



# Novo vrijeme.

Treba li posebno predstavljati najprodavaniji i najuspješniji automobil svih vremena? Univerzalni automobil koji određuje trendove svojim postojanim dizajnom i kvalitetama stigao je do nove izvedbe i to s tehnologijama koje predstavljaju pravu revoluciju i navješćuju nova vremena. Tekst Marko Dragun Foto Saša Lisjak

**N**a samu spomen riječi Golf velika većina vas, ali ne samo vas zaljubljenika u automobile, nego i cijelog svijeta neće se sjetiti Tigera Woodsa i ostalih, daleko najplaćenijih sportaša na svijetu, neće se sjetiti golfske struje, već će pomisliti na automobil. I to automobil kojega s pravom možemo nazvati univerzalnim. Automobil je to koji poput gravitacije pri-

vlači trendove i oblikuje ih prema sebi. Naravno to je Golf, u svojoj sadašnjoj, sedmoj generaciji prisutan je na tržištu od 2012. godine, a od kraja prošle godine na tržištu je i u redizajniranoj verziji. Puno četiri godine Golf uspješno dokazuje izvrsnost svoje ideje i koncepcije, a to je da nije potrebno biti drukčiji od drugih, već je potrebno biti bolji i uspjeh će doći sam po sebi. Golf navedenu ideju dokazuje upravo svojim izgledom, de-

**Golf više nije samo automobil. On je brend za sebe - pojam za automobil uopće. To je automobil koji svoje tvorce stavlja u poseban, a konkurente u podređen položaj.**

>> Svaka generacija vozača je mislila da je upravo njihov Golf bio najbolji. I svi su bili u pravu. <<



**Kvalitete i vrijednosti ovog automobila u ukupnom zbroju nadmašuju većinu konkurenata, dok su oni koji su slični Golfu rijetki i nimalo jeftiniji.**

taljem koji mu mnogi prigovaraju, no zašto je potrebno mijenjati nešto samo da bi se mijenjalo. I još kad je to tako uspješno?

U Volkswagenu su naime davno naučili da je od usmene pohvale važnija ona koja se očituje u uplaćenom novcu za novi automobil. Čak niti brojna konkurencija, dio koje se ne libi posezati za avangardnim, revolucionarnim dizajnom, nije uspjela ozbiljnije ugroziti Golfovu hladnu, proračunatu i očito uspješnu ozbiljnost. Ma koliko nevjerojatno izgleda činjenica da postoje kupci koji će radije odabrati neprimjetan i samozatajan Golfov dizajn od onog temperamentnih talijanskih ili ekstravagantnih francuskih marki, tržište govori suprotno. I zato je Golf poseban. U konačnici, nikada nije oblikovan automobil koji je odbacio dizajnerski napredak i istovremeno ga prigrlio kao Golf sedme generacije. U ljudskoj podsvijesti on je čak i previše sličnog izgleda svom prethodniku, no u stvarnosti ljudsko oko s lakoćom primjećuje promjene koje su Golf pretvorile u suvremeni i estetski vrlo dinamičan, a istovremeno smiren automobil. A sada je taj dizajn malo i "podebljan" s novim, modernijim detaljima, no detaljima koji odmah na prvu kazuju da se ovdje radi o Golfu. Tako novi Golf dolazi s redizajniranim branicima, novim halogenim glavnim svjetlima s LED svjetlom za dnevnu vožnju, punim LED glavnim svjetlima koja su dostupna umjesto ksenonskih, a nova su i puna LED stražnja svjetla. U ponudi su i novi kotači od lakog metala te nova paleta boja od kojih posebno ističemo metalik Kurkuma žutu. Prednji kraj je ostao dovoljno agresivan i prepoznatljiv, a takva je i bočna linija kojoj istaknuti blatobrani, linija prozora i ona uzdužna koja se pruža od prednjih do stražnjih svjetala, kao i veliki nosač krova - daju sportski potpis. Elegantna nijansa nove boje Golfu daje odmak od gradskog i prosječnog izgleda i usmjerava ga prema luksuznijem potpisu limuzina iz klase više, a isto to, čak i naglašeni - je možemo reći za unutrašnjost. To je prostor koji je poznat čak i onima koji nisu nikada sjedili u bilo kojem Golfu, a vjerujemo da bi se u njoj snašli i oni koji nisu sjedili u automobilu



>> Golf nikada nije slijedio svoje suvremenike, on ih je oblikovao. Postavljao je trendove na području inovacija, a tako je i s aktualnom generacijom koja, ne samo da se okrenula budućnosti, već je u nju i zakoračila. <<