim napadom, koliko nas v resnici stanejo prometne nesreče, zakaj je varnost flote del upravljanja tveganj, kako umetna inteligenca spreminja vlogo vodij in ali lahko varno, stabilno okolje postane tudi konkurenčna prednost države? ●

4,88

MILIJONA USD

je leta 2024 znašal povprečni globalni strošek kršitve varnosti podatkov.

3,4

MILIJARDE

lažnih e-sporočil (phishing) se pošlje po svetu vsak dan. Okoli 100 milijonov jih sistemi prestrežejo, še preden dosežejo naše nabiralnike.

38 %

PODJETIJ

je kibernetke incidente uvrstilo na prvo mesto ključnih poslovnih tveganj v letu 2025, s čimer so ti prehiteli celo prekinitve dobavnih verig in inflacijo.

13,2 %

celotnega IT-proračuna podjetja v povprečju namenijo za kibernetko varnost.

Viri: SI-CERT, Cybint Solutions, IBM, IANS, Statista, Web Arx Security

Nova poslovna varovalka

Približno na vsakih 39 sekund se po svetu zgodi nov kibernetki napad, zato je ključno, da podjetja poskrbijo tako za kibernetko varnost, ki se osredotoča na preprečevanje vdorov, kot tudi za kibernetko odpornost.

Piše: Hana Uršič



Ta pomeni sposobnost podjetja, da preživi digitalni udarec, ohrani poslovanje in si z minimalno škodo čim hitreje opomore.

Zaposleni: najmočnejši in najšibkejši člen

Zagotavljanje kibernetke odpornosti temelji na treh stebrih. Prvi stebel so ljudje, ki so po eni strani primarna obrambna linija za zaščito pred kibernetnimi napadi, hkrati pa njen najšibkejši člen. Po podatkih poročila Verizon DBIR 2024 je bil človeški dejavnik vključen pri kar 68 odstotkih kršitev varnosti podatkov (napake, socialni inženiring, odpiranje sumljivih e-sporočil, klik na lažno povezavo ipd.). Redno izobraževanje zaposlenih o nevarnostih je zato ključno. Podjetje lahko kupi najdražjo programsko opremo na svetu, a če bo zaposleni v računovodstvu kliknil na prepričljivo lažno e-sporočilo s pripombo »Racun_za_najemnino_2024.pdf«, je vsa tehnologija zaman.

To je na lastni koži izkusil tudi globalni igralniški gigant MGM Resorts v Las Vegasu, ki so ga septembra 2023 hekerji napadli s pomočjo socialnega inženiringa. Na LinkedInu so našli



podatke enega od zaposlenih, nato pa poklicali službo za pomoč uporabnikom (helpdesk). Kot je razbrati iz poročil, so se pretvarjali, da kliče omenjeni zaposleni, ki je pozabil geslo, in tako so prek službe za pomoč uporabnikom pridobili dostop do sistemov. Sledil je popoln kaos. Igralni avtomati in rezervacijski sistemi so nehali delovati, odpovedali so celo digitalni ključi za odpiranje hotelskih sob. Podjetje je poleg kraje osebnih podatkov strank utrpelo škodo, ki jo je ocenilo na več kot sto milijonov dolarjev.

Načrt odziva na napade mora biti preizkušen v praksi

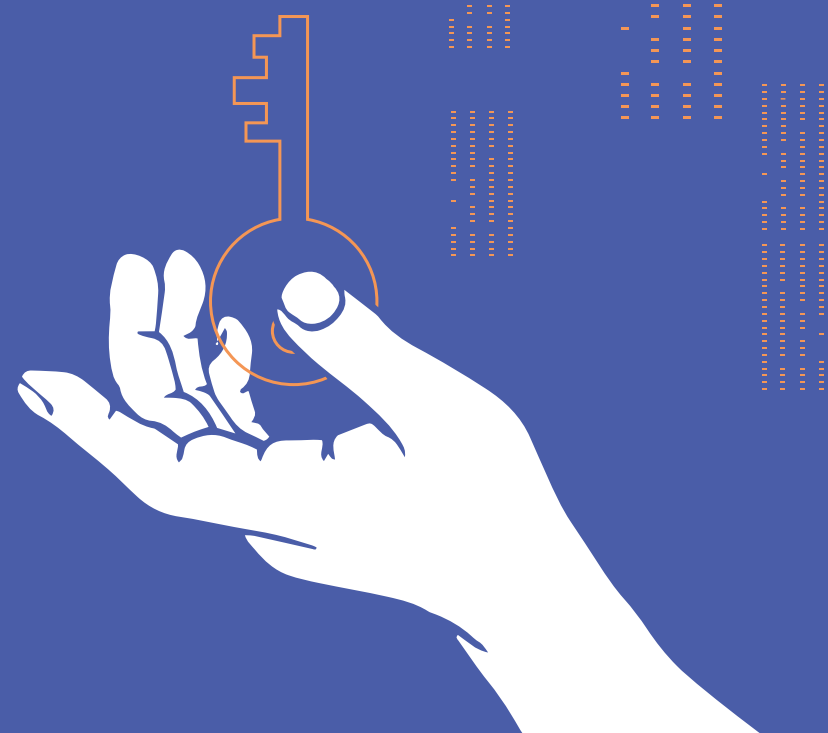
Drugi steber zagotavljanja kibernet-ske varnosti so procesi. Podjetje mora poskrbeti za sistematično varnostno kopiranje, ki mora biti strogo ločeno od glavnega omrežja. Prav tako mora imeti izdelan in testiran načrt odziva na kibernet-ske incidente. Dr. Denis Čaleta, predsednik Slovenskega združenja korporativne varnosti, pojasnjuje: »V podjetjih pogosto obstajajo formalni dokumenti o neprekinjenosti poslovanja pri kibernet-skih napadih, vendar ti niso ustrezno preizkušeni po realnih scenarijih ali s kriznimi vajami. Organizacije tako nimajo primerno vzpostavljenih rezervnih komunikacijskih poti in alternativnih procesov za delovanje v izrednih razmerah.«

Tretji steber kibernet-ske varnosti v podjetju je tehnologija, ki mora temeljiti na modelu ničelnega zaupanja (angl. zero trust). To pomeni, da se nikomur in nobeni napravi ne zaupa samodejno. Podjetja morajo poskrbeti za obvezno večfaktorsko avtentikacijo (MFA) ter vpeljati sisteme za stalno spremljanje in detekcijo groženj (npr. XDR – Extended Detection and Response).

Napadeni smo! Kaj pa zdaj?

Čeprav hekerji najraje napadejo pango, od katerih si obetajo največjo finančno korist (energetiko, zdravstvo, finančni sektor in javno upravo), pred njimi ni varno nobeno podjetje. Kibernet-ski napadi so pogosto usmerjeni tudi v proizvodna podjetja, ker se hekerji zavedajo, da si ta ne morejo privoščiti ustavitve strojev. Izpad proizvodnje namreč lahko stane tudi do 125.000 dolarjev na uro, zato hitreje plačajo odkupnino. Dr. Uroš Svete, direktor Urada Vlade RS za informacijsko varnost (URSIV), zato opozarja: »Ključno vprašanje ni več, ali se bo incident zgodil, temveč kako dobro je organizacija pripravljena nanj.«

Če podjetje doživi kibernet-ski napad, Milan Gabor, direktor podjetja Viris, svetuje naslednje:



»Najprej ne zganjajte panike in ne brišite dokazov. Ključni koraki reševanja situacije so: izolirajte prizadete sisteme, ohranite dnevnike in dokaze, vključite strokovnjake, preverite obseg vdora, obvestite vodstvo in pravno službo ter po potrebi SI-CERT, policijo, regulatorje in poslovne partnerje.« Hkrati Gabor doda: »Pogosta napaka napadenih podjetij je, da poskušajo sistem počistiti sama, da prehitro ponovno vklopijo strežnike ali da komunicirajo nepremišljeno. Cilj podjetja po digitalnem vdoru ne sme biti le, da čim hitreje zažene poslovanje, ampak da prepreči ponovitev napada.«

In zakaj je kibernet-ske incidente pomembno prijaviti tudi ustreznim državnim institucijam? »Pravočasno poročanje omogoča hitro tehnično

64 %
podjetij
po svetu je
doživelo vsaj
eno obliko
kibernet-skega
napada.

Največje nevarnosti in tveganja

- 1. Izsiljevalsko programje (ransomware) in dvojno issiljevanje**
Hekerji ne le zaklenejo podatke, temveč jih pred tem ukradejo in grozijo, da jih bodo javno objavili, če podjetje ne plača odkupnine. Včasih issiljujejo celo stranke napadenega podjetja.
- 2. Napadi z uporabo UI (sophisticated phishing, deepfake)**
UI omogoča hekerjem, da ustvarjajo popolna phishing sporočila brez slovničnih napak ali celo uporabijo tehnologijo deepfake (audio in video prevare), s katero lahko na primer popolno oponašajo direktorjev glas in računovodji naročijo nakazilo denarja.
- 3. Napadi na dobavno verigo (supply chain attacks)**
Napadalci se izognejo dobro zaščiteni glavni tarči (velikemu podjetju) in raje vdrejo v slabše zaščitenega manjšega dobavitelja ali ponudnika programske opreme, ki jo uporablja večja tarča.

Osnovna varnostna higiena

V kaj naj najprej investira podjetje s 50 do 100 zaposlenimi? Milan Gabor, direktor podjetja Viris, svetuje:

- 1. uvedbo večfaktorske avtentikacije (MFA),**
- 2. redne, strogo ločene in testirane varnostne kopije,**
- 3. dosledno upravljanje posodobitev in ranljivosti,**
- 4. zaščito končnih naprav (EDR in antivirusno zaščito, šifriranje podatkov, nadzor naprav),**
- 5. varnost e-pošte in redno izobraževanje zaposlenih za prepoznavanje phishing napadov,**
- 6. osnovni načrt odziva na incidente (kdo odloča, koga poklicati, kako izolirati sisteme).**

podporo, koordiniran odziv in zmanjšanje posledic napada. Incidenti namreč pogosto niso izolirani dogodki, saj lahko isti napadalci hkrati ciljajo na več organizacij. Z deljenjem informacij lahko zaščitimo druge potencialne tarče,« razloži dr. Svete in dodaja, da »sistem poročanja ni namenjen sankcioniranju, temveč krepitevi kolektivne odpornosti«.

Kibernet-ska varnost kot del organizacijskega DNK

Letno poročilo IBM Cost of a Data Breach Report 2024 navaja, da je povprečni strošek kršitve varnosti podatkov (angl. data breach) leta 2024 dosegel 4,88 milijona dolarjev. Za mala podjetja ocene industrije (zavarovalnic in analitikov) kažejo, da se stroški incidenta v povprečju gibljejo med 120.000 in 1,2 milijona dolarjev, kar je za večino med njimi pogubno. Zato mora vodstvo podjetja kibernet-sko varnost prepoznati kot strateško poslovno vprašanje.

Dr. Čaleta opozarja: »Glavni izvršni direktor mora s svojim zgledom pokazati, da je varnost sestavni del kulture organizacije in odgovornost vseh zaposlenih. Pomembno je, da so varnostni cilji vključeni v poslovne procese, razvojne strategije in sistem odločanja na vseh ravneh podjetja.

6196
kibernet-skih
incidentov,
od tega 778
zahtevnejših,
je SI-CERT leta
2025 obravnaval
v Sloveniji.

Organizacija mora vlagati v stalno izobraževanje zaposlenih ter gradnjo kulture zaupanja, odgovornosti in pravočasnega poročanja o tveganjih. Ko zaposleni razumejo, da varnost neposredno vpliva na stabilnost podjetja, njegov ugled in njihova delovna mesta, začne ta postopoma postajati del organizacijskega DNK.« ●

»Direktiva NIS 2 predstavlja pomemben premik v razumevanju kibernet-ske varnosti. Ta ni več zgolj tehnično vprašanje IT-oddelkov, temveč postaja vprašanje upravljanja, odgovornosti in korporativnega vodenja. Osebna odgovornost vodstva pomeni, da morajo uprave aktivno razumeti tveganja, sprejemati informirane odločitve in zagotoviti ustrezne vire za obvladovanje kibernet-skih groženj.«

Dr. Uroš Svete,
direktor URSIV-a

» Nobeno podjetje ni premajhno za kibernetiski napad «

Kibernetiski kriminal narašča in že predstavlja segment gospodarskih kaznivih dejanj, ki povzroči največ škode. O tem, kako se braniti in kaj storiti, ko je podjetje napadeno, smo govorili z vodjo Nacionalnega odzivnega centra za kibernetisko varnost SI-CERT, Gorazdom Božičem.

Piše: Anja Leskovar Foto: Miran Juršič

01 Kako ogrožena so slovenska podjetja v globalnem kontekstu kibernetiskega kriminala?

Smo na radarju storilcev različnih profilov, nismo izjema. Na internetu majhnost načeloma ne pomeni, da nas ne bodo opazili, a so nekatere posebnosti. Napadi z izsiljevalskimi virusi so denimo v Sloveniji manj pogosti, ker povprečno slovensko podjetje nima toliko sredstev kot ameriško ali francosko. Storilci iščejo bogate tarče, ki jih lahko izsiljujejo, da za podatke plačajo višjo odkupnino. Se pa tudi pri nas mesečno zgodi okoli tri do pet takih primerov.

02 Kakšne vrste napadi najpogosteje doletijo slovenska podjetja?

Trenutno je najpogostejši napad na VPN-omrežja podjetja (navidezna zasebna omrežja, op. a.), pogosto prek prenosnika zunanega izvajalca. Tega okužijo, s tem ukradejo gesla za VPN-omrežja in si omogočijo oddaljeni dostop do naprave. Tako nepooblaščen pridejo v digitalno okolje podjetja in se razgledajo. Veliko podjetij ima še vedno zelo enostavno izdelana omrežja; nimajo vmesnih požarnih

zidov ali segmentacije notranjega omrežja, zato ima napadalec lažje delo. Pogost incident je tudi vrivanje v poslovno komunikacijo. Napadalci vdrejo v poštni predal komercialista, ki stranki pošlje ponudbo za nakup, nato v na videz enakem mailu sporočijo nov bančni račun, ki ga tudi zelo kreativno pojasnijo, denar za nakup pa gre potem na račun napadalcev namesto na račun podjetja. Lani smo zaradi takšnega vdora zaznali največje oškodovanje, odkar na SI-CERT-u spremljamo tovrstne incidente, to je za 170.000 evrov.

Kaj pa je cilj vdora v VPN-omrežje?

03 Zašifrirati podatke, jih ukrasti in ugotoviti, koliko so vredni. Če podjetje nima varnostnih kopij, s katerimi bi obnovilo sistem, je pot do odkupnine odprta. Varnostne kopije so zato ključne, in to ne v oblaku, ampak na lokalnem strežniku v lasti podjetja ali na tretji lokaciji. Je pa posledica vsakega napada finančna škoda zaradi kraje sredstev ali poslovna škoda zaradi izpada dohodka. Leta 2018 je bila denimo z izsiljevalskim virusom napadena Lekarna



Gorazd Božič je vodja Nacionalnega odzivnega centra za kibernetisko varnost SI-CERT, s svojo ekipo pa spremlja in obravnava kibernetiske incidente v Sloveniji. Je eden najbolj kompetentnih sogovornikov, ko gre za razumevanje spletnih prevar, izsiljevalskih virusov, vdorov v poslovna omrežja in drugih tveganj, s katerimi se danes spoprijemajo podjetja.

Ljubljana; zaradi neposlovanja je bila ocenjena škoda blizu dva milijona evrov.

04 Ključno je, da delujemo preventivno.

Absolutno. Treba je določiti postopke, s katerimi bomo zamejili posledice, predvideti, kaj se bo zgodilo, kdo bo komuniciral s kom ipd. Komunikacija mora biti odprta in iskrena, situacije ne smemo olepševati. Tako nas potem napadalci ne morejo izsiljevati s tem, da bodo javno objavili, kaj se dogaja. Treba pa je imeti vnaprej pripravljene scenarije, kako se ustrezno odzvati, in tudi vaditi njihovo izvajanje, podobno kot imamo požarne vaje. Napad vedno preseneti, ampak če je jasno, kako ukrepati, je škoda lahko bistveno manjša.

05 Kdaj se v Sloveniji zgodi največ napadov?

Valovi phishing napadov, pri katerih napadalci postavijo lažno spletno stran banke, se pogosto začnejo v petek zvečer, ker ob koncu tedna banke ne delajo. Tudi pri napadih na podjetja storilci neredko izkoriščajo vikende, saj tako pridobijo čas, v katerem lahko

»Leta 2018 je bila z izsiljevalskim virusom napadena Lekarna Ljubljana; zaradi neposlovanja je bila ocenjena škoda blizu dva milijona evrov.«

nemoteno opravijo svoje in za seboj potem tudi počistijo. Več časa ko preteče, manj sledi ostane za njimi, zahtevnejše delo imamo in težje rešimo probleme.

06 Kaj pa je skupno napadenim podjetjem?

Razlogi, da so napadena, so različni, dejstvo pa je, da so bolj ranljiva mala in srednja podjetja. Velika podjetja lažje prepričajo vodstva, da je kibernetična varnost pomembna, imajo zaposlene strokovnjake, ki se ukvarjajo z njo, in informirane direktorje, morda so tudi zavezana k zakonodajnim smernicam, kot to velja za finančni in energetski sektor. Mala in srednja podjetja pa si takšne ekipe ne morejo privoščiti, opazili smo celo, da je pogosto problem tudi kultura poslovanja. Spletne strani, omrežje podjetja in varnost namreč neredko zasnujejo ljudje, ki niso usposobljeni za kibernetično varnost, so pa poceni in jih vodstvo ali zaposleni poznajo. Velikokrat se dela preveč po domače.

07 Torej ni pravila, da te ne bo nihče napadel, če si manjši?

Nikakor, spomnim se primera incidenta v avtomehanični delavnici. Nobeno podjetje ni premajhno za napad. Ker smo zaznali ta manko pri malih in srednjih podjetjih, smo oblikovali tečaj Varni v pisarni. To je brezplačen tečaj, na katerem zaposlenim prikažemo najpogostejša tveganja, da jih lažje prepoznajo in se naučijo, kako se jim izogniti. Imamo tudi tečaj za IT-specialiste. To je del osnovne higiene kibernetične varnosti podjetja.

08 Kaj pa so še osnove higiene kibernetične varnosti?

Zmanjšanje tveganja, ki ne zahteva izjemnih vložkov: večfaktorska avtentikacija, ločitev internih omrežij od zunanjih, ustvarjanje varnostnih kopij in redno preverjanje, ali lahko iz njih restavriramo podatke. Moramo se tudi izobraziti, saj smo zato bolj pozorni na nenavadno dogajanje in ukrepamo takoj, ko ga zaznamo. Smiselno je tudi najeti zunanega izvajalca, ki bo pomagal vzpostaviti varnost. Najmanj, kar lahko podjetja storijo, saj to nič ne stane, pa je, da zaposlene prijavijo na tečaj, IT-jevci pa naj se naročijo na SI-CERT-ov novičnik. Ne sme pa biti to končna rešitev, s kibernetično varnostjo se je treba nenehno ukvarjati. Številna podjetja so že postala zavezana Zakonu o informacijski varnosti in bodo morala zadostiti določilom, denimo temu, da morajo imeti ažurne dnevniške zapise (loge) dogajanja.

Ti so ključni, da lahko po incidentu ugotovimo, kaj se je zgodilo.

09 Na katerem področju podjetja v Sloveniji najbolj podcenjujejo kibernetično varnost?

Delno pri kulturi poslovanja, ko se dela po domače, hkrati pa laike neka osnovna informacijska pismenost hitro zavede v občutek, da imajo dovolj znanja, kar še zdaleč ne drži. Informacijska tehnologija je res kompleksna, zato so nujni strokovnjaki, ki vedo, kako vzpostaviti varnost – podobno kot potrebujete električarja za napeljevanje elektrike. In treba se je tudi zavedati, da ima celo oprema, ki naj bi skrbelo za kibernetično varnost, svoje pomanjkljivosti, ranljivosti.

10 Kaj pravijo številke: koliko kibernetični napadi letno stanejo slovensko gospodarstvo?

Te ocene nimamo, imamo pa podatke slovenske policije, ki vodi evidenco skupaj s prijavi posameznikov. V letu 2025 je ugotovila, da je bila v različnih spletnih goljufijah in drugih incidentih prijavljena škoda v višini 40 milijonov evrov, kar je za 30 odstotkov več kot v letu 2024. Po ocenah policije je spletni kriminal zdaj največji segment v okviru gospodarskih kriminalnih dejanj in ne kaže, da bo kmalu začel upadati. Treba je vedeti, da se tega ne lotevajo mozojljasti najstniki, če se izrazim slikovito, ampak organizirane kriminalne združbe, ki imajo razvite dovršene metode dela. Dva raziskovalca sta se pod krinko infiltrirala v kitajsko združbo,

ki organizira napade. Dobila sta mentorja, ki ju je učil, kako to početi, dali so jima začetni paket orodij, naučili so ju, kako zakriti sledi. Ponekod pa ljudi celo zvabijo na odročne lokacije z obljubo, da bodo delali v klicnem centru. Ko pridejo, jih ugrabijo, zaprejo in jim določijo dnevno kvoto goljufij. Prav zato tega kriminala ne moremo kar ugasniti, interneta ne moremo očistiti, saj je postal prevelik in preveč kompleksen.

11 Kaj podjetja praviloma storijo v prvih 24 urah po kibernetičnem napadu in kaj bi morala narediti?

Ko se zgodi incident, mu vedno sledi kaos, tudi v podjetjih, ki imajo načrte za odzivanje. Ponekod delajo napako, da nato dolgo razmišljajo, kaj bi storili. Odziv pa mora biti hiter, da lahko zamejimo posledice. Dlje kot čakamo, več dokazov in indikatorjev, ki kažejo, kaj se je zgodilo, izgine. Dnevniški zapisi dogajanja, tudi če jih imamo, se sčasoma izbrišejo, storilci lahko počistijo za seboj. Nujno se je hitro odzvati in prijaviti napad.

SI-CERT ni inšpekcijski organ, nikogar ne oštevam, na nikogar ne kažemo s prstom, ne iščemo krivcev v podjetju, lahko pa pomagamo ugotoviti, kaj se je zgodilo, in svetujemo naslednje korake. Razumemo, da morajo podjetja opravljati svojo funkcijo na trgu in imajo včasih omejene možnosti za investicije v varnost. Zato res poskušamo pomagati, kolikor lahko – z informacijami, izobraževanjem, nasveti. Je pa pogosto problem, da za kibernetično varnost številnih podjetij skrbijo zunanji izvajalci. Kaj pa, ko se incident zgodi? Bo isti zunanji izvajalec preiskoval incident in potencialno ugotovil, da je prišlo do oškodovanja zaradi njegove napake? Bo to povedal vodstvu? Zato je rešitev, da ima podjetje nekoga, ki postavi sistem, incidente pa preiskuje kdo, ki je neodvisen.

12 Koliko časa potem potrebujejo slovenska podjetja, da se postavijo nazaj na noge?

Težko govorim o tem, kako hitro si finančno opomorejo, medtem ko lahko poslovanje ponovno vzpostavijo v nekaj urah ali dneh, v kritičnih primerih, kot je bil napad na Univerzo

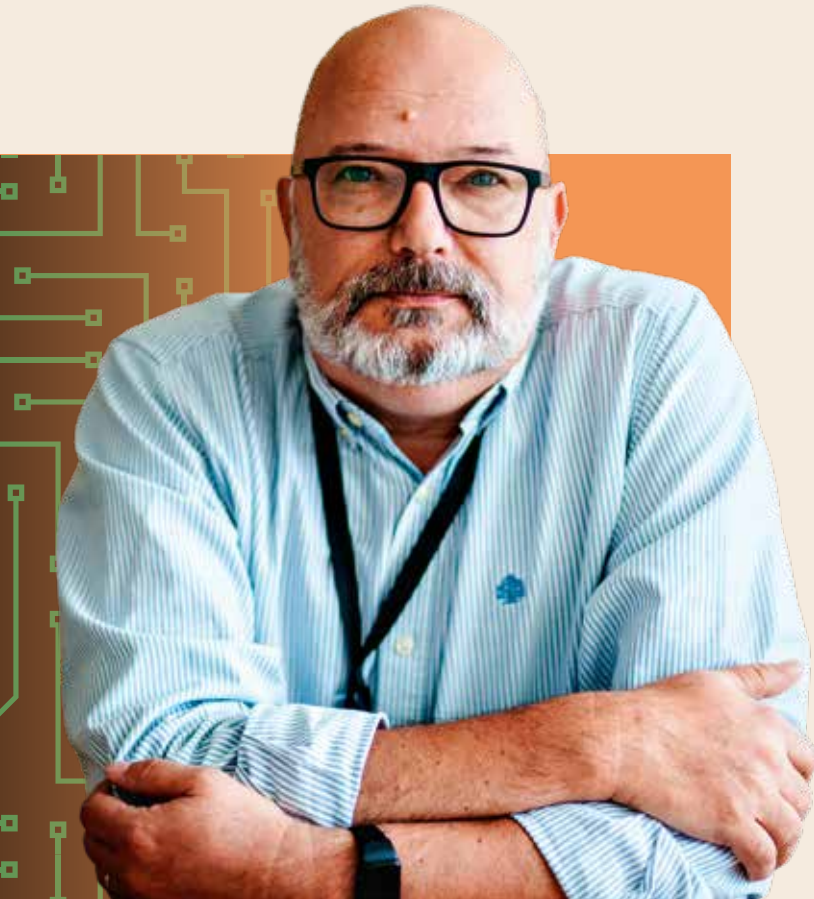
v Mariboru, pa lahko traja tudi več tednov. Tukaj je šlo za izsiljevalski virus, napadalci so grozili, da bodo uničili podatke. Situacijo so na mariborski univerzi lahko rešili, ker so imeli varnostno kopijo na tretji lokaciji, na Arnesu. To je bilo ključno in prav to imam v mislih, ko govorim o varnostnih ukrepih v kompleksnih sistemih, kot je recimo veliko podjetje ali univerza. Treba se je vprašati, kateri sistemi so kritični, in določiti, kje bomo začeli vzpostavljati varnost. Nujno je opraviti triažo kibernetične varnosti.

13 Kaj bi torej svetovali direktorju srednje velikega podjetja: katere stvari naj uredi takoj, če noče tvegati kibernetičnega napada?

Poskrbi naj, da bo imel dobrega strokovnjaka za informacijske tehnologije, ki se bo lahko izobrazil na področju kibernetične varnosti, potem pa naj ga posluša. To je ključno: če imate človeka, ki ve, kaj dela in kaj bi moral delati, ga poslušajte! Če vam nekdo pove, da je neko napravo treba zamenjati, ker je njena življenjska doba potekla in zato požarni zid ne deluje več, je treba nemudoma ukrepati, ne čakati. Dokler tega ne boste uredili, so vrata za »vlomilce« na široko odprta. Vodstvo mora razumeti posledice in zaupati svojim zaposlenim (ali zunanjim) strokovnjakom. V podjetju pač morate imeti nekoga, ki bo lahko ocenil, ali ste naredili vse, kar lahko storite za kibernetično varnost. Ne gre se zanašati na rešitve na ključ.

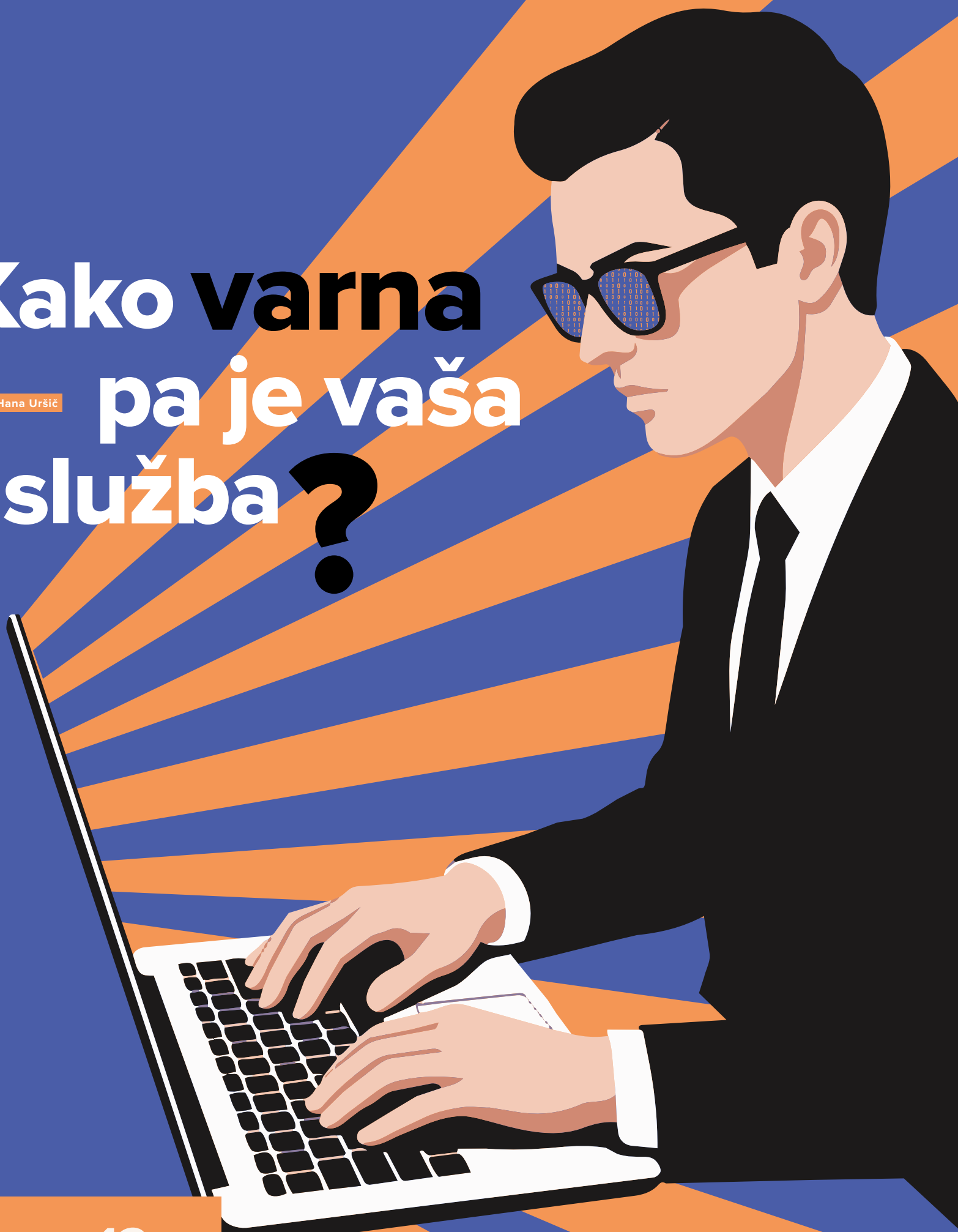
14 Koliko slovenskih podjetij bi danes zdržalo in preživelo kibernetični napad?

Če sodim po preiskovanih incidentih, bi večina največjih podjetij napad preživela in njihovo poslovanje ne bi bilo bistveno okrnjeno. Sploh v kritični infrastrukturi so reči dobro urejene. HSE, denimo, lahko upravlja svoje omrežje brez interneta in ima zaposlene ljudi, ki o tem nenehno razmišljajo in nenehno bdijo nad varnostjo. Za mala in srednja podjetja težko ocenim, ker so primeri zelo različni; nekatera bi se verjetno dobro znašla, nekatera pa bi bila lahko močno prizadeta. ●



Kako varna pa je vaša služba?

Piše: Hana Uršič



Skoraj polovica direktorjev verjame, da bi lahko umetna inteligenca prevzela večino njihovega dela. UI se namreč vse več uporablja za analizo, napovedovanje in optimizacijo, torej na področjih, na katerih je tradicionalno temeljila moč vodij. Če to UI počne že zdaj, kakšna je potem sploh še vloga vodje?

UI danes s hitrostjo, natančnostjo in prilagodljivostjo pri mnogih procesih že močno presega človeka, kar napredna podjetja s pridom izkoriščajo za ustvarjanje konkurenčne prednosti. Vse bolj pa UI prevzema tudi naloge, ki so bile še do nedavnega rezervirane za ljudi na vodilnih položajih. Zato vprašanje, ali UI pomeni grožnjo menedžerskim pozicijam, ni več brezpredmetno. A prav način, kako podjetja UI vključujejo v odločanje, pokaže, kje so njene meje – in kako hitro lahko z njeno uporabo tudi zgrešijo.

Ravno tu postane jasno, zakaj vodje UI vidijo hkrati kot priložnost in kot tveganje. Raziskava edX je pokazala, da 49 odstotkov izvršnih direktorjev (CEO) meni, da bi se z UI lahko avtomatizirala večina njihovega dela. Vodilni se torej zavedajo, koliko njihovega dela je analitičnega in rutinskega – takšnega, ki ga UI lahko opravi bolje od njih samih. A ključno vprašanje ni, ali UI zmore več, temveč koliko odločitev ji lahko prepustijo. Človeške plati vodenja, kot so na primer postavljanje

Napaki, ki ju danes delajo vodje

1.

Slepo zaupanje tehnologiji – primer Zillow kaže, da lahko podatki brez kritične presoje peljejo do zelo dragih napačnih odločitev.

2.

Pasivnost – neuporaba UI, medtem ko konkurenca zaradi nje napreduje.

Katero delo lahko prevzame UI in katero ne?

☑ DA	☒ NE
analiza velike količine podatkov in priprava poročil	postavljanje vizije in strategij
napovedovanje možnih trendov	vodenje ljudi (motivacija, odnosi, kultura)
optimizacija procesov	sprejemanje odločitev v negotovosti
rutinska opravila	upoštevanje etičnih dilem in vrednot

strateških vizij, čustvena inteligenca pri vodenju ljudi, kritično presojanje podatkov, odločanje v negotovosti ter razumevanje in upoštevanje etičnih dilem, UI vsaj še nekaj časa ne bo mogla nadomestiti (če jo sploh kdaj bo). Prav to nihanje med priložnostjo in tveganjem najbolje pokažejo konkretni primeri iz prakse.

Lekcija, vredna 400 milijonov izgube

Da je slepo zanašanje na UI pri strateških odločitvah izjemno nevarno, slikovito dokazuje nepremičninski velikan Zillow. Leta 2018 so v tem podjetju ambiciozno zagnali program Zillow Offers, pri katerem je UI namesto investicijskih menedžerjev neposredno prevzela vlogo nakupnega menedžerja. Algoritem je sam določal, katere hiše in za kakšno cenno bo podjetje kupilo, da bi jih z dobičkom prodalo naprej. Leta 2021, ko je trg zaradi pandemije postal zelo volatilen in nepredvidljiv, UI ni znala pravilno predvideti hitre ohladitve in lokalnih posebnosti. Podjetje je na slepo kupilo na tisoče hiš po bistveno višjih cenah, kot so bile dejanske vrednosti teh nepremičnin. Ko jih je poskušalo prodati, ni iztržilo niti toliko, kot je UI plačala zanje. Posledice so bile katastrofalne. V enem samem četrtletju je podjetje pridelalo skoraj 400 milijonov dolarjev izgube, odpustilo je dva tisoč ljudi, njegova delnica pa je čez noč strmoglavila. Problem seveda ni bil v algoritmu, ampak v tem, da so mu zaupali brez kritične presoje.

»Umetna inteligenca je lahko svetovalec, CEO mora ostati človek«

Pogovor z mag. Katjo Kraškovic, predsednico uprave GEA Colleaguea.



01 Ali UI predstavlja grožnjo za direktorske položaje?

UI vidim predvsem kot priložnost. Vodjem omogoča hitrejši dostop do informacij in bolj premišljene odločitve. Razbremeni nas rutinskih nalog, zato imamo več časa za tisto, kar je pri vodenju res pomembno – delo z ljudmi. Tisti, ki bodo UI znali vključiti v svoje delo, bodo bistveno bolj učinkoviti.

02 Katere naloge direktorjev lahko že danes učinkovito prevzame UI?

Vse, kar je ponovljivo, analitično in podatkovno intenzivno. Če danes kot direktor še vedno ročno pripravljate poročila ali analize, te je UI že prehitela.

03 Kateri del vodenja pa ostaja izrazito človeški?

Odločitev. Ne podatki, ne analiza – odločitev. In pogum, da se stoji za to odločitvijo. Pa tudi razumevanje ljudi. Empatija, intuicija, presoja v kompleksnih situacijah in sposobnost povezovanja ekipe. To tehnologija težko nadomesti.

04 Pa bi UI v prihodnosti lahko popolnoma prevzela tudi najvišje vodstvene funkcije?

UI lahko optimizira delovanje podjetja in močno podpira vodstvo. Ne zna pa podjetja voditi v pravem pomenu besede. Podjetja niso algoritmi, ampak so ljudje, odnosi, razumevanje širšega konteksta in nepredvidljive situacije. UI je orodje in ga lahko uporabljamo kot svetovalca, CEO pa mora ostati človek – nekdo, ki razume posledice odločitev ne samo v številkah, ampak tudi v ljudeh in občutkih.

05 Kaj je največje tveganje današnjih vodij?

Pasivnost. Podjetja danes ne propadajo, ker bi preveč uporabljala UI, ampak ker jo konkurenca uporablja bolje.

06 Katere so ključne nove kompetence vodij v dobi UI?

Sposobnost sodelovanja z intelligentnimi sistemi. Ne gre več za to, da imaš vse odgovore, ampak da znaš postaviti prava vprašanja in presoditi, kateri odgovori imajo smisel. Gre torej za odprtost za učenje, razumevanje osnov delovanja tehnologije in sposobnost kritične presoje.

07 Česa pa se vodje lahko bojijo?

Da bodo postali irelevantni. Ne zaradi UI, ampak zato, ker se spremembam ne bodo prilagodili dovolj hitro.

Einstein kot član uprave

A slabi primeri niso posledica same tehnologije, temveč načina, kako jo uporabljamo. To potrjuje tudi povsem drugačen pristop tehnološke korporacije Salesforce. Njen izvršni direktor in ustanovitelj Marc Benioff je kot pomočnika uprave začel uporabljati interni sistem UI, imenovan Einstein. Ta navidezno sedi na rednih sestankih ožjega vodstva, na katerih najvišji menedžerji predstavijo svoje četrtletne prodajne napovedi, poročajo o stanju na različnih trgih in predlagajo strategije. Ko vsi podajo svoja poročila, se Benioff obrne na prazni stol in za mnenje vpraša še Einsteina. Algoritem v realnem času analizira ogromne količine surovih podatkov podjetja in da nepristransko matematično oceno. Einstein ne odloča, ne odpušča ljudi, deluje pa kot »hudičev odvetnik«. Upravi pomaga odkrivati slepe pege, iz odločanja odpravlja čustva in opozarja na tveganja, ki bi jih ljudje morda lahko spregledali.

Ključ je v sodelovanju

UI je na poslovni parket prinesla izjemne priložnosti, a ima – prav tako kot človek – svoje prednosti in slabosti. Zato pravo vprašanje ni več, kdo bo zamenjal koga, temveč kdo bo znal prevzeti odgovornost za odločitve, ki jih soustvarja z UI. Najuspešnejše organizacije prihodnosti bodo tiste, ki bodo znale združiti moč podatkov z odgovorno človeško presojo. Vodje morajo zato ostati tudi mentalno mobilni: sposobni ves čas prilagajati način razmišljanja napredku tehnologije, znati postavljati prava vprašanja in kritično pretehtati e-analize UI. Ta lahko svetuje, razumevanje in prevzemanje posledic odločitev pa ostajata človeška odgovornost. ●

Vas skrbi, da bo UI nekoč prevzela tudi vaš stolček?

Piše: Hana Uršič

Igor Hostnik,
izvršni direktor
podjetja Actual I.T.

»Malo za šalo, malo zares: algoritem umetne inteligence ne bo sedel na moj stol, ker ga ne potrebuje. UI je izjemno koristna in verjamem, da jo bomo ljudje uporabljali tako kot druga orodja. Empatije in kreativnosti pa UI v znani obliki (še) nima in zato vodenja ljudi ne bo prevzela. Menim, da je to bistveno pri vodenju za konkurenčen nastop, analitika in obdelava podatkov sta le manjši del. Vsa nova orodja so v zgodovini odprla številne nove priložnosti in tako bi po mojem mnenju vodja moral razmišljati o UI. Je pa skrb ena od kompetenc vodenja, zato je prav, da se posvečamo tudi tovrstnim vprašanjem.«



Gordana Kisilak,
direktorica Zbornice
osrednjeslovenske regije, GZS

»UI bo prevzela le del nalog direktorjev, predvsem obdelavo podatkov in analitiko, ter bo podpora odločanju. Ne verjamem pa, da lahko nadomesti vodenje v pravem pomenu besede. Voditeljstvo temelji na zaupanju, odgovornosti, vrednotah in razumevanju ljudi, česar algoritem ne more ustvariti. Naloga nas direktorjev je, da UI uporabljamo modro – kot orodje, ki nam pomaga delati bolje, hitreje in bolj strateško. Ob tem moramo poskrbeti tudi za to, da se umetna inteligenca v podjetja uvaja odgovorno.«

Judita Rigler,
direktorica programa Lab Interior, Mikro+Polo

»UI bo brez dvoma boljša od ljudi pri analitiki, procesiranju podatkov in optimizaciji. A vodenje podjetja ni Excel. Vodje, direktorji vsak dan sprejemamo odločitve na podlagi velikokrat nepopolnih ali nezadostnih informacij, pod pritiskom in z veliko odgovornostjo. UI ne bo zamenjala dobrih vodij ali direktorjev, bo pa zelo hitro razkrila povprečne. Na UI zato ne gledam kot na grožnjo, ampak kot na brutalno ogledalo kompetenc.«



Strošek, ki ga bilance ne pokažejo

Prometne nesreče niso zgolj vprašanje prometne varnosti. So resno poslovno, gospodarsko in javnofinančno breme, ki ga nosijo posamezniki, podjetja, zdravstveni sistem, zavarovalnice in državni proračun.

Piše: Barbara Bizjak

Prometna nesreča se ne konča, ko se promet po cesti sprost, policija zaključi ogled in vlečna služba odpelje poškodovano vozilo. Takrat se pogosto šele začne izstavljeni pravi, skriti račun: bolniške odsotnosti, izgubljene delovne ure, zamude pri dostavah, stroški zdravljenja, rehabilitacije, popravil, zavarovanj, pravnih postopkov in nadomeščanja zaposlenih.

Kaj pravijo številke?

Leta 2025 se je po podatkih Javne agencije RS za varnost prometa (AVP) v Sloveniji zgodilo 20.824 prometnih nesreč. Umrlo je 92 ljudi, 1010 udeležencev je bilo hudo, 6338 pa lažje telesno poškodovanih. Toda surove številke povedo le del zgodbe.

Po zadnji celoviti oceni AVP za leto 2024 so prometne nesreče Slovenijo stale 2,097 milijarde evrov, to je 3,13 odstotka BDP-ja. Tudi če izvmemo statistično vrednost človeškega življenja, stroški še vedno dosegajo 721 milijonov evrov oziroma 1,08 odstotka BDP-ja.

Če skupne družbeno-ekonomske stroške prometnih nesreč brez statistične vrednosti življenja primerjamo s številom poškodovanih in umrlih udeležencev, znaša izpeljana povprečna vrednost približno 97.000 evrov na osebo.

Prav zato prometne nesreče niso le statistika žrtev in poškodovanih, ampak eden tistih stroškov, ki se razpršijo po celotnem sistemu. Država nosi breme na več ravneh, od intervencijskih služb (policija, gasilci, reševalci) in zdravstvene oskrbe (nujna pomoč, dolgotrajna rehabilitacija) do socialnih transferjev, izgubljenih davkov in prispevkov ter zmanjšane delovne aktivnosti.

Prometne nesreče v Sloveniji leta 2025

Vir: AVP

20.824 prometnih nesreč	6338 lažje poškodovanih	1010 hudo poškodovanih	93 umrlih (25 več kot v letu 2024)
-------------------------------	-------------------------------	------------------------------	--



Za podjetje prometna nesreča pomeni:

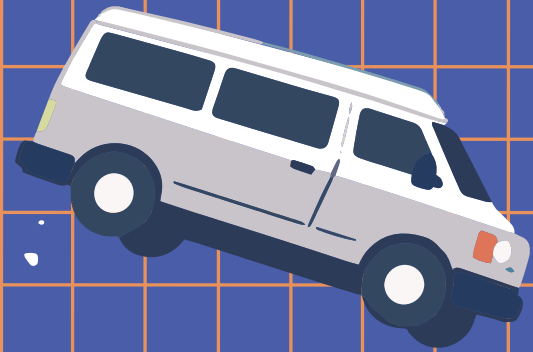
1. bolniške odsotnosti in nižjo produktivnost,
2. zamude pri dostavah in projektih,
3. višje zavarovalne premije,
4. dodatno administrativno breme.

Večina podjetij teh skritih stroškov sploh ne meri.

Vprašanje poslovne stabilnosti

Za podjetje nesreča zaposlenega pomeni veliko več kot zgolj morebitno popravilo ali nakup novega službenega vozila. Tu so bolniške odsotnosti, posledično nižja produktivnost, reorganizacija dela z iskanjem nadomestnega kadra, zamude pri projektih, dodatna administracija, višje zavarovalne premije, v nekaterih primerih pa tudi škoda za ugled podjetja.

Prehitra vožnja, uporaba telefona, utrujenost, alkohol ali slabo načrtovane službene poti tako še zdaleč niso samo varnostna, ampak tudi poslovna tveganja. Podjetja, ki resno vlagajo v prometno varnost – izobraževanje voznikov, uporabo naprednih asistenčnih sistemov v službenih vozilih, kulturo odgovorne vožnje in realno načrtovanje poti –, ne zmanjšujejo le svojih stroškov, temveč krepijo tudi zanesljivost svojega delovanja. Prometna varnost zato ni več samo vprašanje odgovornosti, ampak eden od temeljev stabilnega poslovanja. ●



Varnost flote je poslovna odločitev

Piše: Jak Vrečar

Pri službenih vozilih varnost ni več zgolj vprašanje opreme, temveč obvladovanja poslovnega tveganja.

S

odobna vozila niso le udobnejša, temveč predvsem nudijo boljšo podporo vozniku, omogočajo več nadzora nad stanjem avtomobila in ponujajo več možnosti za preprečevanje nevarnih situacij. Za podjetje to pomeni zelo konkretne koristi: manj nepredvidenih zapletov, večjo zanesljivost storitev in boljšo zaščito zaposlenih.

Poslovni izziv

Vsako podjetje, ki posluje s strankami in ne deluje izključno digitalno, je odvisno od tega, ali zaposleni, oprema ali blago pridejo na cilj pravočasno, varno in brez zapletov. Če se službeno vozilo pokvari ali je udeleženo v prometni nezgodi, to ni več samo prometni dogodek, ampak zelo hitro postane tudi poslovni problem. Povzroči lahko zamude, izpad dela, dodatne stroške, bolniške odsotnosti, organizacijske motnje in včasih tudi resnejše kadrovske posledice.

Prav zato je varna in zanesljiva mobilnost danes veliko več kot tehnično vprašanje avtomobilske industrije. Je del stabilnega, odgovornega

in predvidljivega poslovanja. To potrjuje tudi širši evropski okvir: v enem letu na cestah v Evropski uniji umre skoraj 20.000 ljudi, prometne nesreče pa evropsko gospodarstvo stanejo približno dva odstotka BDP-ja.

Za podjetja se varnost vozila zato ne meri le po zaščiti potnikov, temveč tudi po manjšem številu škodnih dogodkov, bolniških odsotnosti in primerov nedelovanja ter večji zanesljivosti v odnosu do strank.

Nova varnost v praksi

Če smo včasih varnost v avtomobilu razumeli predvsem kot vprašanje pasivne zaščite, torej kakovosti karoserije, uporabe varnostnih pasov, pravnega delovanja varnostnih blazin in zavor, je danes slika precej širša. Sodobno vozilo ne čaka več le na vozniško reakcijo, ampak s pomočjo kamer, radarjev, senzorjev in programske logike ves čas spremlja okolico, opozarja na tveganja ter v nekaterih primerih tudi samodejno posreduje.

Varno vozilo zato ni več samo tisto, ki dobro zaščiti potnike po trku. Vse pomembnejše je, da zna nevarnost zaznati dovolj zgodaj in vozniku pomagati preprečiti, da bi do trka sploh prišlo. Ta premik je pomemben tudi za podjetja: vsak preprečen škodni dogodek pomeni manjšo verjetnost za nedelovanje vozila, strošek in motnjo v poslovanju.

Dober primer sodobne varnosti so sistemi, ki spremljajo, ali voznik še aktivno sodeluje pri vožnji. Če tehnologija ne zazna njegovega odziva, začne stopnjevati opozorila, v skrajnem primeru pa lahko sproži tudi postopek za nadzorovano zaustavljanje vozila. Drugi primer so sistemi, ki ob zaznavi kritične situacije vozilo in potnike pripravijo na morebiten trk. Zategnejo varnostne pasove, stabilizirajo vozilo in s tem izboljšajo delovanje drugih zaščitnih elementov. Meja med aktivno in pasivno varnostjo se tako vse bolj briše: dobro zasnovano vozilo ne štiti le ob trku, ampak pomaga zmanjšati možnost, da do njega sploh pride.

Čeprav se veliko govori o avtonomni vožnji, je danes za vožnjo še vedno odgovoren voznik. Sistemi,

2 % BDP-ja
je ocenjeni gospodarski strošek prometnih nesreč v EU.

(Vir: Evropska komisija)

ki združujejo opozarjanje, zaviranje in pomoč pri izogibalnem manevru, niso namenjeni temu, da vozijo namesto človeka, ampak da mu v kritičnem trenutku pomagajo skrajšati reakcijski čas in zmanjšati nevarnost napačne odločitve. To je pomembno v vsakodnevnih scenarijih, kot so vožnja v koloni, vključevanje v promet ali menjava pasu, pri katerih se v praksi zgodi veliko napak.

Povezana vozila, bolj predvidljiva flota

Pomemben del sodobne varnosti je povezanost. Povezana vozila niso pomembna samo zaradi uporabniške izkušnje ali digitalnih storitev, ampak tudi zato, ker je takšno vozilo za podjetje bolj predvidljivo delovno sredstvo. Omogoča pravočasne servisne preglede, boljši nadzor nad stanjem flote ter lažje načrtovanje vzdrževanja in razporejanja vozil.

Skupina Volkswagen je v začetku leta 2026 napovedala širitev pobude, v okviru katere bodo Volkswagen, Audi, CUPRA, Škoda, Volkswagen Gospodarska vozila in druge znamke koncerna v približno 40 evropskih državah z uporabo senzorskih in slikovnih podatkov iz realnih prometnih situacij dodatno optimizirali asistenčne sisteme in funkcije avtomatizirane vožnje. Skupina ob tem poudarja, da vozila že danes uporabljajo anonimizirane podatke za natančnejša opozorila na nevarnosti, boljše vodenje po voznem pasu in izboljšave funkcij s programskimi posodobitvami. To ima lahko pomemben učinek tudi na varnost in predvidljivost službenih flot.

Varnejša, bolje vzdrževana in podatkovno podprta flota lahko podjetju pomaga do ugodnejše obravnave zavarovalnega tveganja, nižjih škodnih stroškov in posledično cenejšega lastništva oziroma uporabe vozil.

Varnost mobilnosti skozi čas

- 1959:** Tritočkovni varnostni pas postane ena največjih prelomic v sodobni avtomobilski varnosti.
- 1978:** ABS odpre novo dobo elektronsko podprte varnosti v avtomobilu.
- 1995:** Elektronski stabilizacijski sistemi začnejo aktivno preprečevati zdrs vozila.
- 1997:** Euro NCAP varnostne standarde približa širšemu trgu in močno vpliva na razvoj novih vozil.
- 2000–2010:** V vozilih se začnejo širše uveljavljati napredni asistenčni sistemi, kot so samodejno zaviranje v sili, pomoč pri ohranjanju smeri, nadzor mrtvega kota in aktivni tempomat.
- 2020:** Varnostni sistemi vse bolj uporabljajo podatke, povezljivost in senzorje, zato se odzivajo hitreje in bolj prediktivno.
- 2024:** Z uredbo GSR napredni varnostni sistemi postanejo obvezni del opreme novih avtomobilov, prodanih v EU.
- Danes:** Podatki iz realnih prometnih situacij vse bolj pomagajo pri razvoju boljših asistenčnih sistemov in funkcij avtomatizirane vožnje.



Štirje stebri sodobne varnosti mobilnosti

- 1. Aktivna varnost:** sistemi, ki pomagajo preprečiti nezgodo.
- 2. Pasivna varnost:** zaščita potnikov in drugih udeležencev, ko pride do trka.
- 3. Povezana varnost:** podatki, ki pomagajo bolje predvidevati dogodke – opozorila, diagnostika, posodobitve in boljši pregled nad stanjem vozila.
- 4. Organizacijska varnost:** redno vzdrževanje, jasna pravila uporabe vozil in usposabljanje voznikov.

Več povezljivosti – več odgovornosti

Večja uporaba podatkov odpira tudi vprašanja zasebnosti, upravljanja podatkov in kibernetske varnosti. Bolj ko so vozila podatkovno povezana, pomembneje je, da so sistemi zaščiteni pred zlorabami in nepooblaščenimi posegi.

Skupina Volkswagen pri razvoju sistemov za izboljšanje prometne varnosti njenih avtomobilskih znamk tako izrecno poudarja, da je soglasje uporabnika temeljni pogoj za prenos in obdelavo podatkov, da se ti ne prenašajo neprekinjeno, temveč le v vnaprej določenih relevantnih situacijah, ter da gre za razvoj funkcij, namenjenih večji varnosti vseh udeležencev v prometu.

Za podjetja je pri tem pomembno, da sodobna varnost ne pomeni samo več tehnologije, temveč tudi več odgovornosti pri upravljanju te tehnologije. Zaupanje uporabnikov bo zato v prihodnje enako pomembno kot sama zmogljivost sistemov.

Varnejša flota, bolj predvidljiv TCO

Novejša vozila praviloma bolje zaščitijo potnike, imajo več aktivnih sistemov za preprečevanje nezgod, so bolj povezana s servisnimi in upravljaljskimi procesi ter omogočajo večji nadzor nad uporabo vozil. S tem zmanjšujejo verjetnost nepredvidenega nedelovanja in pomagajo podjetju ohraniti kontinuiteto storitev, hkrati pa bolje varovati zaposlene.

Posodabljanje flote je seveda pomembna finančna odločitev, vendar pa je cena vozila le del dejanskih stroškov. Strošek poslovnih flot se pokaže tudi pri servisiranju, porabi, zavarovanjih, popravilih, škodnih dogodkih, nedelovanju vozil in času, ko zaposleni zaradi težav z vozilom ne morejo opravljati svojega dela. Zato se pomen varnosti neposredno povezuje s celotnim stroškom lastništva oziroma uporabe vozil (TCO).

Vozilo, ki pomaga preprečevati nezgode, pravočasno opozarja, da je potreben servis, in omogoča boljši nadzor nad uporabo, lahko pripomore, da podjetje zmanjšuje škodne stroške, nenačrtovano nedelovanje in zavarovalna tveganja. S tem varnost ni več samo tehnična lastnost vozila, temveč del premišljenega upravljanja poslovne mobilnosti.

Del poslovne odgovornosti

Toda tudi najnaprednejše vozilo ne more odpraviti osnovnega dejstva, da je varnost vedno seštevek več dejavnikov. Redni servisi, ustrezne pnevmatike, brezhibne zavore, pravilno delujoči senzorji, jasna pravila uporabe službenih vozil in usposabljanje voznikov ostajajo temelj varnosti mobilnosti v podjetju.

Če podjetje od zaposlenih pričakuje mobilnost, jim mora zagotoviti tudi ustrezne pogoje zanjo. Varnost ni samo to, kaj je vgrajeno v vozilo. Varnost je tudi, kako se vozilo vzdržuje, kdo ga uporablja in ali zna voznik pravilno razumeti sodobne sisteme.

Če je mobilnost del poslovnega procesa, potem je varnost mobilnosti del poslovne odgovornosti. Podjetje, ki vlaga v sodobna vozila, redno vzdrževanje in usposabljanje voznikov, ne le zmanjšuje možnosti za nesreče, temveč tudi krepi zanesljivost svojega delovanja. Varnejša flota zato ni samo vprašanje odgovornosti, temveč tudi pomemben del premišljenega upravljanja poslovne mobilnosti. ●

Kaj mora danes znati novo vozilo?

Od 7. julija 2024 morajo biti vsa nova motorna vozila, prodana v EU, opremljena z vrsto naprednih varnostnih sistemov v skladu z uredbo GSR. Tehnologija, ki je bila nekoč rezervirana predvsem za prestižnejše modele, tako postaja zakonski standard.

Med sistemi, ki jih uredba uvaja za širok nabor motornih vozil, so med drugim:

- inteligentni sistem za pomoč pri hitrosti (ISA):** vozniku pomaga prepoznati veljavne omejitve hitrosti in ga opozarja, kadar jih preseže;
- opozorilo na utrujenost in zmanjšano pozornost voznika (DDAW):** sistem prepoznava znake zaspanosti oziroma popuščanja voznikove zbranosti;
- napredno opozorilo na moteno pozornost voznika (ADDW):** sistem zaznava znake odvratanja voznikove pozornosti od vožnje in ga na to opozori;
- zaznavanje pri vzratni vožnji:** kamera ali senzorji pomagajo zmanjšati tveganje pri manevriranju;
- signal za zaviranje v sili:** ob močnem zaviranju opozori druge udeležence v prometu;
- zapisovalnik podatkov o dogodkih (EDR):** t. i. črna skrinjica, ki ob kritičnih dogodkih zabeleži ključne tehnične podatke vozila;
- priprava za alkoholno zaporo:** standardizirani vmesnik za lažjo vgradnjo alkotestnih naprav.

Za osebna in lahka gospodarska vozila uredba dodatno vključuje tudi:

- samodejno zaviranje v sili (AEB):** sistem zazna nevarnost trka in lahko samodejno zavira, če se voznik ne odzove pravočasno;
- sistem za pomoč pri ohranjanju smeri na voznem pasu (ELKS):** vozniku pomaga preprečiti nenamerno zapustitev voznega pasu.

Pri tovornjakih in avtobusih so posebej pomembni tudi sistemi za zaščito ranljivih udeležencev v prometu:

- sistem za zaznavanje pešcev in kolesarjev v mrtvem kotu (BSIS):** voznika opozori na pešce in kolesarje ob strani vozila;
- sistem za opozarjanje pri speljevanju (MOIS):** zaznava pešce ali kolesarje pred vozilom in voznika opozori na nevarnost pri speljevanju.

Neizkoriščena prednost

Slovenija sodi med najvarnejše države na svetu. Bi v času geopolitičnih napetosti, krhkih dobavnih verig in vse ostrejših globalne tekme za talente to lahko postala ena njenih največjih konkurenčnih prednosti?

Piše: Hana Uršič

Slovenija se je na lestvici **Global Peace Index 2025 med 163 državami uvrstila na deveto mesto** in s tem potrdila status ene najvarnejših držav na svetu. To je pomemben kapital, tudi poslovni. Varnost, politična stabilnost, kakovost življenja in urejeno vsakdanje okolje so danes pomembni dejavniki pri odločanju investitorjev, podjetij in talentov. A varnost sama po sebi ni dovolj. Vprašanje je, ali zna Slovenija ta kapital dovolj prepričljivo pretvoriti v svojo konkurenčno prednost.

Tuji kapital: rekordna raven, a premalo prebojnih naložb

Začnimo pri tujih neposrednih naložbah. Po podatkih Banke Slovenije so te leta 2024 v Sloveniji dosegle rekordnih 23 milijard evrov. Glede na leto prej se je obseg tujeega kapitala povečal za 3,6 odstotka, največ naložb pa je bilo v predelovalni industriji, finančnih dejavnostih in trgovini. Na prvi pogled so številke spodbudne. A vprašanje ostaja: smo lahko z njimi res zadovoljni?

»Rekordna raven tujih neposrednih investicij potrjuje, da Slovenija postaja vse bolj prepoznana kot stabilno, razvojno usmerjeno in strateško zanimivo investicijsko okolje,« pravi Tamara Zajec Balažič, direktorica agencije SPIRIT Slovenija. Ob tem poudarja, da danes ni ključno le vprašanje, koliko je naložb, temveč je predvsem pomembna njihova kakovost: »Potrebujemo investicije, ki prinašajo višjo dodano vrednost, nova znanja, razvojne centre, tehnološki napredek in kakovostna delovna mesta.«

Podobno razmišlja tudi mag. Ajša Vodnik, generalna direktorica AmCham Slovenija in predsednica AmChams in Europe: »Mednarodna poslovna skupnost Slovenijo prepoznava kot državo z izjemnim potencialom, pri čemer investitorji najbolj cenijo predvsem strateško geografsko lego, izobražen kader in dobro digitalno infrastrukturo. Tuji kapital pri nas odkriva področja, na katerih Slovenija ne tekmuje s ceno, temveč z znanjem. Najbolj izstopajo farmacija in biotehnologija s tradicijo in kompetencami svetovnega ranga, robotika in napredna proizvodnja ter raziskave in razvoj.«

Varnost, politična stabilnost, kakovost življenja in urejeno vsakdanje okolje so danes pomembni dejavniki pri odločanju investitorjev, podjetij in talentov.

Hkrati pa mag. Ajša Vodnik opozarja, da Slovenija izgublja del konkurenčne prednosti. »46. mesto Slovenije na lestvici svetovne konkurenčnosti IMD za leto 2025 je najslabša uvrstitev v zadnjih petih letih, za primerljivimi srednjeevropskimi državami pa zaostaja tudi po deležu tujih neposrednih investicij v BDP-ju. Mednarodni investitorji opazajo, da ne sledimo tempu reform, ki jih izvajajo konkurenčne države v regiji.«

Prav tu se pokaže razlika med varnim in zares privlačnim poslovnim okoljem. Slovenija je stabilna, predvidljiva in kakovostna lokacija za življenje, vendar pri odločitvah o novih, tako imenovanih greenfield investicijah pogosto trči ob ovire, kot so velika davčna obremenitev plač, togost delovne zakonodaje ter dolgotrajni in zapleteni administrativni postopki.

Talenti: znamo jih razvijati, ne pa privabljati

Podobna slika se kaže na področju človeških virov. Po najnovejšem indeksu konkurenčnosti talentov GTCI 2025 je Slovenija zdrsnila na 29. mesto



Kaj Slovenijo dela privlačno in kaj jo zavira?

Prednosti

- visoka raven varnosti in politične stabilnosti
- sodobna infrastruktura
- strateška geografska lega
- strokovno znanje in visoko izobražen kader
- digitalizacija in razvoj naprednih tehnologij
- visoka kakovost življenja ter dobro razmerje med delom in zasebnim življenjem

Ovire

- dolgotrajni birokratski postopki
- togost delovne zakonodaje
- zapletene regulativne zahteve
- netransparentni javni razpisi in postopki
- velika davčna obremenitev dela

Slovenija ima redko kombinacijo varnosti, znanja, kakovosti življenja in geografske lege. To so njeni močni temelji. Če jim doda še hitrejše reforme, davčno razbremenitev visokokvalificirane delovne sile, zmanjšanje birokracije in odločnejšo mednarodno promocijo, lahko varnost res postane njen močan magnet za tuje investicije in talente.

na svetu (leta 2021 je bila na 26. mestu). Močni smo pri zadrževanju in razvoju domačih talentov, a precej šibkejši pri privabljanju vrhunskih tujih strokovnjakov.

Prof. dr. Danica Purg, ustanoviteljica IEDC – Poslovne šole Bled in predsednica mednarodnega združenja CEEMAN, opozarja, da izguba nekaj mest še ni razlog za preplah, je pa resno opozorilo. Kritična je predvsem do slovenske samopromocije na globalnem trgu: »Ponudimo več in to ponudbo tudi sporočajmo svetu! Kar se komuniciranja tiče, v Sloveniji nismo ravno za vzor.«

Pri privabljanju kadrov namreč niso odločilne le plače. »Želijo svobodo, različne priložnosti za razvoj, možnost kroženja po različnih podjetjih. Mladi talenti imajo tudi družine, in če lahko ponudimo mednarodne vrtnice in dobre šole, je to zelo pozitivno. Mlajši so občutljivejši za trajnostno naravnost, kulturna doživetja in možnosti dobre logistike. Pri tem nam denimo

naše slabe letalske povezave niso ravno v prid,« še doda dr. Purg.

Da ima Slovenija na področju kakovosti življenja vendarle veliko prednosti, potrjuje John Denhof, direktor podjetja Subtle Insights, ki pri nas živi in dela že skoraj deset let. Pravi, da se je v Sloveniji ustalil in si ustvaril svoj prvi pravi dom: »Slovenija je popolnoma varna za poslovanje in življenje, verjetno ena najvarnejših držav v Evropi. Včasih sicer kritiziram visoko stopnjo davka na dohodek ali birokracijo, vendar so to majhne težave v primerjavi z izjemno kakovostjo življenja in učinkovitostjo poslovanja, ki ju lahko tukaj dosežeš. Svoje podjetje sem v Sloveniji ustanovil brez problemov in vedno sem bil deležen veliko podpore, čeprav jezika ne govorim najbolje.«

Njegova izkušnja dobro povzema slovenski paradoks. Slovenija je za tiste, ki jo odkrijejo, pogosto zelo privlačna. Težava je, da jo premalo odločno predstavljamo tistim, ki bi jo šele lahko spoznali. ●

Martin Jezeršek

Direktor podjetja Jezeršek d. o. o.

Piše: Barbara Bizjak Foto: Jani Ugrin

1. Jutro je, vse možnosti so nama odprte. V katerem letnem času sva se znašla in kam se peljeva?

Ko si lahko vzamem dan čisto zase, ga najraje začnem na kolesu. Makadamske poti, jutranja svetloba in tista tišina pokrajine, ki te napolni z energijo – to je občutek svobode, ki ga težko zamenjaš za kar koli. Obvezno se ustavim na dobri kavi, saj je to ritual, ki ga imam rad doma in na poti. Dan pa zaključim v prijazni vinski kleti, kjer prislunhem zgodbi vinarja in ob degustaciji odkrijem kakšen nov okus. To je zame popoln pobeg: malo gibanja, malo užitka in veliko pristnih trenutkov.

2. Kam pa bi se odpeljala, če bi bil to povsem navaden delovni dan?

Navaden delovni dan se začne čisto preprosto – z dostavo otrok v šolo. Ta jutranji del ima zame poseben čar, ker nas za hip umiri in poveže, preden se vsak poda v svoj dnevni ritem. Potem se odpeljem v pisarno, kjer dan vedno začnemo ob kavi z najožjimi sodelavci. To je naš kratek, a pomemben jutranji ritual: predebatiramo ključne izzive, uskladimo načrte in ustvarimo občutek, da smo v tem res skupaj.

3. Običajala sva v koloni. To prenašava potrpežljivo, sprejemava s humorjem ali nama popustijo živci?

Skušam ostati miren, kar ni vedno lahko, sploh kadar vem, da moram biti nekje ob določeni uri. Ker nisem ljubitelj vožnje z avtom, se mi zastoji pogosto zdijo izguba časa. Zato jih izkoristim čim bolj smiselno: odgovorim na kakšno e-pošto, poslušam podkast ali pokličem koga po telefonu. Tako vsaj del poti spremenim v nekaj uporabnega.

4. Kdo vozi, vi ali jaz?

Lahko vozite vi, jaz pa navigiram. Veselim se prihodnosti samovozečih avtomobilov, če pa bi živel v metropoli, bi gotovo pogosto uporabljal taksi. Pri vsakdanjih, rutinskih opravkih mi je vožnja odveč, na potovanjih pa rad primem za krmilo, a sem enako vesel, če me kdo zamenja. Redko pa se povsem prepustim navigaciji drugih; rad imam namreč občutek, da vem, kje sem, kam grem in koliko je še do cilja. Na poti prav tako rad sam izbiram postanke, sploh ko pride čas za kosilo. Verjetno sem takšen tudi v poslu: uživam v vlogi navigatorja, pri viziji, strategiji in dolgoročnih ciljih, medtem ko operativno vodenje z veseljem prepustim sodelavcem, ki jim zaupam.



»Uživam v vlogi navigatorja, pri viziji, strategiji in dolgoročnih ciljih, medtem ko operativno vodenje z veseljem prepustim sodelavcem, ki jim zaupam.«

5. Pred nama je prazna cesta. Koliko nama pokaže merilnik hitrosti, če sva čisto odkrita?

V zadnjih letih sem se kot voznik precej umiril, verjetno zato, ker imam družino in udoben avto, v katerem ni težko preživeti kakšne dodatne minute. Povsem pa sem se umiril, odkar imam električno vozilo. Moram priznati, da mi je potovanje z njim postalo všeč. Preden se odpravim, si naredim načrt poti in razmislim, kje bom polnil avto (in želedec). Odkar vozim na elektriko, bolj uživam v vožnji, čeprav sem potreboval nekaj mesecev, da sem premagal strah pred nezadostnim dosegom (range anxiety) in začel zares zaupati vozilu.

»Urejeno okolje mi veliko pomeni, nisem pa perfekcionista.«

6. Poslušava glasbo, na ves glas pojeva ob najljubših pesmih, telefonirava in urejava poslovne zadeve ali klepetava?

Na daljši vožnji se najraje peljem z družino – uživam namreč v pogovorih s svojima otrokoma, saj znata odpreti teme, ki pripeljejo do res dobrih debat. Rad pa se vozim tudi sam z ženo; takrat v miru razvija pogovor, ki je pogosto najzanimivejši del poti. To so trenutki, ki jih na cesti zares cenim.

7. V avtu sva vi in jaz. S kom pa bi se v resnici zdaj najraje peljali?

V avtu sem najraje z ljudmi, ki so mi blizu. Najlepše vožnje so tiste, ko sedimo skupaj in se pogovarjamo brez hitenja – z družino ali najbližjimi sodelavci, s katerimi delim podobne vrednote in razmišljanje. Najbolj uživam z ljudmi, s katerimi se dobro ujamem, medtem ko se vožnjam v družbi, v kateri ni prave kemije, raje izognem, če je le mogoče.

8. Si kdaj zaželite, da me ne bi bilo v avtu in bi bili za volanom lahko sami s svojimi mislimi?

Če sem za volanom sam, je to zame priložnost za drugačno vrsto vožnje – a še vedno bi to z največjim veseljem počel na kolesu. Zadnja leta sem užival v vožnjah po lepih makadamskih poteh in pogosto se odpravim na prave čutne fure. V slušalkah imam podkast ali dobro glasbo, narava pa naredi svoje. To je zame najpristnejša oblika vožnje, med katero sem hkrati zbran, sproščen in zares prisoten.

9. Prehiti naju nekdo, ki očitno nima potrpljenja s cestnoprometnimi predpisi. Kako se odzovete? Bentite, si mislite, da ste bili nekoč tudi sami taki, vam je vseeno ...?

Zagotovo se mi v glavi najprej utrne misel, da takšne vožnje ne odobravam, sploh če nekdo pretirava in ogroža druge. A hkrati vedno znova pomislim nase. Spomnim se vožnje iz Milana, ko sem drvel proti porodnišnici, saj je moja žena rojevala najinega prvega otroka. Takrat sem vozil zelo hitro in imel za to dober razlog. Zato si pri vsakem takšnem vozniku rečem: morda ima tudi on svojo zgodbo. Mogoče se mu nekam zelo mudi. S tem ohranim malo več razumevanja in predvsem mirno glavo.

10. Po dolgih kilometrih se ustaviva na črpalki. Kaj kupite poleg goriva?

Pri vožnji na daljše razdalje z električnim vozilom mi je posebej všeč to, da je postanek bolj načrtovan in nekoliko daljši. Odkar vozim električni avto, si pot vedno organiziram tako, da je postanek prijeten del poti. Takrat pojem kaj dobrega, se malo umirim in si vzamem čas zase. Včasih si privoščim samo sendvič – a dober sendvič. Postanek tako ni nujno zlo, ampak majhen užitek na poti.

11. Mi boste dovolili, da svoj sendvič pojem v vašem avtu?

Nisem navdušen nad tem, da nekdo je v mojem avtu, a hkrati nisem tako pedanten, da bi to strogo prepovedoval. Rad imam čisto in urejeno vozilo, vendar je to pri dejstvu, da imam dve hčerki, stari osem in deset let, včasih precej težko. Urejeno okolje mi veliko pomeni, nisem pa perfekcionista. Avto zame ni statusni simbol – nimam seznama želja, katere avtomobile bi rad vozil v življenju. Pomembno mi je, da je vozilo udobno, varno in zanesljivo, ne pa nujno prestižne znamke.

12. Ustaviva se in pobereva vaše brate. Boste volan prepustili komu od njih? In kdo bo sedel na sovoznikovem sedežu?

Ko se na pot odpravimo skupaj z brati, pogosto vozi Rok. Prvi razlog je preprost – uživa v vožnji, drugi pa je ta, da mu je na sovoznikovem sedežu pogosto slabo, zato mu je za volanom veliko bolje. Kot sem že omenil, sem jaz tisti, ki najraje navigira, ko pa govorimo o izbiri postankov, je v tem brez konkurence Jure. Vedno najde dobro restavracijo, odlično vinsko klet ali kakšen zanimiv ovinek na poti, ki ga sami ne bi odkrili. Luka pa prav tako rad vozi, zato se pogosto izmenjujemo tako, da vsak prevzame del poti, ki mu najbolj ustreza.

Pravzaprav je podobno tudi v poslu: Jure in jaz sva tista, ki najpogosteje navigirava, postavljava cilje in določava smer, Luka in Rok pa sta izjemno močna v izvedbeni fazi.

Najpomembnejše pa je, da smo radi skupaj in uživamo v tej skupni vožnji – tako na cesti kot v podjetju.

13. Navigacija nama predlaga bližnjico po cesti, ki je ne poznavata. Bova zaupala tehnologiji ali se zanašava na svoj občutek?

Razumem novo tehnologijo in jo z veseljem preizkusim. Hitro pa se odločim, ali jo sprejemam ali ne. Če se mi zdi uporabna, jo vključim v svojo rutino. Če pa ne, se raje zanesem na lastni občutek, ker me ta redko razočara.

14. Posodite mi polnilnik za telefon, ki ga imate v predalu. Kaj drugega bova še vedno našla v vašem avtu?

Nič posebnega: stekleničko vode in vrečko semen ali oreščkov, ki mi pomagajo premagati utrujenost med nočnimi vožnjami. Preproste stvari, ki poskrbijo, da ostanem zbran in ohranjam dobro energijo.

15. Noč je, po dolgem dnevu se peljeva z dogodka. O čem razmišljava?

To je stvar, ki mi je pri vožnjah z dogodkov res všeč – točno vem, ali sem dan oddelal z odliko ali ne. Pri večini vsakdanjih nalog razmišljamo dolgoročno, zato je dan težko oceniti. Ko pa z ekipo izvedemo dober dogodek, ko vidim zadovoljne goste in se utrujen, a ponosen peljem domov, natanko vem, ali je bil dan dober. Takšni trenutki mi dajejo občutek smisla in energijo za naprej. ●

VW ID.3 Neo

Piše: Mihael Cajnko



Temeljita evolucija v razredu kompaktnih električnih vozil

Novi Volkswagen ID.3 Neo prinaša obsežno nadgradnjo in na novo opredeljuje merila v razredu kompaktnih električnih vozil. Zaradi oblikovalskega jezika Pure Positive je njegov videz zrelejši in samozavestnejši, poudarjajo pa ga jasneje oblikovan sprednji del, nova svetlobna podoba z osvetljenim logotipom Volkswagen ter streha in zadek v barvi karoserije. Popolnoma na novo zasnovana notranjost se ponaša z bistveno bolj kakovostnimi materiali in še izboljšano intuitivnostjo upravljanja, pri čemer so inženirji prislunili voznikom in vrnili klasične tipke. Tehnološki preskok zaokrožujejo nov, izjemno učinkovit pogonski sklop in napredni asistenčni sistemi. Travel Assist nove generacije tako denimo zazna rdečo luč na semaforju in vozilo samodejno zaustavi. ●

26 min

za DC-polnjenje baterije (od 10 do 80 %)

Električna učinkovitost nove generacije

ID.3 Neo poganja na novo razvit in visoko učinkovit elektromotor APP350 na zadnji premi, ki doseže do 170 kilovatov moči in 350 njutonmetrov navora. V kombinaciji z izboljšano aerodinamiko in večjo učinkovitostjo celotnega pogonskega sklopa ter največjo baterijo s kapaciteto 79 kilovatnih ur omogoča doseg do 630 kilometrov po WLTP.

Inteligenca, ki razbremeni vožnjo

Opcijski sistem Connected Travel Assist lahko s pomočjo vgrajene kamere in senzorjev v realnem času prepozna rdečo luč na semaforju in vozilo samodejno zaustavi. Serijsko je na voljo tudi One Pedal Driving, ki omogoča intuitivno upočasnjevanje z eno stopalko. Funkcija Vehicle-to-Load (V2L) avtomobil spremeni v mobilni vir energije za vaše zunanje naprave.

Intuitivno digitalno središče

Notranjost novega ID.3 Neo je zasnovana povsem na novo in prinaša občutek kakovosti, ki spominja na vozila višjega razreda. V središču je 12,9-palčni zaslon infozabavnega sistema Innovision, vsakodnevno uporabo pa poenostavljajo klasične tipke za klimatsko napravo in fizični vrtljivi regulator glasnosti. Glasovna asistentka IDA z integracijo ChatGPT-ja digitalno izkušnjo dvigne na novo raven (glasovna asistenca ne podpira slovenskega jezika).

Zrelejši in bolj prečiščen dizajn

Novi ID.3 Neo že na prvi pogled izraža več oblikovne čistosti. Prenovljen sprednji del z ožjimi LED-žarometi in osvetljeno prečno letvijo ustvarja novo, prepoznavno podobo družine ID. Streha, zadnja vrata in strešni usmerjevalnik zraka v barvi karoserije silhueto vizualno podaljšajo ter ji dodajo več elegancje in dinamike, zato ID.3 Neo na cesti deluje še bolj samozavestno.

Do **630 km**
dosega (WLTP)

Do **170 kW (231 KM)**
največje moči

385 l / 1267 l
prostora za prtljago



avtonomnega

VEČ O
MODELU



» Samo na enem koncu sveta si doma «

Jure Knez

Piše: Miran Ališič
Foto: Bor Dobrin

Na koncu Trbovelj se v ozki soteski obiskovalcu odpre pogled na sodoben objekt uspešnega podjetja za merilne sisteme Dewesoft, ki ga je s partnerji ustanovil **Jure Knez**, inženir strojništva in doktor znanosti, predvsem pa vizionar in nosilec družbene odgovornosti v Zasavju. Z njegovim imenom sta povezani še dve zgodbi: podjetniški inkubator Katapult in načrt svojevrstnega tehnološkega parka Mesto Akrobatov.

01 Zelo verjetna pot mladega in ambicioznega inženirja iz Zasavja pred četrstoletno bi bila v tujino, recimo nekam med nemški mesti München in Wolfsburg. Vendar pa ste ostali doma. Kako to?

Naj odgovorim tako, da danes v Sloveniji zaposlujejo dvesto ljudi, prav toliko pa še po svetu. Zaposleni pri nas so v domačem okolju našli vse, kar potrebujejo za svoj poslovni razvoj. Lokacija danes postaja vse manj pomembna, saj zadostuje hitri internet, zato se je veliko mladih in nadarjenih ljudi odločilo, da raje ostanejo kar tu, v svojem okolju. Ves čas si prizadevam, da bi znanje razvijali lokalno, ker si doma samo na enem koncu sveta. Če bi se odločil oditi kam drugam, bi to s seboj prineslo še marsikaj manj prijetnega. Dokler bo le mogoče, bom svoje središče za ustvarjanje imel tukaj.

02 Kaj pravzaprav počnete v vašem podjetju?

Naši merilni sistemi se uporabljajo v fazi, ko neki izdelek, bodisi da gre za avto, letalo, motor ali raketo, še ni končan. Danes se večinoma delajo simulacije, s takšnimi orodji se predvidi, kako se bo neka nova stvar obnašala. Realni svet pa vedno prinaša presenečenja. Za potrditev pravilnosti simulacije je treba vedno opravljati meritve v naravnem okolju. Tako svoje teze potrdimo ali jih ovržemo in prilagodimo ter s tem zagotovimo natančnejše izdelke. Formula 1 je najboljši primer. Ne more zmagati ekipa, ki je vse pravilno naredila na računalniku, saj se šele s preizkušanjem na stezah lahko zaznajo vsi deležniki, ki vplivajo na to, ali bo neki dirkalnik res hiter tudi na dirkah. Sploh ko so motorjem z notranjim zgorevanjem dodajali še električne pogonske sklope, je bilo ogromno novosti, ki so terjale veliko zahtevnih, tudi terenskih meritev.



Ste torej zelo – terenski?

03 Meritve večinoma izvajamo na terenu, na testnih stezah. V avtomobilski industriji gre za analizo vzdržljivosti vozil, pri kateri je treba z avtomobilom na cesti prevoziti milijon kilometrov, potem pa sledijo še dodatne laboratorijske raziskave, ki na koncu pripeljejo do končnega proizvoda. Zanimivo je, kako se razlikujejo okolja, v katerih se uporabljajo ta vozila. Kakšen avto bo zlahka dosegel svojo življenjsko dobo v Nemčiji, a v Južni Ameriki nikakor ne bo tako, saj so tam ceste povsem drugačne. Vozilo, narejeno za evropski trg z evropskimi meritvami, nikakor ni primerno za nekatere druge trge, zato je treba tudi meritve izvajati lokalno in glede na to prilagoditi avtomobilske sklope, podvozje in podobno, da lahko avtomobili tudi tam dosežejo pričakovano življenjsko dobo.

Ko ste začeli, torej na svetu ni bilo nikogar, ki bi meritve opravljal na tak način, kot ste si ga zamislili vi?

04 Ne, takrat ni bilo nikogar, ki bi razmišljal tako. Ker nihče ni delal ničesar podobnega, smo si rekli, zakaj ne bi poskusili, in od projekta do projekta, od aplikacije do aplikacije smo se učili. Ko smo delali za velike stranke, smo se srečali s podatki, ki jih v svojem okolju nismo imeli, zato smo potem razmišljali, da bi izdelali lastno opremo, ki jo razvijamo naprej in jo danes ponujamo po vsem svetu za takšne in drugačne aplikacije. To nam daje širino, zaradi katere smo tudi kar cenjeni.

Ste vedno verjeli, da boste tudi tukaj, v Sloveniji, enako uspešni, kot bi bili v tujini?

Zaradi svojega dela smo veliko pri strankah po vsem svetu, torej tako ali tako ogromno potujemo. Morda bi sicer do nekaterih strank od kod drugod imel bližje, ampak to ni tako zelo pomembno. Delujemo globalno, sedež pa imamo tukaj in ta ureditev nam za zdaj odlično uspeva.

Kako pa ocenjujete slovensko poslovno in družbeno okolje?

06 Pregovorno smo Slovenci zelo inovativni, velja tudi, da smo pridni. Več ko hodiš po svetu, bolj ugotavljaš, da smo le povprečno pridni, nekeje v zlati sredini. So okolja, v katerih mnogo bolj trdo delajo, Kitajska je že takšen primer. Kdor še vedno verjame, da je Evropa v tehnologijah in razvoju vodilna na svetu, naj si hitro kupi letalsko vozovnico za Kitajsko in pogleda, kakšne čudeže ustvarjajo tam.

V slovenskem poslovnem okolju me motijo vse večje birokratske ovire, ki jih mnogokrat zahteva Evropska unija. Težko si predstavljam, kako se skozi to lahko prebija podjetje, ki šele začenja svojo pot. Ob tem v poslovnem okolju zaostajamo že za sosednjimi državami. Predvsem razmerje med prispevki in davki ter merjenje tega, kako učinkovite

»Priznati si bomo morali, da nam je na tem svetu zelo lepo. Nimamo velikih težav, kakovost življenja je s seboj prinesla lagodje, iz zgodovine pa lahko ugotovimo, da to vodi v zaton družbe. Da je bila Evropa zadnjih nekaj stoletij vodilna v svetu, je izjemno, lahko rečem kar napaka v sistemu.«

so na drugi strani javne storitve, od zdravnika do pokojninskega sistema, v katerega težko kdo sploh še verjame, nista ustrezna. Zato se marsikdo, recimo perspektiven inženir ali podjetnik, raje odloča za kakšno drugo okolje.

Ljudje na Zahodu in s tem tudi v Sloveniji niso pripravljene živeti tako kot na Kitajskem. Ravnotežje med delom in prostim časom je pri nas za številne zelo pomembna vrednota.

07 Priznati si bomo morali, da nam je na tem svetu zelo lepo. Nimamo velikih težav, kakovost življenja je s seboj prinesla lagodje, iz zgodovine pa lahko ugotovimo, da to vodi v zaton družbe. Da je bila Evropa zadnjih nekaj stoletij vodilna v svetu, je izjemno, lahko rečem kar napaka v sistemu. Čudež je, da tako majhna skupina ljudi obvladuje vse tehnologije, in menim, da se bo to v prihodnje spremenilo.

Ste pesimist, ko gre za prihodnost Evrope?

08 Ne. Mislim pa, da se moramo tega zavedati. Najprej moramo sprejeti dejstva, potem pa se moramo nanje odzvati. Če si zatiskamo oči, si delamo zelo slabo uslugo

in ta razkroj bo še hitrejši. Ni treba, da pride do črnega scenarija, a morali se bomo začeti drugače obnašati in ustvarjati okolje, ki bo spodbujalo razvoj.

Dejstvo je, da lahko v Sloveniji počnemo le še stvari z visoko dodano vrednostjo. Veliko industrijskih panog je odšlo drugam, ker nismo konkurenčni, veliko področjem smo se zaradi zelenega prehoda zavestno odpovedali. A tu se moramo zavedati: če izdelke kupujemo tam, kjer ti nastajajo na način, ki bolj obremenjuje okolje, za mater Zemljo nismo naredili ničesar dobrega. Tudi zeleni prehod moramo izvesti pametno in tako, da mu bo tehnologija sledila.

Smo kot družba pripravljene na tak preskok?

09 Žalostno je, da mora priti do močnega pretresa, saj bomo le tako došli, da vse le ni večno. To bi bil najslabši scenarij. Bolje je, če se o tem pogovarjamo, če krepimo zavedanje o teh potrebah, da ostajamo prebojni in tako tekmujemo s preostalim svetom. Zdi pa se mi, da je trenutno v naših življenjih v tem delu sveta kar veliko lagodja.

Kako v Sloveniji dojemamo podjetništvo?

10 To je povezano z vrednotami. Po osamosvojitvi je podjetništvo zaradi številnih tujkunskih zgodb dobilo zelo negativen prizvok in potrebovali smo veliko časa, da smo spoznali, da je podjetništvo nujno potrebno. Domači kapital je motor napredka družbe. Po zadnjih anketah je več kot tri četrtine mladih podjetništvo sprejelo pozitivno in želijo tudi stopati po tej poti. Nekoč so ljudje raven obrtnika do pet, deset zaposlenih še sprejemali pozitivno, če pa si prestopil to nevidno mejo, si že postal kapitalist, kar je bilo v nekdanjem dojemanju vrednot negativno. Tudi zaupanje v politiko je res zelo majhno, kar je spet posledica nezadostnega spoštovanja. Gre za ključno vrednoto, ki jo moramo vzpostavljati na vseh področjih in se zanjo truditi.

11 Spodbujate solastniško podjetništvo in del vaših zaposlenih pod natančno določenimi pogoji pridobiva tudi lastniške deleže v podjetju. To je manj pogosta oblika podjetništva, a vi vanjo verjamete in jo razvijate.

Na začetku smo bili štirje partnerji, še dva avstrijska, ki sta nam odprla okno v svet in smo jima hvaležni za to, a sta imela drugačno vizijo. Menila sta, naj trdo delamo nekaj let in potem podjetje uspešno prodamo. Odgovoril sem jima z vprašanjem, zakaj ne bi svojega deleža prodala kar takoj. Mislim, da je bilo to leta 2011 in nas je stalo več milijonov evrov, kar je bila takrat za nas vrtoglava vsota, ki smo jo odplačevali kar nekaj let. Z današnjega zornega kota je to zanemarljiva številka za 40-odstotni delež podjetja. Zdaj imamo stabilno strukturo tega eksperimenta v načinu dela in poslovanja. Nikdar ne bi šel več v drugo smer in spreminjal ali ukinjal tega sistema solastništva, ki nam zelo dobro in učinkovito služi.

V čem je skrivnost?

12 Držati se je treba strogih pravil. Pravim, da gre za nekaj podobnega, kot je poroka, ob kateri se ljudje tudi ne pogovarjajo radi o tem, kaj in kako, če se bodo ločili. Pri nas gre prav za to. Imamo urejena pravila solastništva, po katerih mora vsakdo, ki zapusti podjetje, priložiti svoj delež po znani vrednosti, ki je enaka vrednosti kapitala v tistem času. To je nujno, da se izogneš neprijetnim pogovorom s solastniki, ki ne delajo več za nas, predvsem je šlo

za takšne primere v tujini. Tudi tega, kako kaj narediti še boljše, sem se naučil v teh 25 letih.

Rekel bi, da gre pri vašem načinu dela za skupek zasavskega poguma in trme. Se strinjate?

13 Ne povsem. Trma naj bi bila lastnost otrok. Ko človek odraste, temu rečemo vztrajnost. To je lepši izraz (*smeh*).

Kaj vas v življenju najbolj sprošča?

14 Hribi, hribi ... Pa gozd, narava nasploh. Zato mi je posebej pri srcu skrb za okolje in ohranjanje narave.

Kaj pa vam pomeni avto?

15 Predvsem svobodo. Tako sem lahko postal mobilni in se začel ukvarjati tudi s svojim poslom.

»Dejstvo je, da lahko v Sloveniji počnemo le še stvari z visoko dodano vrednostjo.«

AUDI RS 5 AVANT

Piše: Mihael Cajnko

2,5 h
za polnjenje baterije z močjo 11 kW

Do **84 km**
izključno na elektriko (EAER)

3,6 s
z mesta do 100 km/h

Do **470 kW (639 KM)**
sistemske moči



Brezkompromisna učinkovitost v prvem visokozmogljivem priključnem hibridu družbe Audi Sport

Novi Audi RS 5 Avant postavlja nova merila v svetu visokozmogljivih vozil, saj na edinstven način združuje ikonični dirkaški DNK oddelka RS z napredno hibridno tehnologijo. Njegov inovativni pogonski sklop z zmogljivim motorjem V6 in elektromotorjem razvije surovo moč, hkrati pa pri vsakodnevnih opravkih omogoča sproščeno lokalno brezemisijско vožnjo. Vrhunsko vozno dinamiko zagotavlja povsem nov sistem quattro z elektromehanskim vektoriranjem navora na zadnji premi, ki na cesti in dirkališču ustvarja neprekosljivo agilnost in natančnost. Z bistveno širšo karoserijo, zatemnjenimi matričnimi LED-žarometi in mogočnim izpušnim sistemom Audi RS 5 Avant na cesti nastopa izjemno samozavestno. Digitalizirana notranjost s panoramskim zaslonom in specifičnimi funkcijami RS pa vozniku omogoča popoln nadzor ter pravo doživetje motošporta.●

Elektrificirana moč brez primere

Zmogljiv 2,9-litrski motor V6 TFSI biturbo je združen z elektromotorjem in povečano baterijo, ki ima kapaciteto 25,9 kilovatne ure. Ta kombinacija s pomočjo funkcije boost zagotavlja silovit pospešek in visoko učinkovitost v vseh razmerah.

Brezkompromisna vozna dinamika

Nov pogon quattro z elektromehanskim vektoriranjem navora v milisekundah dinamično porazdeli moč med zadnji kolesi ter zagotavlja izjemno agilnost, natančen nadzor in možnost kontroliranega drsenja. Suvereno lego na cesti dopolnjuje podvozje RS z inovativno dvoventilsko tehnologijo blažilnikov, ki občutno zmanjša nagibanje karoserije ter poveča razpon med udobjem in športnostjo.

Digitalno središče RS

Kokpit združuje Audijev ukrivljen panoramski OLED-zaslon in dodatni 10,9-palčni zaslon za sovoznika. Vozniku so na voljo prikazi, značilni za modele RS, vključno z g-silami, temperaturo pnevmatik in natančnimi telemetričnimi podatki o vožnji.

Izčiščen in agresiven dizajn

RS 5 Avant je spredaj in zadaj za približno devet centimetrov širši od osnovnega modela. Tridimenzionalna satasta mreža, aerodinamični difuzor, platišča do velikosti 21 palcev in ovalne izpušne cevi poudarjajo njegov dominanten značaj.

Dejan Turk

Predsednik
uprave A1
Slovenija
in A1
Hrvaška

Piše: Igor Savič

Foto: Miran Juršič



S 1. junijem 2024 je Dejan Turk prevzel mesto predsednika uprave v podjetjih A1 Slovenija in A1 Hrvaška. Svojo poslovno kariero je začel kot vodja restavracije v podjetju McDonald's ter napredoval do mesta glavnega izvršnega direktorja celotne verige restavracij za Slovenijo in Hrvaško. Skupini A1 se je pridružil leta 2004 in v njej opravljal številne vodstvene funkcije v Sloveniji, na Hrvaškem in Srbiji. Bil je tudi predsednik Združenja Manager in predsednik fundacije UNICEF Slovenija, za svoje delo pa je prejel več priznanj.

Pri fotografiranju smo uporabili desko North Swell s pripadajočim hydrofoiilom. Za izposajo opreme se zahvaljujemo podjetju Infinity Sport iz Nove Gorice, specializiranemu za prodajo in izposajo vrhunskih športne opreme.

01 Kakšen je vaš odnos do športa in fizične aktivnosti?

Šport je v moji karieri vedno zelo prisoten, in to na dva načina. Posel razumem zelo športno in tekmovalno, kot nekakšen športni boj za vsakega uporabnika. Po drugi strani pa mi šport v življenju daje ravnovesje takrat, ko se želim popolnoma odklopiti od posla.

02 Se je vaš odnos do športa skozi poslovno kariero spreminjal?

Se je. Najprej sem imel rad ekipne športe – igral sem nogomet, odbojko, včasih tudi košarko. A z leti se nekateri ljudje izgubijo in ekipe premešajo, lahko tudi razpadejo. Potem sem prešel v bolj individualne športe. Nikoli pa nisem bil velik prijatelj vztrajnostnih športov. Vedno sem iskal dejavnosti, pri katerih se mi sprosti nekaj adrenalina in so mogoče vsaj malo manj mainstream. Tako sem se na primer že zgodaj začel potapljati.

03 Zdi se, da vas posebej privlačijo športi, povezani z vodo.

Ja, res je, in to z vodo v vseh agregatnih stanjih – zmrznjeno v obliki snega, saj rad smučam, ali pa v tekočem stanju, kot je morje. Že v mladosti sem se navdušil za surfanje, vendar je to precej povezano z nekaterimi lokacijami in je zato morda logistično nekoliko prezahtevno.

04 Kako ste potem prišli do foila?

V zadnjih dvajsetih letih je razvoj športnih naprav, povezanih z vodo, napredoval neverjetno hitro. Ko sem prvič videl wing foil, sem ga prepoznal kot idealen šport – nekaj, kar lahko počneš skoraj kjer koli in z relativno malo vetra. Predvsem pa se mi je tehnološko zdel fascinantna kombinacija hidrodinamike in vetra. Potem sem to nadgradil še z različnimi vodnimi igračami za velike fante. Vozim povsem električen foil, pa tudi jet surf, to je surf desko, s katero lahko jahaš valove, tudi če ti niso pravi, saj ima vgrajen motor z notranjim zgorevanjem. Sicer pa zelo rad jadram, tako z manjšimi kot večjimi jadrnicami. In seveda smučam. To so nekako glavni športi, okoli katerih se vrtili moje življenje.

05 Zaradi katerega občutka pri foilu se človek vrača na vodo?

Zelo ga primerjam s smučanjem ali deskanjem po dveh metrih celca. Gre za neverjeten občutek lahkotnega drsenja skozi vodo. Zdi se ti, kot da lebdiš nad gladino in vse opazuješ od zgoraj. Včasih, ko je voda bolj mirna, vidiš pod sabo ribe, kako bežijo pred tabo. In vse skupaj ti daje nekakšen notranji mir, pri čemer preprosto uživaš v kombinaciji vetra in hidrodinamike ter se popolnoma odklopiš. Tam zgoraj dejansko ne moreš misliti na nič drugega kot na trenutek, ki ga doživljaš.

06 Pri takem športu verjetno ne gre brez padcev.

To je res, zadeva ni povsem nenevarna. Predvsem foil pod vodo je precej oster, in ko padeš, je pomembno, da skušaš pasti čim dlje stran od njega. Padcev je bilo kar nekaj in jih je še vedno precej. A vedno so me zanimalo nekoliko bolj adrenalinske in nove stvari. Zelo hitro sem začel igrati tenis, potem badminton, nato skvoš. Kmalu sem začel iskati nove trende in izzive. Tudi danes, pri teh letih, želim ostati v koraku s časom in preizkušati sveže stvari. V obdobju,

v katerem se marsikdo redko odloči za učenje popolnoma novega športa, sem si sam postavil izziv, da je zdaj pravi čas za nekaj še neznanega. In to je bil foil. Pri tem so mi zelo prav prišle izkušnje z windsurfingom izpred tridesetih let. To znanje nekje ostane, podobno kot vožnja s kolesom. V glavi se ohranita osnovno razumevanje vode in vetra ter občutek, da nimaš strahu pred vodo ali padcem.

07 Primerjava s poslom se ponuja kar sama. Kako jo vidite vi?

Posel jemljem zelo športno. Pri športu in poslu sta pomembna vztrajnost in – to še posebej poudarjam – fair play. Med vso poslovno kariero mi je bila etika zelo pomembna in skušam se je držati. Prav tako je v športu in poslu pomembno, da se hitro učiš ter da po padcu naglo vstaneš in greš naprej. Tudi rek »never give up« velja za obe področji, in to ne glede na leta, opremo, izkušnje ali morebitne omejitve.

08 Kako pa razmišljate o poslovnih tveganjih?

V današnjem poslovnem svetu je izjemno veliko negotovosti. Če pogledam svojo kariero na vodilnih položajih, so razmere vedno bolj nepregledne, netransparentne in tvegane. Če se držiš samo klasičnih receptov, analiz in priporočil strokovnjakov, praviloma ne boš tvegala – in pogosto tudi ne boš zares uspešen. Sprejeti moraš neko mero tveganja, ki te lahko popelje nekoliko dlje od konkurence, postati bolj inovativen in narediti korak naprej na drugačen način.

09 Kakšen nasvet bi dali sami sebi pred dvajsetimi ali tridesetimi leti?

Svojo kariero sem začel zelo resno, tudi v kravatni in z zelo formalnim odnosom do dela ter vsega, kar sem se naučil na fakulteti. To, da sem si zavezal prvo kravato, se mi je zdelo simbol uspeha. Danes pa dobro razumem, kako pomembno je ohraniti avtentičnost. Ko sem v službi začel postajati vedno bolj podoben temu, kar sem tudi zasebno, se je moja kariera začela razvijati bistveno hitreje in intenzivneje. Okolje, poslovni svet in sodelavci to zelo hitro prepoznajo.

10 In kam vas vleče naslednji val – zasebno in poslovno?

Predvsem po tej zadnji spremembi pred dvema letoma, ko sem prevzel odgovornost za Hrvaško in Slovenijo, sem se morju še bolj približal. Delam v dveh obmorskih državah, zato sem prepričan, da bom tudi zasebno skušal še več časa preživeti na morju, pod njim in ob njem. Kar se tiče posla, pa je dinamika v telekomunikacijah izjemna, predvsem zaradi prihoda umetne inteligence. Pripraviti se moramo na transformacijo, ki bo verjetno ena največjih, kar jih je naš sektor – pa tudi celotno gospodarstvo – kadar koli doživel. Izziv bo transformirati podjetje tako, da bo uspešno delovalo v novih okoliščinah umetne inteligence. ●



CUPRA Raval

Radikalna interpretacija urbane mobilnosti

Piše: Mihael Cajnko

Novi CUPRA Raval spreminja pravila igre v segmentu mestnih vozil, saj na edinstven način združuje drzno uporniško estetiko in napredno, povsem električno tehnologijo. Njegov visoko učinkovit pogonski sklop na platformi MEB+ omogoča izjemno agilnost, ki v mesto prinaša čustva in pravi občutek kartinga. Spuščeno športno podvozje z elektronsko zaporo diferenciala skrbi za suvereno lego na cesti, vrhunski oprijem in natančnost v zavojih. Zaradi osvetljenega logotipa in agresivnega dizajna sprednjega dela, ki spominja na nos morskega psa, Raval na cesti nastopa izjemno samozavestno. Digitalizirana in trajnostno naravnana notranjost z novim infotainment sistemom in školjkastimi sedeži pa vozniku omogoča popolno povezanost ter vznemirljivo vozno doživetje. ●



Do **166 kW (226 KM)**
največje moči (različica VZ)

Do **446 km**
dosega (WLTP)

23 min
za polnjenje baterije (10–80 %)

6,8 s

z mesta do 100 km/h

Prebujena čustva in elektrificirana moč

Visoko učinkovit električni pogonski sklop poganja sprednji kolesi, v najzmogljivejši različici VZ pa razvije največjo moč do 166 kilovatov (226 konjskih moči). Ekskluzivna funkcija e-launch zagotavlja živahen pospešek in občutek silovitega speljevanja po vzoru dirkalnikov.

Dinamičen občutek kartinga

Spuščeno športno podvozje v kombinaciji z vzmetenjem DCC Sport in elektronsko zaporo diferenciala skrbi za natančno porazdelitev navora in izjemen oprijem. Takojšnji odziv in progresivno krmiljenje vozniku omogočata neposredno, lahkotno in izrazito dinamično vožnjo.

Digitalno in trajnostno središče

Kokpit združuje novi 12,9-palčni zaslon infotainment sistema z operacijskim sistemom Android in 10,25-palčni digitalni instrumentni zaslon. Vozniku so na voljo školjkasti sedeži s tridimenzionalno pletenim oblazinjenjem iz 100% reciklirane tkanine in vrhunsko zvočno doživetje sistema Sennheiser.

Uporniški dizajn

Čeprav je Raval dolg samo štiri metre, izstopa z agresivno silhueto in sprednjim delom, ki spominja na nos morskega psa. Njegov samozavesten značaj poudarjajo matrični LED-žarometi, izskočne osvetljene vratne kljuke, izrazit zadnji aerodinamični difuzor ter osvetljen logotip spredaj in zadaj.

»Sponzoriranje kulture prinaša večplastne koristi«

Piše: Anja Leskovar

Foto: Klemen Ilovar

Darko Brlek

Darko Brlek je že desetletja neločljivo povezan s Festivalom Ljubljana. Pod njegovim vodstvom se je ta utrdil kot ena osrednjih kulturnih institucij pri nas. Hkrati pa festival že dolgo ni le prostor umetnosti, temveč tudi srečevanj, mreženja in neformalnih stikov ter platforma, prek katere se podjetja umeščajo na kulturni zemljevid Slovenije in širše regije.



01 **Številni vas opisujejo kot izjemno družabnega in komunikativnega, vodenje Festivala Ljubljana pa je ogromen zalogaj. Kakšen način vodenja vam je najbližji?**

Predvsem se mi zdi pomembno, da se kot vodja zavedam pomena tima. Seveda imam natančno idejo, kako bi nekaj izpeljal, a brez ljudi tega ne morem. Potrebujem jih, da prevzamejo dolžnosti, znajo oblikovati svoje time in delo opravijo odgovorno. Pri tem je seveda ključno, da jim zaupam. Ko se nekaj dogovorimo, verjamem, da bo dogovorjeno tudi narejeno. Od vseh, seveda tudi od sebe, pričakujem popolno odgovornost, kar pomeni, da je treba tudi spregovoriti nemudoma, ko se pojavijo težave.

02 **In težave se pri tako velikem festivalu zagotovo pojavijo. Takrat so koristni jekleni živci. Menda jih imate tudi vi.**

No, vsaka malenkost me zagotovo ne iztiri. Veliko je reči, ki jih lahko predvidim, vnaprej organiziram in pripravim, tako sem mirnejši. Je pa zagotovo kar nekaj stvari, ki jih je treba urediti sproti, da festival teče, kot je treba – menjave prizorišč, odpovedi, bolezni, vreme ... Tega ne obešamo na veliki zvon, nihče v resnici ne ve, kaj vse poteka v ozadju, in prav je tako. Se pa na te izzive ne da pripravljati na zalogo, ampak se je treba le hitro odzvati.

03 **Kako stresen pa je za vas maj, ko zaključujete priprave na Festival Ljubljana?**

V resnici smo program že davno dokončno oblikovali. Zdaj le čakamo, da nastopajoči začnejo prihajati, postavljamo odre in urejamo zadnje tehnične finese ter smo veseli, da se vstopnice odlično prodajajo. Vsi samo še pričakujemo, da se festival začne.

04 **Kje pa najdete mir? Vas sprošča klarinet?**

Trudim se sproščati sproti. Klarinet pa seveda še vedno igram in vadim.

05 **Hočete reči, da ob vseh obveznostih, ki jih imate, še zmeraj redno vadite?**

Seveda! Če želiš igrati inštrument, je treba tudi sprejeti, da moraš vse življenje vaditi. Ko prenehaš vaditi, ne moreš več resno igrati. Preprosto ne gre – popolnoma enako kot pri športu.

06 **Vaša pot v kulturo se je začela precej zgodaj, še pred Ljubljano, in to na Ptuju. Je mesto, iz katerega prihajate, s kurentovanjem, pihalnim orkestrom in močno tradicijo javnega kulturnega življenja vplivalo na to, da ste nazadnje pristali prav v kulturi?**

Prav gotovo. Od desetega leta sem sodeloval v povorkah s ptujskim pihalnim orkestrom. Tudi potem se je vse odvijalo v smeri kulturnega udejstvovanja: zaključil sem glasbeno srednjo šolo v Mariboru in ljubljansko Akademijo za glasbo. Tako sem že dvainštirideset let v Ljubljani. Že dolgo sem ljubljčan, hkrati pa sem še vedno tudi štajerec.

07 **Kakšne so bile vaše ambicije, ko ste leta 1992 prevzeli umetniško vodenje Festivala Ljubljana in nato postali še njegov direktor?**

Predvsem, da bi ustvarjali festival na najvišji kakovostni ravni. Ko sem prišel, je bil to majhen festival, bilo je takoj po vojni. Program je bil takrat osredinjen predvsem na komorne koncerte. Pred tem, ko ga je vodil dr. Henrik Neubauer, je bil sicer festival večji in je bil sprejet v Evropsko združenje festivalov. Organiziral je tudi operni in baletni bienale v Križankah. Pred prelomnim časom okoli osamosvojitve so tu že gostovali veliki operni in baletni ansambli in orkestri iz Jugoslavije in vzhodnega bloka. No, jaz sem s Festivalom Ljubljana začel pri začetku, veliko smo postorili in spremenili. V vseh teh letih pa je stalnica le eno dejstvo: da smo že od začetka izrazito vneto pazili na kvaliteto. Sčasoma je seveda narasla tudi kvantiteta, zdaj imamo poleti skoraj sto dogodkov v enajstih tednih. S tem se je seveda prav tako stopnjevalo število obiskovalcev, povečeval pa se je tudi proračun, sploh v zadnjih petnajstih do dvajsetih letih. Zdaj je natanko enaintrideset let od prvega, prelomnega velikega sponzorstva v kulturi, ko smo k nam pripeljali Joséja Carrerasa, čigar koncert je s tisoč nemškimi markami podprlo veliko slovensko podjetje.

08 **V času, ko se Slovenija kot samostojna država še ni povsem uveljavila na zemljevidu sveta, kaj šele na kulturnem zemljevidu, ste k nam začeli privabljeti velika umetniška imena in s tem Slovenijo postavljali natanko tja, kamor smo tudi sicer želeli priti – v Evropo. Kako se sploh lotiti takšnega premika?**

Zelo enostavno, pri začetku. Treba je imeti tim ljudi, pridobiti sredstva in izbirati dobre programe, ki privabljajo občinstvo. Ko višamo te kriterije, jih dvigamo tudi sebi, zato je izvedba takega festivala vsako leto bolj zahtevna. Zavedamo se, da se je mogoče vedno izboljšati, zato redno evalviramo svoje delo in

»Vsaka malenkost me zagotovo ne iztiri. Veliko je reči, ki jih lahko predvidim, vnaprej organiziram in pripravim, tako sem mirnejši.«

rezultate ocenjevanja tudi resno upoštevamo. Ne spimo na preteklih lovorikah. Se pa vsakič, ko stopimo stopnico višje, pojavijo izzivi, na katere nismo pomislili.

09 **Kako dolgo pa je trajalo, da se je Festival Ljubljana utrdil kot pomembna, kredibilna in prepoznavna institucija? Je bil kak prelomen trenutek?**

Rasli smo sproti, a prelomen trenutek, ko smo presenetili vse, tudi domače in tuje občinstvo, je bil po mojem mnenju dogodek ob otvoritvi obnovljenega Kongresnega trga leta 2011. Takrat smo za deset tisoč gledalcev izvedli Mahlerjevo Osmo simfonijo s slavnim dirigentom Valerijem Gergijevom, Orkestrom Slovenske filharmonije in Zagrebško filharmonijo ter ogromnim, več kot devetstočlanskim zborom.

10 **Dolgo ste bili močno vpeti tudi v mednarodni festivalski prostor. Koliko vam je pri ustvarjanju kakovostnega programa pomagal dejstvo, da ste bili predsednik Evropskega združenja festivalov?**

Prav gotovo veliko, predvsem zaradi stikov, ki sem jih vzpostavil v dvaindvajsetih letih, ko sem bil aktiven v združenju. A to je



zgodba, ki je očem skrita, je pa bila izjemno pomembna pri ustvarjanju – zdaj že lahko rečem – močne blagovne znamke Festivala Ljubljana, ki zagotovo vleče.

11 **Za svoje dolgoletno delo pri Festivalu Ljubljana ste pred kratkim prejeli nagrado mesta Ljubljana. Že dolga desetletja namreč vsako leto znova zaznamujete podobo poletne Ljubljane.**

Prav gotovo je Ljubljana zaradi festivala poleti drugačna in privlačnejša, v veliki meri tudi za turiste. Za to pa seveda ni zaslužen izključno Festival Ljubljana, saj k temu ogromno pripomorejo tudi mesto in Turizem Ljubljana ter vse druge državne in mestne institucije. So pa naša prizadevanja gotovo privedla do tega, da je Ljubljana postala najbolj obiskana turistična točka v Sloveniji. Program Festivala Ljubljana je primerljiv s programi festivalov v Londonu, Parizu, Berlinu in vseh drugih metropolah, kar je glede na velikost Ljubljane fascinantno. Poleg tega imamo čudovito občinstvo, ki je zares zvesto; v Klubu Festivala Ljubljana je več kot deset tisoč članov, hkrati pa nas obiskuje tudi publika iz sosednjih držav in celo iz daljnih krajev. Lani smo vstopnice prodali v več kot šestdeset držav sveta.

12 **Kaj pa naredi dogodek res vrhunski?**

Zagotovo vrhunska izvedba. Garancija za kakovost so najprej tisti, ki so na odru, za njimi pa h kvaliteti nedvomno prispeva celoten servis v ozadju – od tehnika do snažilke, in to od priprav na dogodek do odhoda zadnjega obiskovalca.

13 **Kako se je spreminjala percepcija javnosti, ko je Festival Ljubljana postajal vse širši, ko ni bil več omejen le na komorno glasbo? Letos je denimo v programu celo elektronska glasba.**

To je zagotovo pomemben vidik, žanri, ki jih pokriva festival, brez dvoma močno vplivajo na javno mnenje, ki pa nam seveda mora biti naklonjeno. Zato smo pred desetletji v festivalski program zavestno začeli uvajati nove žanre. Danes tako vključujemo opero, balet, muzikal, koncerte popularne glasbe, ples, likovno umetnost, moderno glasbo ... Veseli pa me, da je Festival Ljubljana pojem kakovosti, kar tudi močno vpliva na pogled javnosti. Nakup vstopnice za Festival Ljubljana je garancija za vrhunsko izkušnjo, tudi če ne poznate izvajalcev.

14 **Se vam zdi, da je kurator programa, kot ste vi, pomemben tudi zato, ker občinstvo nekako vzgaja, mu predstavi nekaj, kar morda sicer ne bi pritegnilo njegove pozornosti?**

Ne bi rekel, da vzgajamo, zagotovo pa ponujamo tudi dogodke, ki jih občinstvo ne pozna. Tako se zagotovo oblikuje njegova kultura. Na srečo ljudje naši izbiri zaupajo in verjamejo, da je tako visokokakovostna, da si zasluži njihovo pozornost. Rezultat tega zaupanja je, da številni obiščejo tudi dogodke, ki jih ne poznajo.

15 **Publika Festivala Ljubljana se je zagotovo spremenila. A morda je v preteklosti veljalo, da je ta festival namenjen bolj premijski publiki.**

Saj tudi je namenjen premijski publiki! Takšno občinstvo imate lahko v vseh žanrih – na Kreslinu in na komornem koncertu. Premijska publika je zame namreč tista, ki se redno udeležuje kulturnih prireditev, se zna primerno vesti in na dogodek pride, ker ne more brez kulture, in ne zato, ker je to moderno. Tu ne gre za nastopaštvo, ampak za najrazličnejše profile ljudi, ki kulturo dojemajo kot hrano za izpolnjeno življenje.

16 **Hkrati pa nagovarjate tudi otroke in mlade.**

Tako je, in to tudi načrtno počnemo. Odnos do kulture in zavedanje, da je dostopna ter bogati življenje, je treba začeti graditi v otroštvu in ju nato le še nadgrajevati.

17 **Tudi zaradi širokega programa je Festival Ljubljana velik ter produkcijsko in finančno zahteven projekt. Kako pomembni so za tak festival dolgoročni partnerji in sponzorji?**

Zelo. Sponzorji in vstopnice predstavljajo okoli 40 odstotkov prihodkov, kar je pri skupnem proračunu devet milijonov evrov ogromno. Zadovoljni smo, da imamo veliko sponzorjev. Njihovo sodelovanje pa ni pomembno le za nas, ampak tudi zato, ker je Festival Ljubljana stičišče različnih ljudi, sponzorjev in partnerjev ter družbenih skupin, poklicev, vplivnežev in odločevalcev. Ne gre samo za dogajanje na odru, partnerji in sponzorji tudi sooblikujejo dogajanje ob robu prireditev.

18 **Pa podjetja vedo, koga s tem nagovarjajo? Vi verjetno zelo dobro poznate vaše občinstvo.**

V podjetjih prav gotovo vedo, saj tudi sami analizirajo potencialne stranke. Tako kot oni pa tudi mi poskušamo širiti krog našega občinstva. Približno polovico predstavljajo dobro situirani izobraženi posamezniki, večina gospe.



prirediv, gradijo tudi interno kulturo podjetja, okolje, v katerem delujejo. Takšno sponzorstvo ima torej za podjetje večplastne koristi.

21 Večina podjetij potem sponzoriranja kulture ne dojema izključno kot strošek?

Tisti, ki kulturo dojemajo kot strošek, niso njeni sponzorji in ne sodelujejo z nami.

22 So slovenska podjetja pri sodelovanju s kulturo drugačna od tujih podjetij, s katerimi imate izkušnje?

Težko rečem. Vidimo pa, da tudi v tujini pri pomembnih kulturnih festivalih sodelujejo vsa večja podjetja, in to z velikimi zneski, kar je verjetno tudi razlog, da so te sponzorske pogodbe pogosto ekskluzivne. Brez sponzorstev ne gre. Audi je denimo že pred drugo svetovno vojno podpiral Salzburški festival in še vedno mu je zvest.

23 Ali so se v zadnjih dvajsetih oziroma tridesetih letih vaši odnosi s podjetji in njihov odnos do kulture kaj spremenili in kako?

Seveda, spremembe so opazne na obeh straneh. Veliko bolje se poznamo, kar je ključno. Moramo poznati drug drugega, Festival Ljubljana mora poznati cilje sponzorjev, pa naj bo to Porsche Slovenija ali Petrol. Hkrati pa morajo tudi oni vedeti, kako se želijo pozicionirati in s katerim dogodkom se želijo povezati. Vidimo pa, da je tako kot nam tudi podjetjem najpomembnejša kakovost dogodka. Večja podjetja rada sponzorirajo največje in najkakovostnejše dogodke na nekem področju, pa naj bo to Planica ali Festival Ljubljana. Prepoznavajo, da se je vredno pojavljati na takih prireditvah. Zato njihovo podporo štejemo tudi kot veliko priznanje za naše delo.

24 So vam partnerji, ki sodelujejo kot sponzorji, zvesti ali se menjajo oziroma odhajajo in se vračajo?

Če kdo odide, to praviloma stori zaradi finančnih rezov ali slabšega poslovanja. Z nekaterimi pa imamo vsakoletne pogodbe tudi že trideset let.

25 Vsakoletne pogodbe, ki časovno omejujejo sodelovanje, verjetno za vas pomenijo tudi to, da se morate vedno znova dokazati.

Absolutno, in tako je prav. Tudi zato postajamo vsako leto boljši.

»Ne spimo na preteklih lovorikah. Se pa vsakič, ko stopimo stopnico višje, pojavijo izzivi, na katere nismo pomislili.«

19 Kako pa danes prepričate podjetja, da podprejo prihod velike zvezde ali da vložijo sredstva v visokoprodukcijsko predstavo?

Ni jih treba prepričevati, saj podjetja prepoznavajo pomembnost pojavljanja, in to ne samo neposredno, ampak tudi z mehkejšim marketingom, kar morda prinese še večje rezultate. Predvsem za manjša podjetja je pomembno, da so zraven, saj sta njihova prisotnost in podpora tako velikemu dogodku zanje tudi vstopnica za vzpostavljanje stikov z drugimi poslovneži. Hkrati se podjetja zavedajo, da morajo skrbeti za svoje blagovne znamke; če v reki ne plavaš, te odnese tok, treba se je neprestano truditi. Številna podjetja tako prepoznavajo Festival Ljubljana tudi kot kakovostno platformo za udejanjanje teh ciljev. Seveda pa je ključno za to, da se podjetja vedno znova odločajo za sodelovanje z nami, dejstvo, da vedno izpolnimo obljube. Kar obljubimo, izvedemo, in to tako, kot smo se dogovorili. Trudimo se uresničiti pričakovanja vseh, ki pomagajo sooblikovati festival. Seveda pa pri tem sodeluje tudi publika, ki je pravzaprav naš največji sponzor.

20 Kje po vašem mnenju podjetja najbolj prepoznajo vrednost povezovanja s kulturo: v blagovni znamki, odnosih ali v druženju v živo?

Ne glede na to, da živimo v digitalni dobi, je doživetje kulture v živo nekaj edinstvenega. Tega nič ne more nadomestiti, tako kot družbeno omrežje ne more nadomestiti stika v živo. Zato so druženja pred dogodki in po njih tako zelo pomembna – ker izkušnjo kulture delimo v živo. Absolutno se sklepajo vsaj poznanstva, če ne posli. Srečanje v prijetnem, manj formalnem okolju lahko prinese drugačen pogled na začetek poslovnega sodelovanja, temelji odnosa, ki je vzpostavljen na ta način, pa so preprosto drugačni. Vendar pa mislim, da je naklonjenost podjetij Festivalu Ljubljana povezana predvsem s podobo njihove blagovne znamke navzven. Ko se povezujejo z nami, ne nazadnje kažejo tudi, da vračajo v okolje, v katerem delujejo. Pomembno pa je tudi, da podjetja s svojo podporo skrbijo za podobo blagovne znamke navznoter, česar se vse bolj zavedajo. Hkrati s tem, ko se njihovi zaposleni udeležujejo naših

26 Ali pri svojem delu s sponzorji najprej gradite na osebnih odnosih, ki jih šele nato formalizirate?

Ne, v resnici je obratno. Neformalni odnosi se razvijajo po formalnostih, na začetku gre namreč za obojestranski poslovni interes. Skozi leta pa se seveda vzpostavijo neformalni odnosi in se zblížamo, kar nedvomno pozitivno vpliva na sodelovanje. Vendar pa (vsaj po mojem mnenju) to pomeni celo še večjo obveznost.

27 Kako pa vzpostavljate in ohranjate odnose z nastopajočimi umetniki?

Festival Ljubljana je v kulturnih krogih že tako prepoznaven, da lahko v Slovenijo zaradi tega privabimo kogar koli. Menim, da je to velik dosežek in prednost, ki nam omogoča, da vzdržujemo in nenehno nadgrajujemo kakovost. Vprašanje torej ni, ali bi bil umetnik pripravljen priti v Ljubljano, ampak le, kdaj in pod kakšnimi pogoji bo prišel. Zato se dogovarjamo dve do tri leta pred načrtovanim dogodkom.

28 Torej zaključujete dogovore z umetniki že za leto 2027?

Tako je, kmalu bomo nastopajoče za leto 2027 imeli že v celoti potrjene.

29 Kaj vpliva na to, da se umetniki radi vračajo v Ljubljano, in na to, kako se počutijo pri nas?

Všeč jim je, da so razdalje v Sloveniji majhne, predvsem pa je pomembno, da jim zagotavljamo vrhunsko podporo. V skrbi za goste v primerjavi z drugimi festivali zagotovo ne zaostajamo, morda smo celo še nekoliko skrbnejši. Vsi umetniki so nastanjeni v najkakovostnejših hotelih, v katerih se dobro počutijo in spočijejo. Treba je razumeti, da so to ljudje, ki več časa preživijo v hotelih kot doma. Zato je naša močna zaveza, da jim zagotovimo normalne pogoje za delo, saj bodo tako tudi na odru lahko pokazali največ, kar zmorejo. Poskrbimo, da imajo na voljo najboljše instrumente, ozvočenje in vse drugo na odru in za njim. Porsche Slovenija nam pomaga tudi, da imajo nastopajoči zagotovljen varen, zanesljiv in udoben prevoz. So pa praviloma vsi gostje, tudi največja imena, zelo nezahtevni.

30 Kako se sploh dogovarjate za gostovanje vrhunskih institucij, kot so Bolšoj teater, Dunajski filharmoniki ali velike operne produkcije?

Greš tja in se dogovoriš. Vendarle pa si moram vse, kar bo na našem odru, prej tudi ogledati, se srečati z izvajalci, koreografi, režiserji ... No, Akademskega državnega Bolšoj

teatra iz Rusije niti Marijinega gledališča iz Sankt Peterburga zaradi sankcij žal nismo gostili že od začetka vojne v Ukrajini. Upam pa, da bomo lahko kmalu spet začeli kulturno sodelovati z največjimi ruskimi, ukrajinskimi in tudi izraelskimi institucijami. Kultura mora povezovati. Ko se vojne končajo, je kultura praviloma prva, ki začne sodelovati, ponovno najde stik. To je bilo jasno tudi v zadnji vojni v Jugoslaviji, ko je kultura prva spet vzpostavila stike.

31 Koliko dni na leto ste glede na vse povedano sploh v Ljubljani?

Odvisno, poleti sem tu skoraj ves čas. Običnem večino naših dogodkov, tudi zaradi sponzorjev in občinstva. Sicer pa precej potujem, verjetno sem malo manj kot pol leta na poti – na konferencah, predstavah, koncertih, srečanjih ...

32 Veliko najbrž potujete z avtomobilom. Kakšna glasba vas spremlja na poti, če vas sploh?

Potujem z vsemi prevoznimi sredstvi, a v avtomobilu imam najraje tišino. Studijski posnetki me ne navdušujejo, tako ali tako v živo slišim dva ali tri koncerte na teden in se zato naučim glasbe. Tudi doma jo bolj redko poslušam, saj je je naša hiša že sicer polna, ker igranje na instrumente vadita tudi hčerki.

33 Kako pomembno pa se vam zdi, da se umetniško udeležujete tudi izven svojega dela? Še vedno občasno koncertirate, verjetno pa tudi ne morete delati dobro, če ne poznate celotne umetniške scene doma in v tujini.

Seveda je pomembno, zato se redno udeležujem predstav in koncertov drugih organizatorjev doma in v tujini. A v resnici imamo naš program vse leto: Mlade virtuozne – petnajst ali šestnajst koncertov za mlade, Slovenske glasbene dneve – letos praznujemo štirideset let tega festivala ter Zimski festival Ljubljana, ki smo ga začeli med zimskimi počitnicami, saj je bila Ljubljana takrat skoraj kakor izumrla. Veliko se torej dogaja tudi izven časa poletnega Festivala Ljubljana, lani smo skozi vse leto imeli preko štiristo dogodkov.

34 In kateri bodo po vašem mnenju letošnji vrhunici?

Vse prireditve v Križankah in Cankarjevem domu bodo vrhunici. Potem pa bo precej drugih, manjših dogodkov, ki pa ne bodo nič manj vrhunski. Taki bodo denimo nastopi violinista Sergeja Krilova v Slovenski filharmoniji, koncert Mariá iz Buenos Airesa in koncerti v Križevniški cerkvi. To so takšne poslastice. Vrhunski mojstri, vrhunska imena! Festivalsko

»Druženja pred dogodki in po njih so zelo pomembna, ker izkušnjo kulture delimo v živo. Absolutno se sklepajo vsaj poznanstva, če ne posli. Srečanje v prijetnem, manj formalnem okolju lahko prinese drugačen pogled na začetek poslovnega sodelovanja.«

vzdušje bodo sami ali v ansamblu nedvomno začinili posamezniki, kot sta violinist, violist in dirigent Pinchas Zukerman ter dirigent John Eliot Gardiner. K nam pridejo tudi štirje pianisti, ki jih noben drug festival ne gosti istočasno: Martha Argerich, Yuja Wang, Katja Buniatšvili in Bruce Liu, zmagovalec Chopinovega tekmovanja. To so največje zvezde na svojem področju. Seveda pa imamo v programu tudi nekaj novih imen, recimo Simfonični orkester iz Wuxija, ki je bil ustanovljen šele pred dvema letoma in je že eden najboljših kitajskih orkestror. Kitajci so namreč v zadnjih petnajstih letih ustanovili kar šestdeset orkestror. Hkrati pa imamo tudi posebne umetnike, denimo Radeta Šerbedžijo, ki je legenda. Nikakor ne smem pozabiti tudi na Mednarodno likovno kolonijo, ki bo naslednje leto praznovala že trideset let. Menim, da je letošnji program res nekaj posebnega, prav zanima me, kakšno bo mnenje publike.

35 Všeč mi je, kako strastno razlagate o programu. Si želite, da bi tudi občinstvo po dogodkih odšlo domov s tako intenzivnimi občutki?

Točno to: z intenzivnimi dobrimi občutki, ki bi potrdili, da so obiskovalci dobili točno tisto, kar smo obljubili, ali celo več.

36 Kaj pa vas po desetletjih dela za Festival Ljubljana še vedno iskreno navdušuje?

(*Odpre programsko knjižico in pokaže na sliko Kongresnega trga z ogromnim odrom, številnimi nastopajočimi in morjem gledalcev.*) Tole, vedno znova. ●



Škoda Epiq

Piše: Mihael Cajnko

Dostopna električna mobilnost
in vsakdanja praktičnost

Učinkovita električna platforma

Epiq je zasnovan na novi električni platformi MEB+ s pogonom na sprednji kolesi. Lažja zasnova, baterija z bruto kapaciteto do 55 kilovatnih ur in odlična aerodinamika s količnikom zračnega upora 0,275 omogočajo doseg do 440 kilometrov (WLTP) ter hitro polnjenje z enosmernim tokom od 10 do 80 odstotkov v približno 24 minutah.

Udobna vožnja in dvosmerna energija

Pogon na sprednji kolesi in vožnja z enim pedalom v načinu B omogočata sproščeno vožnjo, zlasti v mestnem prometu in pri počasnem premikanju v koloni. Epiq podpira tudi dvosmerno polnjenje, zato lahko energijo iz baterije uporablja tudi za zunanje porabnike, dom ali električno omrežje.

24 min

za polnjenje baterije (10–80 %)



475 l + 25 l
prostora za prtljago zadaj in spredaj



VEČ O
MODELU

Trajnostno digitalno središče

Minimalistična notranjost združuje intuitivno upravljanje, 13-palčni osrednji zaslon z operacijskim sistemom Android in širok nabor digitalnih storitev. Trajnostni pristop poudarjajo materiali, ki so reciklirani ali niso živalskega izvora, vsakdanjo uporabnost pa povečujejo rešitve Simply Clever ter glavni prtljažnik s prostornino 475 litrov in dodatni 25-litrski sprednji prtljažni prostor.

Do **155 kW (211 KM)**
največje moči

Do **440 km**
dosega (WLTP)

Prepoznaven dizajn

Epiq je prvi serijski model znamke Škoda, ki v celoti prevzema oblikovalski jezik Modern Solid. S čistimi linijami, sijajno črno masko Tech-Deck Face, svetlobnim podpisom v obliki črke T in aerodinamično optimiziranimi platišči velikosti od 17 do 19 palcev ima Epiq prepoznavno, samozavestno in funkcionalno podobo.

Moda kot strateško orodje moči



Z **Leo Pisani**, strokovnjakinjo za vizualno komunikacijo, osebno podobo in mehanizme vpliva, ki že desetletja svetuje vodjem in javno izpostavljenim posameznikom, smo govorili o tem, zakaj je urejenost prva valuta zaupanja, zakaj je diskretnost postala nova dominanca in kako vodje, zavestno ali ne, z obleko upravljajo vsako sobo, v katero vstopijo.

Piše: Aljoša Krošlin Grlj

01 V poslovnem svetu oblačila niso le stvar estetike, ampak signal. Kako vi definirate oblačenje kot orodje vpliva?

Ne trdim, da to vem v znanstvenem pomenu, vem pa zagotovo: vsi analiziramo ljudi na podlagi njihove podobe. In vsak detajl govori. Opažam, da je človek na visoki razvojni stopnji praviloma tudi esteta, mar mu je za kulturo oblačenja, tudi če v tem ni bil vzgojen. Tistemu, ki to nosi v sebi že od doma, je lažje, a večina se tega tudi nauči. Ko enkrat spoznaš vsaj nekaj pravil kulture oblačenja, hitreje in pravilneje prepoznavaš druge, predvsem pa znaš oblikovati lastno podobo, ki govori o tvojih pozitivnih osebnostnih lastnostih.

02 Katere vizualne signale ljudje najpogosteje podcenjujejo, pa v resnici močno vplivajo na to, kako jih vidijo sodelavci, partnerji, vodstvo?

Na prvo mesto brez oklevanja postavljam osebno urejenost. Higieno. Opažam izjemno veliko neurejenih ljudi: moške, ki se ne strižejo dovolj pogosto, oblačila, ki niso zlikana, ki so neustrezne velikosti. Z urejenimi ljudmi vsi raje komuniciramo. Ko vidiš urejenega človeka, se ti zdi, da je v redu, da se nanj lahko zanesesh, da je tisto, kar govori, resnično, da je stabilen. Urejenost je videti majhna stvar. V resnici je prva.

03 Kateri so danes subtilni signali moči?

Signal moči danes ni kriček. Velik logotip blagovne znamke ni znak statusa, nasprotno. Vedno rečem: če nosiš velik tuj logotip, bi te za to morali plačati. Če ne delaš za to znamko, čemu jo oglašuješ? Velikokrat

tak logotip pomeni, da želiš pripadati nekemu okolju ali skupini, ki ji v resnici ne pripadaš, in s tem sporočiš prav to. Pravi signali so tihi: brezhibna urejenost, kakovost materiala, ujet kroj, en sam premišljen detajl. Diskretnost je postala dominanca, ker dokazuje, da ti ni treba ničesar dokazovati.

04 Kateri detajli pa so tisti, ki jih opazovalec res prebere?

Ura denimo. Vsi jo opazujejo in treba jo je izbrati premišljeno. Politik si lahko privoščiti tudi dragoceno uro, a le, če je imel premoženje že pred vstopom v politiko, sicer ura postane vprašanje, ne signal. In moja osebna posebnost: manšetni gumbi se nosijo zvečer, ne podnevi. Manšetni gumb zahteva srajco z dvojno manšeto, ta pa je daljša, gleda izpod rokava suknjiča in gumb lahko potrka ob mizo ter oddaja zvok. Ker se rokavi suknjičev danes ožijo, dvojna manšeta sili navzgor in jo je treba ves čas popravljati. To je kot tik, ki moti pogovor. Detajl, ki naj bi vtis gradil, ga začne razgrajevati.

05 Kaj pa dodatki, torba, nakit?

Vsi govorijo. Torbica pri ženski zelo zgovorno priča o slogu, na seminarjih udeleženke včasih prosim, naj položijo svoje torbice na mizo, in iz njih lahko marsikaj preberem. Absoluten ne so torbe za športne aktivnosti ter poškodovane torbe in torbice. Če se odločiš za nahrbtnik, naj ne bo šolski, ampak lep, premišljen, najbolje usnjen. Pri nakitu je v poslovni komunikaciji moteče vse, kar oddaja zvok: uhani, ki bingljajo, zapestnice, ki rožljajo, prevelik prstan, ki ovira rokovanje. In nohti, čeprav se je nohtomanija k sreči umirila. Predolgi nohti delujejo nedelovno, so nehygienični in ob tipkanju oddajajo zvok. Barva ni problem, problematična sta dolžina in pretiravanje.

06 Kako se moč oblačenja razlikuje med korporacijami, kreativnimi industrijami in startupi?

Vse je odvisno od panoge, to je rdeča nit vsega, o čemer se pogovarjava. Pri korporativnem profilu, pravniku, vrhnjem menedžmentu sloni podoba na nevtralnih barvah in bolj formalnem kroju. Pri kreativcu pa pričakujemo nasprotno: bodisi popoln minimalizem bodisi en sam skrbno premišljen detajl, zanimiva očala, dosledno črno paleta, nekaj, kar pokaže, da ga oblikovanje zanima. Dober kreativec zna »kravato« narediti iz oblike, ne iz svile. V startup okolju in IT-ju je toleranca največja; tam je pogosto vseeno, a tudi velja: sproščenost ni isto kot neurejenost.

»Ko vidiš urejenega človeka, se ti zdi, da je v redu, da se nanj lahko zanesesh, da je tisto, kar govori, resnično, da je stabilen. Urejenost je videti majhna stvar. V resnici je prva.«

»Sproščenost je dovoljena, videz, ki ne pove ničesar, pa ni.«

07 V čem pa je razlika med politikom in gospodarstvenikom?

Politik večinoma potrebuje obleko in si kravato zaveže, ko vstopa v formalno okolje. Pri njem velja jasen kod: bela srajca je slovesna, svetlo modra dnevna, rjava pa je navadna, prijazna, dostopna – ni poslovna. Gospodarstveniki kravate skoraj ne nosijo več, zavežejo si jo le na bolj državnih srečanjih. Svetujem jim temno modro obleko in predvsem neformalen suknič, pleteni hibrid, ki ga kombinirajo s čino hlačami, ne s kavbojkami. Sproščenost je dovoljena, videz, ki ne pove ničesar, pa ni.

08 V svojem času Steve Jobs, danes pa Mark Zuckerberg in številni drugi prisegajo na nekakšno osebno uniformo – vedno podobno kombinacijo oblačil. Je to strategija, psihologija ali lenoba?

Strategija, podprta s psihologijo. Ti ljudje se zavedajo, da ne želijo zjutraj izgubljati energije za odločitve, kaj obleči in kako to uskladiti. Zato si ustvarijo jutranji ritual, da samo nekaj nadenejo nase. Pri Jobsu so bili džins, črna majica, superge New Balance, in to je bilo to. A pozor: tudi oni se prilagajajo. Ko je potrebna kravata, si jo Zuckerberg zaveže. Uniforma ni togost, z njo se prihrani energija za pomembnejše odločitve.

09 Pa manj izbire res pomeni več fokusa in ali se to da prenesti v vsakdan?

Da, in prav to svetujem strankam. Smart casual, v katerega smo danes oblečeni v 95 odstotkih, je izjemno zahteven: kombinirati moraš barve, materiale, proporce. Posledica? V omarah imamo 70 do 90 odstotkov oblačil, ki jih ne nosimo. Rešitev ni več oblačil, ampak sistem, sestavljeni kompleti, stylingi usklajenih kosov. Zjutraj se odločiš za en kos in že veš, kaj gre zraven. Pri tem nam danes pomaga celo trg, saj so trgovine polne nevtralnih barv. Kupuj nevtralnino in načrtno, vsak kos naj se poveže z več drugimi in naj ne konča osamljen v omari.

10 Je zavestna izbira oblačila glede na situacijo legitimno orodje ali manipulacija?

Legitimno orodje, a pod pogojem, da razumeš, čemu služi. Ko oblečeš suknič, se zgodi nekaj konkretnega – negiraš obliko svojega telesa. Postaneš bolj anonimen, deluješ bolj profesionalno in avtoritativno. Ustvariš diskretno bariero, pokriješ telo in s tem sporočiš: tukaj sem zato, da komuniciramo, glej me v obraz, poslušaj me, ne ocenjuj me. Danes imamo cel spekter sukničev, od najbolj formalnega, dvorednega do elastičnih hibridov z našitimi žepi. A vsi opravljajo isto delo.

11 Kako se torej oblačila uporabljajo za pogajanje in javnih nastopov?

Veliko je odvisno od panoge, a en primer je poveden. Če pride ženska na pogajanja v rdeči obleki – rdeča je barva krvi, moči, ognja, strasti in statistično je moškimi najprivlačnejša ravno ženska v rdečem –, lahko nasprotnik pomisli, da želi zmagati s svojo ženstvenostjo. To ni dobra izbira. Namesto tega svetujem sukniči, prilagojen okolju. Enako velja za izpostavljene posameznike nasploh; pri tistih, ki so zelo na očeh, je pravzaprav zaželeno, da je njihova podoba bolj anonimna, da s pretirano komunikacijo videza ne tekmuje s sporočilom. Ugled in profesionalnost ne potrebuje glasnosti. In še detajl: preglobok dekolte moti komunikacijo, celo v pogovoru med dvema ženskama, kaj šele drugje. Po eni strani je atraktiven, po drugi pa odvrne pogled od pogovora. In pogovor je tisto, zaradi česar smo v sobi.

12 Kdaj zavestno odstopanje od ravni oblačenja (dress code), recimo superge v pisarni, poveča vpliv in kdaj je polom?

Spet je to čisto odvisno od panoge. V IT-ju in startup okolju je pogosto popolnoma vseeno. Drugje pa velja, da raven oblačenja še vedno bereš po moškem kodu. Če ima moški kravato, vemo, da gre za zelo formalno okolje ali posebno priložnost, in takrat sodijo zraven čevlji z vezalkami, k ženski pa usnjeni čevlji. Sicer pa se je zgodil velik premik: superge ne nosimo več samodejno, obrat je tu. Pri ženskah je sprememba še večja, saj nas čez dan ne vidite več v visokih petah. To ni le moda; moda je odraz stanja v družbi, tu pa beremo emancipacijo in željo po udobju. Kršenje pravila deluje takrat, kadar pokažeš, da pravilo poznaš in da od njega odstopaš zavestno, ne iz nevednosti.

13 Kako se oblačenje bere v podjetju – med ekipami, oddelki, vodstvom?

Tu se pokaže zanimiva dinamika. Če se oblečeš za cilj, torej kot ljudje s položajem, ki si ga želiš, ti to v trenutni poziciji lahko prinese nekaj nelagodja v odnosu s sodelavci. Podoba, ki napoveduje vzpon, za okolico ni vedno udobna. A to je sprejemljiva cena, tihi signali ambicije so del napredovanja. Ključno pa je nekaj drugega: ton vedno postavlja vrh. Če se vodi, direktor ali lastnik zaveda pomena vizualne komunikacije, se bodo začeli izobraževati in urejati tudi drugi. Če se ne, ni zares pomembno, kaj piše v internih pravilih. Kultura oblačenja v podjetju je vedno odsev tistega na vrhu.

14 Kako bi opisali trenutno oblačilno kulturo v slovenskem poslovnem svetu?

Mislím, da smo primerljivi z drugimi narodi. Italijani in zahodna Evropa imajo tradicijo kulture oblačenja, ki se prenaša iz roda v rod, bolj razumejo kakovost, imajo občutek za sestavljeno garderobo. Mi smo se morali hitro veliko naučiti, in smo se. A naša specifika ostaja: preveč neuporabnih kosov v omarah in nakup manj kakovostnih oblačil, kar pomeni, da v svojo garderobo vlagamo manj kot Italijani.

15 Kje vidite največje razlike med generacijami vodij pri nas?

Mlajši so oblečeni manj formalno, a presenetljivo dobro obvladajo prilagajanje. Predavala sem mladim vodjem; vsak dan so videti zelo sproščeni, a vsi znajo, ko je treba, svojo podobo prilagoditi. Bolj me, iskreno, motijo nekateri starejši, ki vztrajajo pri oblačilu, ki ni več primerno, pri črni obleki, pri prepogosto zavezani kravati. Starejši večkrat naredijo napako kot mlajši.

16 Katera je največja napaka, ki jo ljudje delajo pri poslovnem oblačenju?

Da ne vlagajo. Mnogi, pogosto mladi moški, sploh ne pomislijo, da je v garderobo treba investirati. In takoj za tem: nakup posameznih kosov brez sistema, ki potem ostanejo neuporabljeni. Velik logotip na oblačilu? Z eno besedo, neokusno.

17 Če bi morali vodjem dati tri konkretne napotke za strateško oblačenje, kateri bi bili?

Prvič: brezhibna osebna urejenost je temelj, brez katerega vse drugo pade. Drugič: oblačila brez vidnih logotipov in napisov. Tretjič: zavedanje, da se je treba z oblačili prilagajati, da je prilagajanje odraz želje po dobri komunikaciji, ne pa podrejanje. Kdor dovolj pozna kulturo oblačenja, ve, kam gre, zlasti kadar je dress code zapisan v vabilu.

18 Kako naj posameznik začne graditi svoj vizualni podpis, avtentičen in hkrati strateški?

Najprej opazuj, kako se oblačijo drugi v tvojem okolju, kako formalni so. Nato zgradi podobo, ki ustreza globini tvojega žepa, začni z enim ali dvema sestavljenima kompletoma. Izberi nekaj nevtralnih hlač, v katerih se dobro počutiš, in jih kombiniraj z zgornjimi deli; odloči se za ozko barvno paletto, da iz čim manj kosov dobiš čim več kombinacij. Za delovni teden je dobro imeti vsaj osem usklajenih stylingov, pet jih je premalo. Zveni nepričakovano, a mladi si pogosto želijo prav to: jasne napotke, nekakšen priročnik. Vizualni podpis ni nadarjenost. Je sistem in vsak si ga lahko zgradi.

»Kultura oblačenja v podjetju je vedno odsev tistega na vrhu.«



Volkswagen

Grand California

Popolna svoboda
na kolesih

Piše: Mihael Cajnko



Dve dolžini za različne potrebe

Grand California je na voljo v dveh izvedbah. Šestmetrski model 600 s prečno posteljo zadaj izstopa po okretnosti in optimalnem izkoristku prostora. Model 680 z dolžino 6,80 metra se ponaša z vzdolžno postavljenjo dvojno posteljo, ki zagotavlja izjemno prostoren spalni del, daljša medosna razdalja pa v kabini ustvarja zračen občutek odprtega prostora.

VEČ O
MODELU

Nova Volkswagen Grand California predstavlja višjo raven mobilnega bivanja, saj združuje vrhunsko udobje in napredne tehnologije aktualnega Crafterja. Na voljo sta dve dolžinski različici, ki se s specifičnimi spalnimi koncepti prilagajata različnim potrebam popotnikov. Nova, popolnoma digitalizirana kabina, bogat nabor asistenčnih sistemov in elektronska parkirna zavora zagotavljajo, da je potovanje lahko sproščeno. Ekskluzivni model Dune z robustnim terenskim videzom in opcijskim štirikolesnim pogonom pa vozniku omogoča, da samozavestno razišče tudi najbolj oddaljene kote narave. ●

Do 4 ležišča
z opcijsko posteljo v strehi

Udobnejši bivalni prostor

Osrednji del posodobitve je nova zasnova notranjosti z dekorjem Atami Bambus, ki bivalnemu delu vdahne prijetno mediteransko svežino in sodoben značaj. Vse skupaj elegantno dopolnjujejo črni detajli armaturne plošče in stikal, dodatni shranjevalni prostori pod stropom ter vsestranska jedilna miza, ki jo je za obroke na prostem mogoče pritrčiti na zunanjo stran kuhinjskega bloka.



Najnovejša digitalna tehnologija

Voznikov prostor je opremljen s sistemom Digital Cockpit Pro in povsem novim infozabavnim zaslonom na dotik. Nova elektronska parkirna zavora sprošča dodatni prehodni prostor v kabini in bistveno olajša obračanje sprednjih sedežev proti bivalnemu prostoru. Za varno in sproščeno potovanje na dolgih razdaljah skrbijo napredni sistemi, vključno z opcijskim asistentom Travel Assist.

110 litrov

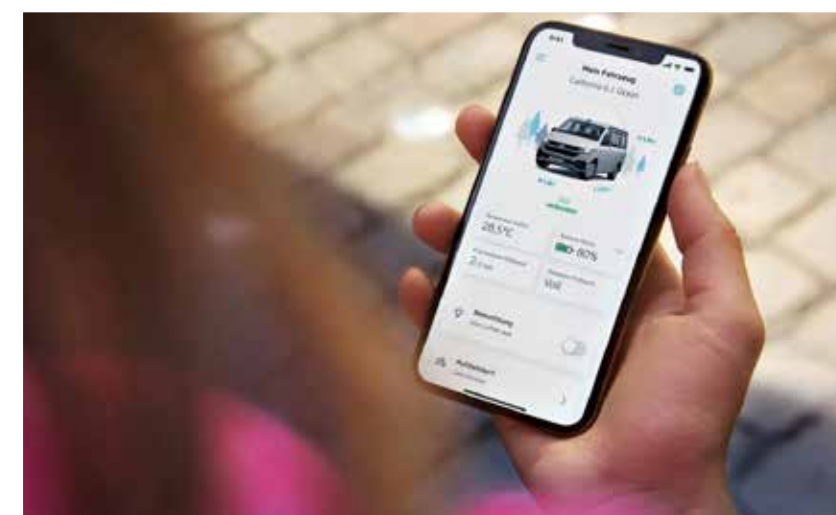
prostornine rezervoarja za čisto vodo

Do 2,2 m

notranje stojne višine v bivalnem delu

2 različici tlorisa:

okretni model 600 in prostorni 680



Pametna aplikacija California

Brezplačna aplikacija za pametne telefone je priročno digitalno orodje za podporo na potovanjih. Uporabnikom omogoča preprosto načrtovanje poti, iskanje idealnih lokacij med več kot 29.000 kampi in postajališči po Evropi ter dostop do ključnih informacij o vozilu. Ker aplikacija deluje tudi kot daljinski upravljalnik za funkcije Grand Californie, bistveno poenostavi vsakodnevna kamping opravila in poskrbi za še bolj sproščen dopust.

Primož Štormman

Bobnar glasbene skupine Tabu

Piše: Anja Leskovar
Foto: Miran Juršič

01 Kaj vas danes bolj napolni: aplavz po koncertu ali trenutki miru, ko ste sami na poti domov?

Aplavz na odru me vedno izjemno napolni. Zmeraj znova mi daje potrditev, da tisto, kar imam rad, opazi in ceni še kdo drug. Je pa po drugi strani prav moj avto zame prostor svobode, moj mirni pristan. Po čustveno in energetsko nabitem koncertu me vožnja domov zato zares umiri in sprosti. Če voziš tak avto, kot ga vozim jaz, je to še bolj čutiti.

02 Kako bi opisali svoj osebni energetski prehod v zadnjih letih, ne samo pri avtomobilski tehnologiji, ampak tudi v načinu življenja?

Nisem človek, ki mu je pomembno le to, da pride od ene do druge točke, tako življenjsko kot mobilnostno. Rad uživam v glasbi, vožnji in drugih rečeh. Me pa pomirja, če imam stvari pod nadzorom, pri čemer rad uporabljam in raziskujem možnosti, ki so mi na voljo.

03 V eni svojih pesmi pravite, da »ima vsak tabu velike oči«. Je bil nakup električnega avtomobila za vas priložnost, da to misel preverite tudi v praksi?

Kot ljudi nas vedno skrbi, če je nekaj izven običajnih okvirov. Tudi v primeru električnih avtomobilov ni nič drugače. Me pa zelo moti, da nekateri tako radi širijo negativnost brez kakršnih koli izkušenj. Nekoč sem bral knjigo o Henryju Fordu in o tem, kako se je lotil svojega prvega serijsko izdelanega avtomobila. Ljudi je spraševal, kaj bi si najbolj želeli glede mobilnosti. Vsi so mu v en glas odgovarjali, da je zagotovo hitrejši konj, a Ford se je odločil izdelati avtomobil za vsak dom. Ljudje so se mu posmehovali, kočijaži so ga žalili in se norčevali. Danes pa na cesti že dolgo ne vidimo več nobenega konja. Verjamem, da se bo postopoma nekaj podobnega zgodilo tudi s klasičnimi avtomobili. Do takrat se bodo po družbenih omrežjih novodobni »kočijaži« verjetno še vedno posmehovali vsem, ki vozimo električne avtomobile.

Moja odločitev, da si kupim električno vozilo Volkswagen ID.7, je bila posledica radovednosti. Čeprav sem že vse življenje glasbenik, me je vedno zanimala tehnika. Priznam pa, da sem s strahom obiskal avtosalon. Na dan, ko so mi sporočili, da je moj avto prispel, sem bil vseeno v rahlem stresu. Skrbelo me je, kako ga bom polnil, ali bom lahko prišel do cilja, kako hitro se mi bo izpraznila baterija – pred očmi sem imel kup težav. Seveda teh zdaj sploh ni. Navdušen sem in prepričan, da nikoli več ne bom kupil klasičnega avtomobila.



04 Bi lahko potegnili vzporednice med električnimi bobni in akustičnimi ter med električnim in klasičnim avtomobilom? Je morda pri uporabi električnega avtomobila treba dan kaj bolj načrtovati?

Pri igranju na bobne je osnova enaka, ni se treba prilagoditi, če igraš električne ali akustične. Sam sicer igram akustične, saj jih naša glasba najbolj sprejema. Pri uporabi električnega avtomobila moram morda malce bolj načrtovati svoj dan, a le toliko, da predvidim, kje bom polnil, če grem dlje od 450 kilometrov. Pa še takrat mi avto sam ponudi polnilnice in teh je v naši okolici v resnici bistveno več, kot je bencinskih črpalk. Pri vsakodnevnih, krajših vožnjah pa res popolnoma nič ne načrtujem. Vsako jutro je avto, ko ga pripeljem iz garaže, poln in mi omogoča, da se odpeljem, kamor koli želim.

05 Kaj se po vašem mnenju spremeni v človeku, ko iz hrupa preide v tišino, tako v življenju kot tudi po odločitvi za električni avto?

Ljubim oboje – hrup in tišino. Če ne doživiš hrupa, tišine pač ne moreš dovolj ceniti. A tudi tišina vsak dan in vedno nima smisla, je preveč dolgočasna. Pri avtomobilu se mi je pretiran hrup zmeraj zdel zares nepotreben. Okej, razumem, da v mladosti kdo rad zarjove z vozilom, a sam pri tem nikoli nisem čutil strašnega užitka, zato tega tudi ne pogrešam. Me pa navdušujeta tiha moč elektrike in občutek jadriranja.

Na dopust s službenim avtomobilom?

Poletje je čas, ko se poslovne poti pogosto prepletejo z zasebnimi načrti, zato ni nič nenavadnega, če se tudi na dopust odpravite s službenim avtomobilom. A to zahteva nekaj dodatne priprave: urejeno dokumentacijo, jasen dogovor z delodajalcem in poznavanje pravil, ki veljajo v tujini. Da bi pot minila brez nepotrebnih skrbi, preverite odgovore na najpomembnejša vprašanja, še preden zapeljete čez mejo.

Piše: Mihael Cajnko

01

Ali lahko službeno vozilo v tujini uporabljam tudi za zasebne namene?

Službeno vozilo lahko za zasebne namene v tujini uporabljate le, če vam to izrecno dovoljuje delodajalec in je to ustrezno dokumentirano, na primer s pisnim dovoljenjem ali določilom v pogodbi. Brez tega se šteje, da vozilo uporabljate v nasprotju s pogodbo, kar lahko povzroči težave pri uveljavljanju zavarovanja ali celo sproži disciplinske ukrepe v podjetju.

02

Kako je z boniteto za zasebno uporabo službenega vozila?

Če vam delodajalec omogoča uporabo službenega vozila tudi za zasebne namene, se ta ugodnost praviloma obravnava kot boniteta in upošteva pri obračunu plače oziroma davčne osnove. Pomembna izjema pri tem so električna vozila: če za zasebne namene uporabljate službeno vozilo izključno na električni pogon, boniteta po veljavni zakonodaji znaša nič evrov. Ne glede na to pa je pomembno, da je zasebna uporaba vozila jasno dogovorjena in ustrezno evidentirana. Če vozilo za zasebne namene uporabljate brez urejenega dogovora oziroma ustrezne dokumentacije, lahko to ob morebitnem nadzoru povzroči zaplete tako za zaposlenega kot za podjetje.

03

Kakšne dokumente potrebujem za vožnjo s službenim avtomobilom v tujini?

Če se s službenim vozilom odpravljate na pot v tujino, potrebujete poleg osebnih dokumentov še prometno dovoljenje in zavarovalno polico (v nekaterih državah tudi zeleno karto), ponekod, zlasti zunaj EU, pa boste lahko potrebovali tudi pooblastilo lastnika vozila oziroma lizinske hiše za uporabo avtomobila v tujini. Priporočljivo je tudi interno dovoljenje podjetja za zasebno uporabo službenega vozila. Ne pozabite na vinjete ali cestninske kartice za države, skozi katere boste potovali.

04

Katere države lahko obiščem s službenim vozilom?

Pred odhodom v tujino vedno preverite pogodbo o uporabi službenega vozila, zavarovalne pogoje in morebitno lizinsko pogodbo, saj podjetja, zavarovalnice in lizinske hiše pogosto določajo omejitve glede držav, v katere je dovoljeno potovati. Nekateri pogodbeno izključijo države zunaj EU ali območja z večjim tveganjem. Če ste v dvomih, se pred potjo posvetujte z odgovorno osebo v podjetju.

05

Kaj moram storiti, če povzročim prometno nesrečo v tujini?

Če povzročite prometno nesrečo, najprej zavarujte kraj dogodka, poskrbite za varnost vseh udeležencev in po potrebi pokličite nujno pomoč. Policijo pokličite zlasti, če je kdo poškodovan, če je nastala večja materialna škoda, če se z drugim udeležencem ne strinjate o okoliščinah nesreče, če obstaja sum, da je kdo vozil pod vplivom alkohola ali drog, oziroma če to zahtevajo lokalni predpisi, zavarovalnica, lizinska hiša ali vaše podjetje. V vsakem primeru izpolnite evropsko poročilo o prometni nesreči, zberite podatke o drugem vozniku, njegovem vozilu in zavarovanju ter o dogodku čim prej obvestite podjetje oziroma lizinsko hišo in zavarovalnico. Evropskega poročila ne podpisujte, če se z njegovo vsebino ne strinjate ali če ne razumete, kaj je zapisano v njem.

06

Kaj moram storiti, če je pometno nesrečo povzročil nekdo drug?

Če je nesrečo povzročil drug voznik, je najpomembnejše, da na kraju dogodka zberete čim več dokazil in podatkov za poznejše uveljavljanje škode. Fotografirajte poškodbe vozil, registrske tablice, kraj nesreče in okoliščine, ki so pomembne za razumevanje dogodka. Z drugim udeležencem izpolnite evropsko poročilo o prometni nesreči ter si zapišite njegove osebne



podatke, podatke o vozilu in zavarovalnici. Policijo pokličite, če je kdo poškodovan, če je nastala večja škoda, če se z drugim voznikom ne strinjate o poteku nesreče, če noče dati podatkov ali če to zahtevajo lokalni predpisi, zavarovalnica, lizinska hiša oziroma podjetje. Evropskega poročila ne podpisujte, če se z njegovo vsebino ne strinjate ali če ne razumete, kaj je zapisano v njem. O dogodku čim prej obvestite podjetje ali lizinsko hišo in svojo zavarovalnico.

07

Kako naj ukrepam, če je avto nevozen?

Če vozilo po nesreči ali okvari ni več vozno, pokličite asistenčno službo – njena številka je običajno navedena na zavarovalni polici ali kartici asistence, ki jo zagotavlja vaša zavarovalnica. Obvestite tudi podjetje ali lizinsko hišo, da se dogovorite za nadaljnje ukrepe, kot so vleka vozila, popravilo, organizacija nadomestnega vozila ali nadaljevanje poti.

08

Ali veljajo posebna pravila glede alkohola?

Pravila glede dovoljene stopnje alkohola v krvi se med državami razlikujejo. Medtem ko v nekaterih državah velja strogo pravilo 0,0 promila, so v drugih dovoljene določene mejne vrednosti. V večini pogodb, ki opredeljujejo uporabo službenih vozil, je že določena absolutna ničelna toleranca do alkohola. Tudi če takšnega določila ni, vedno priporočamo popolno treznost za volanom.

09

Kaj moram storiti v primeru kraje vozila ali registrskih tablic v tujini?

Če vam ukradejo vozilo ali registrske tablice v tujini, morate takoj poklicati policijo in prijaviti dogodek. Pridobite uradni zapisnik, ki ga boste potrebovali za zavarovalnico in podjetje. Nato obvestite podjetje ali lizinsko hišo, da se dogovorite za nadaljnje ukrepe, kot sta ureditev začasnih tablic ali organizacija nadomestnega vozila.

10

Ali za vožnjo v tujini potrebujem zeleno karto?

Za slovenska vozila zelena karta v državah EU ni obvezna, je pa priporočljivo, da jo imate s seboj, saj olajša dokazovanje zavarovanja in postopke ob morebitni nesreči. Obvezna je še v nekaterih državah sistema zelene karte, na primer v Albaniji, Turčiji, Maroku, Moldaviji in Ukrajini. Za Kosovo velja posebno pravilo: zelena karta se tam ne priznava, zato je treba ob vstopu v to državo skleniti dodatno zavarovanje.

Kaj naj storim, če me v tujini ustavi policija ali dobim kazni?

Če vas v tujini ustavi policija, mirno sodelujte in pokažite zahtevane dokumente. Če vam je naložena globa, vedno zahtevajte uradno dokumentacijo o kazni, saj jo boste morali predložiti podjetju. Stroške kazni v večini primerov krije voznik sam, razen če podjetje vnaprej določi drugačno ureditev za službene poti.

Kaj pa, če v tujini dobim parkirno kazni ali kazni za vožnjo v območju z omejenim prometom?

Tudi če vas policija ne ustavi neposredno, se ne zanašajte na to, da kazni za napačno parkiranje, prekoračitev hitrosti ali vožnjo v območjih z omejenim prometom ne bo treba plačati. Ker je lastnik vozila podjetje ali lizinska hiša, lahko kazni z zamikom prispe na naslov podjetja, pogosto skupaj z dodatnimi stroški obdelave podatkov. Če kazni prejmete na kraju samem, jo poravnajte v skladu z navodili pristojnega organa, dokumentacijo pa shranite in o dogodku obvestite podjetje. Tako se boste izognili poznejšim nesporazumom in dodatnim stroškom.

Ali lahko vozilo v tujini vozi tudi kdo drug, na primer družinski član?

Službeno vozilo sme v Sloveniji in tujini voziti le oseba, ki ji podjetje to izrecno dovoli, običajno zaposleni sam. Če želite, da vozilo uporablja družinski član ali druga oseba, morate pridobiti pisno dovoljenje podjetja ali imeti ustrezno določilo v pogodbi. Brez tega je uporaba vozila neupravičena, kar lahko vpliva na zavarovanje in odgovornost za morebitno škodo.

Upošteвайте naše nasvete, uredite vso dokumentacijo in se pred potjo uskladite s podjetjem. Tako se boste lahko brez skrbi popolnoma posvetili raziskovanju novih krajev.

14

Kako je z vinjetami in cestninami?

Pred potovanjem preverite, v katerih državah morate plačati cestnino, kupiti vinjeto ali urediti elektronsko cestninjenje, in to uredite pravočasno. Stroške običajno krije podjetje, če gre za poslovno pot, medtem ko jih pri zasebnih potovanjih lahko krije zaposleni sam. Pred odhodom se s podjetjem dogovorite, kako se pravilno poročajo in dokazujejo stroški, da se izognete kasnejšim nesporazumom.

Ali moram podjetje obvestiti o poti v tujino?

Da, pred vsako potjo v tujino s službenim vozilom je priporočljivo obvestiti delodajalca ali odgovorno osebo v podjetju. Tako se lahko preverijo ustreznost zavarovanj, veljavnost dokumentov in morebitne omejitve po posameznih državah. Če pride do nesreče ali drugih zapletov, bo podjetje tudi lažje organiziralo pomoč. Če pa je uporaba službenega vozila za zasebne poti v tujino že vnaprej dogovorjena in določena v pogodbi, vseeno preverite, ali pogodba, interni akti podjetja, zavarovalni pogoji oziroma lizinska pogodba zahtevajo predhodno obvestilo oziroma odobritev poti.

Ali za službeno pot v tujino potrebujem potrdilo A1?

Potrdilo A1 potrjuje, da je zaposleni vključen v sistem socialnega zavarovanja neke države. Praviloma je potrebno, kadar zaposleni začasno opravlja delo v drugi državi EU, EGP, Švici ali Združenem kraljestvu oziroma kadar gre za napotitev v več držav ali običajno delo v njih. Pri krajših poslovnih obiskih, sestankih, konferencah, sejnih ali izobraževanjih ne gre nujno za napotitev v delovnopravnem smislu, vendar je treba obveznost potrdila A1 vseeno preveriti pri delodajalcu oziroma računovodstvu, saj se nanaša na dokazovanje vključitve v slovenski sistem socialnega zavarovanja. Če tega dokazila nimate, a bi ga morali imeti, lahko to ob nadzoru povzroči precejšnje težave za vas in podjetje.

Kakšna so priporočila za tehnično pripravo vozila pred odhodom?

Pred potjo v tujino poskrbite, da je vozilo tehnično brezhibno. Najlažje je, da ga pred odhodom zapegljete na servis ali k pooblaščenemu mehaniku, ki bo preveril pnevmatike, nivo olja, hladilno tekočino, zavore, delovanje luči in druge elemente. Prepričajte se tudi, da imate v vozilu obvezno opremo (prvo pomoč, varnostni trikotnik, odsevni jopič), ki je skladna s predpisi držav, skozi katere boste potovali. Če se bliža redni servis, ga opravite še pred potjo, da se pozneje izognete morebitnim težavam.

Kdo krije stroške goriva za zasebno pot v tujino?

Čeprav se pravila med podjetji razlikujejo, v večini primerov stroške goriva ali električnega polnjenja za zasebno uporabo službenega vozila krije zaposleni sam. Zato je pred zasebno potjo v tujino priporočljivo, da se z delodajalcem vnaprej dogovorite, kdo bo pokrila te stroške in morebitne druge izdatke (npr. cestnine, parkirnine, okoljske nalepke). Jasno dogovorjena pravila bodo preprečila kasnejše nesporazume.

Kakšna so priporočila za potovanje z električnim službenim vozilom?

Pred odhodom v tujino z električnim vozilom preverite dostopnost polnilnic na poti, potrebne kartice ali aplikacije za polnjenje in cene storitev. V nekaterih državah so polnilnice omejene ali zahtevajo lokalne načine plačila. Prepričajte se, da imate s seboj vse potrebne kable in adapterje za polnjenje v različnih državah.

Odlična novica



Caddy bo na voljo z bencinskim, dizelskim in priključnohibridnim pogonom. Izvedba eHybrid omogoča več kot 620 kilometrov skupnega dosega, od tega do 122 kilometrov izključno na električni pogon.

Prihaja prenovljeni Volkswagen Caddy, uveljavljeni mestni dostavnik in družinski kombi, ki v novi izvedbi prinaša premišljene oblikovne in vsebinske posodobitve. Na voljo bo v številnih različicah, od gospodarskega Caddyja Cargo do osebnih izvedb z normalno ali podaljšano medosno razdaljo, in sicer California in prilagodljivega Caddyja Flexible, ki ga je iz petsedežnega osebnega vozila mogoče hitro spremeniti v dvosedežni dostavnik s predelno steno.

Pametnejši, zmogljivejši, uporabnejši

Posodobljeni Q4 e-tron, Audijsva električna prodajna uspešnica v razredu kompaktnih SUV-ov, ima odslej še bolj funkcionalno zasnovo, prenovljeno notranjost, novo digitalno okolje ter daljši doseg in večjo polnilno moč. Na voljo bo kot SUV in Sportback, z dvema velikostma baterije ter pogonom zadaj ali štirikolesnim pogonom quattro. Največji doseg pri različici Q4 Sportback e-tron performance je do 592 kilometrov, baterijo pa je pri modelih quattro performance na hitri polnilnici z enosmernim tokom od 10 do 80 odstotkov mogoče napolniti v približno 27 minutah. Prenova prinaša tudi digitalno notranjost z 11,9-palčnim kombiniranim instrumentom in 12,8-palčnim zaslonom MMI, opcijskim sovoznikovim zaslonom, naprednejšimi asistenčnimi sistemi in novimi svetlobnimi funkcijami.

Q4 e-tron kot prvi Audijsvi model omogoča funkcijo Vehicle-to-Load, s katero lahko vozilo napaja zunanje porabnike, na primer električno kolo ali opremo za prosti čas.



»Radi imamo motošport«

ALEŠ MUHIČ, dolgoletni direktor trženja in od maja 2024 tudi sodirektor Pro Plusa, največje komercialne medijske hiše pri nas, velja za enega najizkušenejših strokovnjakov na področju oglaševanja in medijskih strategij v Sloveniji.

Foto: Bor Dobrin

01 Kaj pričakujete od Formule 1®, ki se je letos vrnila na zaslone POP TV?

Pravice za Formulo 1® so znatna investicija in velika odgovornost za nas. Projekt podpiramo v največji možni meri, v vseh medijih, na vseh kanalih. Formula 1® ni več le evropski projekt, je globalni fenomen, razširila se je po vseh celinah, ogled tekem je postal prestiž. Tudi kot produkt je Formula 1® bistveno drugačna, kot je bila v preteklosti, pa ne mislim le na dirke, ampak na avtomobilizem na splošno, na tehnologijo, pa tudi na svet zabave. Dirkači so zvezdniki svetovnega formata, spremljajo jih filmske, glasbene zvezde.

02 Pa Slovenci radi spremljamo ta šport?

Mislím, da imamo Slovenci na splošno radi motošport. Tudi iz izkušenj z dirkami MotoGP lahko rečem, da Slovenija izstopa iz povprečja. Verjamem, da bomo podobno naredili tudi v segmentu Formule 1®, a hkrati ima ta še bistveno več potenciala kot MotoGP, še več navdušencev.

03 V dirke Formula 1® je vstopil tudi Audi s svojo ekipo*. Kakšni so vaši prvi vtisi?

S stališča blagovne znamke je to hrabra poteza in pomeni, da ima Audi veliko samozavesti. Za vstop v ta šport moraš biti odločen.

* Audi Revolut F1® Team, Powered by Audi.

3,9 milijarde USD
prihodkov je po podatkih Liberty Media Formula 1 ustvarila leta 2025.



Audi R26 je prvi dirkalnik ekipe Audi Revolut F1*, s katerim znamka štirih krogov vstopa v Formulo 1. Opremljen je s pogonskim agregatom AFR 26 Hybrid. Elektromotor bo z močjo 350 kW skoraj izenačen z 1,6-litrskim turbomotorjem V6, ki ustvari približno 400 kW moči.

43%

navijačev Formule 1 je mlajših od 35 let.

04 Boste navijali zanj?

Absolutno (*smeh*), vedno navijam za svoje.

05 Profesionalno se srečujete z mnogimi znamkami. Kako doživljate Audi?

Ob misli na Audi se najprej spomnim slogana Vorsprung durch Technik. Če gledam z vidika naše medijske hiše, vidim navezanost znamke Audi na nogomet, na ligo prvakov kot biser nogometnih športnih dogodkov. Všeč mi je tudi, kako Audi nastopa v svetu zimskih športov. Slovenci smo tesno navezani na zimske športe, tudi sam rad smučam in vsekakor opazim Audi na smučarskih prizoriščih. Všeč mi je celovit pristop znamke h komunikaciji na televiziji in smučiščih.

06 Zakaj pa so športne vsebine za televizijo tako pomembne?

Slovenci smo športni narod, to vsi vemo. Poleg tega je šport edina medijska vsebina, ki jo ljudje spremljajo skoraj izključno v živo. Pri športu gre za čustva, za navdih, zato ga ne moreš gledati z zamikom. To je izjemna prednost televizije in eden ključnih razlogov, da v šport vlagamo strateško, ne le programsko, ampak celostno v vseh naših medijih.

07 Kateri športni projekt v svoji karieri imate za prelomen?

V Pro Plusu smo vedno imeli nos za posel, povezan s športnimi pravicami. Že ob ustanovitvi, ko so nam vsi govorili, da se komercialna televizija ne bo dolgo obdržala, se je vodstvo odločilo za investicijo v dolgoročno pogodbo za prenos dirk Formule 1®. Tako smo trgu dali jasen signal, da bomo tu dalj časa. Leta 2002 smo kupili pravice za svetovno prvenstvo v nogometu v Južni Koreji in na Japonskem, še preden se je Slovenija uvrstila nanj, in spet smo imeli prav. Malo za šalo, malo zares bi lahko rekel, da naša televizija vpliva na slovenske športne uspehe (*smeh*). Ko smo leta 2017 kot prvi prenašali EuroBasket, so Slovenci postali evropski prvaki, potem pa so leta 2019, ko smo prenašali evropsko prvenstvo v odbojki v Ljubljani, ponovno prišli do kolajne. Mislim, da dajemo pospešek tudi športnim ekipam (*smeh*).

Audi* v Formulo 1 vstopa v trenutku, ko se šport tehnološko na novo pozicionira: z aktivno aerodinamiko, večjo vlogo električne energije in trajnostnim gorivom sezona 2026 odpira novo razvojno poglavje Formule 1.



Prvotno objavljeno na strani Audi Lab (lab.audi.si).



827
milijonov
navijačev ima Formula 1 po svetu.

632 milijonov USD
operativnega dobička je po podatkih Liberty Media ustvaril poslovni segment Formula 1 v letu 2025.



Na vrhu

Škoda je predstavila svoj največji in najprostornejši model doslej. Novi Peaq je popolnoma električen SUV, dolg skoraj 4,9 metra, ki je na voljo s petimi ali sedmimi sedeži. Pri pedsedežni različici prtljažnik meri do 935 litrov, pri sedemsedežni do 299 litrov, dodatnih 37 litrov prostora pa je na razpolago še v sprednjem prtljažniku.

Med novostmi pri znamki Škoda so prvi pogrezljivi vratni ročajji, 13,6-palčni pokončni zaslon infotainment sistema, največja

panoramska streha z elektrokromatskim steklom doslej in zvočni sistem Sonos.

Pogonsko paleto sestavljajo različice 60, 90 in 90x z močjo od 150 do 220 kilovatov. Vstopna različica omogoča doseg več kot 460 kilometrov,

zmogljivejši izvedbi (90 in 90x) pa preko 600 kilometrov. Peaq podpira tudi tehnologiji V2L in V2H, zato lahko energijo iz baterije namenja zunanjim napravam ali domačemu omrežju. Že ob lansiranju bo na voljo tudi v bolj športni izvedbi Sportline.



Kitajska je največji avtomobilski trg na svetu in hkrati eden najzahtevnejših. Tamkajšnji kupci glede elektrifikacije, digitalnih storitev in povezljivosti pričakujejo le najboljše – in to je Audi E5 Sportback, ki je prejel naziv 2026 China Car of the Year. Gre za prvi model Audi jeve nove, izključno kitajskemu trgu namenjene sestrške znamke AUDI, ki nastaja v sodelovanju s SAIC-om. Popolnoma električni štirivratni »fastback« zdrružuje Audi jevo inženirsko znanje s kitajskim digitalnim ekosistemom, ponuja pa do 579 kilovatov moči, do 770 kilometrov dosega in pospešek z mesta do hitrosti sto kilometrov na uro v 3,4 sekunde.

Kitajski avto leta



Novi član družine ID.

Volkswagen Polo dobiva svojo popolnoma električno različico. Novi ID. Polo prinaša znano uporabnost kompaktnega Volkswagna v električno dobo, pri tem pa ostaja zvest vlogi dostopnega avtomobila za vsakdanjo rabo.

Kljub kompaktnim zunanjim meram ID. Polo prinaša več prostora kot klasični Polo, med drugim 441-litrski prtljažnik. V notranjosti izstopajo digitalni merilniki, 13-palčni zaslon infozabavnega sistema in fizične tipke. Med tehnologijami so tudi One Pedal Driving, Vehicle-to-Load in opcijski Connected Travel Assist s prepoznavanjem semaforjev.



Prenovljena vsestranskost

Volkswagen Multivan je bil prvič predstavljen pred štirimi desetletji, skozi pet generacij pa postal vsestransko vozilo za družine, prosti čas in poslovno rabo. V drugi polovici leta bo pred stranke zapeljal prenovljen, z izostrenim sprednjim delom, ki nadaljuje prepoznavno oblikovno dediščino modelov Bulli, a jo prevaja v sodobnejši izraz. Bolj poudarjena delitev odbijača in maske hladilnika optično razširja vozilo, nov svetlobni podpis pa prinašajo preoblikovani LED-žarometi. Osvežena bo tudi ponudba barv, prvič bo na voljo mat lak, med novostmi pa so še dodatne dvobarvne kombinacije ter posodobljena 17-, 18- in 19-palčna aluminijasta platišča.



Preorojen

Poleti prihaja na trg novi CUPRA Born z izrazitejšim dizajnom, izboljšano notranjostjo, naprednejšo digitalno izkušnjo in širšo ponudbo pogonskih sklopov. Na voljo bodo tri konfiguracije motorja in baterije: 140-kilovatni motor z baterijo kapacitete 58 kilovatnih ur, 170-kilovatni motor z baterijo kapacitete 79 kilovatnih ur in pri najzmogljivejšem Bornu VZ 240-kilovatni motor z baterijo kapacitete 79 kilovatnih ur. Različici z večjo baterijo bosta omogočali več kot 600 kilometrov dosega, Born VZ pa bo z mesta do hitrosti sto kilometrov na uro pospešil v 5,6 sekunde. Med novostmi so še funkcija Launch Control, vožnja z enim pedalom, širše pnevmatike, možnost napajanja zunanjih naprav Vehicle-to-Load in posodobljeni asistenčni sistemi.

Premiki v sistemu

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

Električna mobilnost danes ni več le vprašanje avtomobila. Kakšen je doseg, koliko časa traja polnjenje, kakšna je cena in kje je najbližja polnilnica so razumljiva vprašanja, a če želimo zares razumeti prihodnost mobilnosti, moramo pogled razširiti. Električni avtomobil namreč postaja del energetskega sistema, del poslovnega modela podjetja, del domače ali poslovne infrastrukture in vse bolj tudi aktiven člen pri upravljanju energije.

Prav v tem je bistvo premika, ki ga danes prinašajo projekti, kot je E8. Tega na pobudo Elesu razvijamo skupaj s partnerji v okviru Partnerstva za trajnostno gospodarstvo CER. Pri tem ne gre samo za to, kako bomo v Sloveniji na ceste postavili več e-vozil in ob njih več polnilnic. E8 izhaja iz pomembnejšega vprašanja: kako razvijati elektromobilnost tako, da e-vozila ne bodo dodatna obremenitev za elektroenergetski sistem, temveč del rešitve? Jedro koncepta so pametno polnjenje, daljinsko vodenje moči, vključevanje zasebnih polnilnic v širši sistem in razvoj aktivnega odjema. To pomeni, da se električna mobilnost ne razvija ločeno od energetike, ampak skupaj z njo.

Za uporabnika se to morda sliši tehnično, v resnici pa gre za zelo praktične izzive. Če več vozil v podjetju začnemo polniti istočasno, lahko hitro naletimo na omejitve priključne moči. Če polnimo takrat, ko je energija dražja ali ko je omrežje bolj obremenjeno, plačujemo več, kot bi bilo treba. Če imamo sončno elektrarno, hranilnik in električna vozila, ki med seboj niso pametno povezani, izgubljam pomemben del potenciala. Pametno upravljanje zato ni dodatek k električni mobilnosti, temveč pogoj, da ta postane ekonomsko in sistemsko vzdržna.

Najzanimivejši del prihodnosti se začne tam, kjer električni avtomobil ni več razumljen samo kot porabnik energije. Z dvosmernim pretokom energije se odpira možnost, da vozilo postane mobilni hranilnik. To pomeni, da lahko energijo ne samo sprejema, ampak jo v določenih okoliščinah tudi vrača: najprej v dom ali poslovni objekt, kasneje pa – ob ustreznih pravilih, tehničnih pogojih in poslovnih modelih – tudi v omrežje. Vsa nova električna vozila koncerna Volkswagen takšno možnost že podpirajo, naslednji korak pa je razvoj dostopnih polnilnih rešitev, programske podpore, regulative in uporabniku razumljivih storitev.

Ta premik je pomembnejši, kot se morda zdi na prvi pogled. Avtomobil večino časa stoji. Pri klasičnem vozilu je ta čas neizkoriščen, pri električnem avtomobilu pa lahko postane del energetskega ravnotežja doma, podjetja ali širšega sistema. Vozilo, parkirano v garaži podjetja, lahko pomaga zmanjšati konične obremenitve. Avtomobil, povezan z domačo sončno elektrarno, lahko shrani energijo, proizvedeno čez dan, in jo vrne takrat, ko jo gospodinjstvo potrebuje. Vozni park podjetja lahko ob pametnem upravljanju postane tudi pomemben vir prožnosti za električno omrežje.

Tehnologija ima seveda smisel samo, če poenostavi življenje, saj uporabnik ne želi vsak dan razmišljati o tarifah, obremenitvah omrežja, vremenski napovedi, stanju baterije in urniku vozil. Hoče zanesljivo mobilnost, razumljive stroške in občutek, da sistem deluje. Zato bo v prihodnjih letih ključna vloga digitalnih rešitev z uporabo umetne inteligence. Te bodo lahko predlagale najboljše čas za polnjenje, napovedovale porabo glede na vreme in pot, razporejale polnjenje več vozil hkrati, vključevale hranilnik in sončno elektrarno ter pomagale preprečevati nepotrebne stroške.

»Električni avtomobil postaja del energetskega sistema, del poslovnega modela podjetja, del domače ali poslovne infrastrukture in vse bolj tudi aktiven člen pri upravljanju energije.«

Za uporabnika mora biti rezultat preprost: nižji stroški, več udobja, večja zanesljivost in manj skrbi. Kompleksnost mora ostati v ozadju. To pa je mogoče le s sodelovanjem vseh deležnikov, saj nihče ne more sam zgraditi celotnega ekosistema: ne avtomobilska industrija, ne energetika, ne regulator, ne ponudnik infrastrukture in niti ne država. Lahko pa ga zgradimo skupaj in prav zato so takšna partnerstva, kot je E8, tako dragocena.

Porsche Slovenija želi biti partner in sogovornik, ki razume vse strani te zgodbe: mobilnost in energijo, vozilo in uporabnika, polnilnico in omrežje. V tem vidimo svojo odgovornost in priložnost. Verjamemo namreč, da prihodnost mobilnosti ne bo odvisna samo od tega, koliko električnih vozil bo na naših cestah. Določena bo s tem, kako pametno jih bomo znali vključiti v domove, podjetja, vozne parke in elektroenergetski sistem. 🗨️

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 Ilovar,
Miran Juršič,
Jani Ugrin

Avtorji:

Barbara Bizjak,
Mihael Cajnko,
Aljoša Krošlin Grlj,
Anja Leskovar,
Igor Savič,
Hana Uršič,
Jak Vrečar

Tisk:

Silveco d.o.o.

Datum natisa:

junij 2026

Naklada:

1250 izvodov

ISSN:

C507-0635

»Trebalo se je vprašati, kateri sistemi so kritični, in določiti, kje bomo začeli vzpostavljati varnost. Nujno je torej opraviti triažo kibernetne varnosti.«

Gorazd Božič, vodja Nacionalnega odzivnega centra za kibernetno varnost SI-CERT,
v pogovoru na strani 8



PORSCHE
SLOVENIJA

Z vami na vseh poteh življenja

www.poslo.si



Das WeltAuto.
Preverjena rabljena vozila

