

Ford erfindet sich neu

Claudia Vogt und Wilhelm Buchmüller erklären im Gespräch, welche Modelle den Einstieg in die Ford-Welt bedeuten, wann der Explorer kommt und wie man auch auf die kleinen Flotten blickt.



Claudia Vogt und Wilhelm Buchmüller sind Ford-Urgesteine mit Blick für Flotten.

Fotos: Ford

Im Leaseplan-Dienstwagen-Ranking ist der Focus Nummer eins. Wie lange wird es den noch geben?

Claudia Vogt: Uns freut es natürlich sehr, mit dem Ford Focus weiterhin den Bestseller im Flottenmarkt zu stellen. Das beweist, dass sich der Focus in Sachen Design und Technik weiterhin auf der Höhe der Zeit befindet. Seine Produktion wird voraussichtlich im Herbst 2025 enden. Dafür steht der rein elektrische Ford Explorer schon in den Startlöchern. Wir sind fest davon überzeugt, dass wir mit unserem neuen E-Modell viele „Use-Cases“ unserer langjährigen Flottenkunden abdecken können. Zudem haben wir gerade unsere Tourneo-Familie runderneuert, mit der wir auch für alle Kunden mit Platzbedarf und dem Wunsch nach einem Verbrenner-Motor ein passendes Angebot unterbreiten können.

Wie sieht der Motorenmix beim Focus im B2B-Geschäft aus?

Wilhelm Buchmüller: Unser Motorenmix ist nahezu ausgeglichen zwischen Diesel und unserem Benziner mit Mild-Hybrid-Technologie. Zusammen machen die beiden Antriebe mehr als 95 Prozent aus. Der Anteil

der reinen Benziner liegt dementsprechend unter fünf Prozent.

Der Mustang ist 60 geworden. Ist der Mach-E der Hoffnungsträger im Jubiläumsjahr? Und können Dienstwagenfahrer nach drei Jahren Produktionszeit Neues erwarten?

W. Buchmüller: Der Mach-E ist für uns ein sehr wichtiges Modell. Rund 70 Prozent der Kunden sind Neukunden für die Marke Ford. Er hilft uns besonders, im User-Chooser-Geschäft unsere Marke neu zu platzieren. Eine der Innovationen, die wir jüngst beim Mach-E eingeführt haben, ist die neue, federführende Blue-Cruise-Technologie. Dieses hochmoderne Assistenzsystem ermöglicht auf der Autobahn teilautomatisiertes Fahren auf Level 2+. Mach-E-Fahrer können ihre Hände vom Lenkrad nehmen und kommen so spürbar entspannter an.

Sie haben den Explorer bereits erwähnt. Wann greift das in Köln produzierte E-SUV ins Geschehen ein?

C. Vogt: Die Produktion des rein elektrischen Ford Explorer beginnt Mitte des Jahres. Die ersten Fahrzeuge werden im Herbst verfügbar sein. Der Ex-

plorer ist zweifellos ein sehr wichtiges Modell für uns: Unser erstes in Europa produziertes rein batterieelektrisches Fahrzeug, mit dem wir eine breite Kundenschicht ansprechen. Mit einer Reichweite von bis zu 600 Kilometer setzt er in seinem Segment den absoluten Maßstab. Zudem besticht er durch seine Schnellladefähigkeit und durch sein markantes Design. Das macht den Explorer zu einem sehr attraktiven Produkt für User-Chooser und für Funktionsflotten.

Beim Thema E-Mobilität ist aktuell – auch der Restwerte wegen – etwas die Luft raus. Was sind Ihre Erwartungen hinsichtlich Flotten?

W. Buchmüller: Es stimmt, dass sich die Restwertgaranten noch etwas schwertun mit BEV-Modellen. Die Restwerte sinken stärker als bei Verbrennern. Das liegt auch an den großen Sprüngen bei Reichweiten mit jedem neuen Produkt. Hier sind die Beratungsleistung des Handels und unserer Großkunden-Repräsentanten gefragt. Dennoch beobachten wir, dass sich immer mehr Großkunden mit dem Thema E-Mobilität befassen. Im Jahr 2027 erwarten wir einen BEV-Anteil von mehr als 50 Prozent. Ein wichtiger Faktor für die zunehmende Elektrifizierung ist sicherlich die Total Cost of Ownership. Bei E-Modellen sind die Kosten für Wartung und Verschleiß sowie bei Steuern und Energiekosten deutlich – nämlich um rund ein Drittel – geringer.

Fiesta und Mondeo sind Geschichte, der Focus ab Herbst 2025. Wie wollen Sie die Pkw-Stückzahlen hoch halten, wenn sich das Portfolio eher auf elektrische User-Chooser-Modelle fokussiert und bei den Verbrennern nur Kuga und Puma Großflotten ansprechen?



Das neue Elektromodell, der Explorer, wird ab Mitte 2024 in Köln produziert.

W. Buchmüller: Der Pkw-Markt bewegt sich. Fiesta und Mondeo gehören zu Segmenten, die im letzten Jahrzehnt an Volumen verloren haben. Das SUV-Segment ist der Wachstumsieger – auch immer stärker bei Großkunden. Und in diesem Segment sind wir mit attraktiven Produkten vertreten. So haben wir erst Anfang dieses Jahres den Puma und Kuga einer Modellauffrischung unterzogen. Der Explorer ist mit seiner Reichweite und Ladegeschwindigkeit auch für viele Funktionsflotten relevant. Für alle Funktionsflotten mit Platzbedarf haben wir unsere Tourneo-Familie. Und dann werden wir dieses Jahr noch ein weiteres Modell vorstellen: den zweiten Elektro-Crossover aus Köln.

Der kleinste Ford ist der Puma. Welche Käuferschichten spricht er an? Pflegediensten und anderen Flotten sind 24.000 Euro oft zu viel.

C. Vogt: Unser neues Einstiegsmodell ist neben dem Ford Puma der Tourneo Courier. Er startet bei rund 17.700 Euro. Während der Puma sich als Crossover-Modell eher an User-Chooser richtet, überzeugt der Tourneo Courier als praktische Alternative für Flotten mit Platzbedarf. Den Tourneo Courier konnten wir schon erfolgreich in preissensiblen Segmenten im Flottenmarkt platzieren. Mit seinen kompakten Außenmaßen ist der Puma als agiles SUV perfekt für das urbane Leben geeignet.

Im Flottengeschäft verlor Ford 2023 im Vergleich zum Vorjahr rund zehn Prozent. Was sind die Gründe?

W. Buchmüller: Bei den Nutzfahrzeugen konnten wir unsere Zulassungen um 19 Prozent steigern – also deutlich stärker, als der Gesamtmarkt gewachsen ist. Außer einem runderneuterten Produktportfolio bietet Ford Pro ein umfassendes Ökosystem an smarten Lösungen und digitalen Services, um die Betriebszeit von Flotten zu maximieren. Dies kommt sehr gut bei unseren gewerblichen Kunden an. Im Bereich Pkw konnten wir die Zulassungen bei unserem Bestseller, dem Ford Focus, deutlich steigern, beispielsweise um fast 50 Prozent im für uns sehr wichtigen Großkunden-Segment. Richtig ist auch, dass wir den Verlust des Mondeo und S-Max noch nicht mit der Tourneo-Familie ausgleichen konnten. Im ersten Produktionsjahr konnten wir die benötigten Produktionskapazitäten noch nicht liefern. Das wird sich bald ändern.

Richten wir den Fokus auf die kleinen Flotten: Was kann Ford hier besser als andere?

W. Buchmüller: Mit unserem Ford Pro Ökosystem bieten wir ein umfassendes Service-Angebot aus einer Hand mit maßgeschneiderten Lösungen für jede Fuhrparkgröße. Damit helfen wir unseren Flottenkunden die Ausfallzeit ihrer Fahrzeuge zu minimieren und so ihr Geschäft produktiver zu machen. Hinzu kommen unsere Transit Center, die speziell auf die Anforderungen unserer gewerblichen Kunden ausge-

richtet sind. Mit unseren mobilen Service-Vans bieten wir zudem einen Service, den so kein Wettbewerber bieten kann. Die Techniker kommen mit ihren fahrenden Werkstätten zum Flottenkunden und übernehmen Wartungs- und Reparaturarbeiten vor Ort. Ein weiterer Trumpf: unser flächendeckendes Vertriebsnetz mit top ausgebildeten Ford-Händlern.

Wie viele Ford-Pro-Händler gibt es?

C. Vogt: Es nehmen mehr als 250 Händler in Deutschland teil. Alle unsere Transit-Center-2.0-Vertragspartner mit erhöhten Standards, um Nutzfahrzeugkunden vollumfänglich bedienen zu können, nutzen beispielsweise heute FordLiive. Dabei ist die maximale Produktivität unserer Gewerbe- und Flottenkunden unser gemeinsames Ziel. Technische Probleme und fehlende Ersatzteile können zu Fahrzeugausfällen führen und so die Produktivität einschränken. Mit FordLiive bieten wir allen Transit Centern einen direkten Ansprechpartner, der sie genau in diesen beiden Bereichen proaktiv unterstützt. Im Fokus steht dabei immer: Kundenfahrzeuge schnellstmöglich wieder auf die Straße zu bringen und den Fuhrpark produktiv zu halten. FordLiive verringert so die Service- und Reparatur-Standzeiten um bis zu 60 Prozent

Wie können Kunden des neuen Transit Custom von der Ford-Pro-Welt noch besser profitieren?

C. Vogt: Der neue Transit Custom verfügt serienmäßig über ein 5G-Modem

Kurz-Vita:

Claudia Vogt ist Direktorin Ford Pro für D-A-CH und verantwortlich für das Nutzfahrzeug- und Flottengeschäft von Ford in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Claudia Vogt stieg 1987 als Trainee bei Ford ein und hatte seitdem verschiedene Leitungspositionen in der deutschen und europäischen Ford-Organisation sowie in verschiedenen europäischen Märkten inne. Wertvolle Erfahrungen sammelte sie dabei unter anderem in den Bereichen Produktmarketing, Händlerbetreuung, Planung und Logistik.

und ist daher noch besser vernetzt als das Vorgängermodell. Dadurch kann das Fahrzeug Updates „over-the-air“ erhalten, was vorher nicht möglich war. Dies reduziert zeitintensive Werkstattaufenthalte. Zudem ist das Fahrzeug vollumfänglich in unser Ford-Pro-Ökosystem integriert. Mit Ford-Pro-Telematics können Kunden den Zustand ihrer Fahrzeugflotte in Echtzeit einsehen und Wartungen oder Reparaturen proaktiv planen.

Die Händler sind immer ein Pluspunkt der Marke gewesen. Wie tragen diese die neue Strategie mit?

C. Vogt: Der Handel geht die Transformation beherzt an – in enger Abstimmung mit uns als Hersteller. Wir haben ein eigenes Transformationsteam etabliert, das den Handel bei diesem Schritt eng begleitet. Die Ford-Händler verdienen mit den Nutzfahrzeugen gutes Geld und sind bereit, mit uns in die Zukunft zu investieren. Auch weil die Profitabilität im Handel grundsätzlich positiv zu bewerten ist. Unser Ford-Blue und Model-e-Geschäft verspricht ebenfalls gute Perspektiven. Puma und Kuga bekamen gerade eine Modellpflege, die neue, siebte Generation des Mustangs ist seit Kurzem bestellbar und der neue Explorer und ein weiteres E-Modell aus Köln bis Ende des Jahres. Wir wollen unsere Kunden mit mitreißenden, emotionalen Autos überzeugen. Hier sind wir auf einem sehr guten Weg.

Wie werden die Händler als zentraler Ansprechpartner für kleine Flotten für die E-Mobilität fit gemacht?

W. Buchmüller: In diesem Frühjahr laden wir alle Verkäufer zu unserem Händler-Event „Ford Erfahren“ ein. Hier können sie die neuen Produkte erleben und auf Herz und Nieren prüfen. Gleichzeitig bieten wir interessante Workshops und Produktschulungen an. Auch ein Wettbewerbsvergleich darf dabei nicht fehlen. Darüber hinaus schulen wir unsere Händler kontinuierlich mit entsprechenden E-Learnings und Trainings.

Das Thema Auto-Abo wurde bei Ford in Kooperation mit Fleetpool nach einem Jahr beendet. Was gab den Ausschlag?

W. Buchmüller: Der Auto-Abo-Markt ist weiterhin interessant für Ford. Wir haben jedoch entschieden, uns in dem Segment breiter aufzustellen und statt einem eigenen Angebot lieber mit den etablierten Partnern zusammenzuarbeiten. Wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenz: das Bauen und Ausliefern von attraktiven Modellen.

Welche Möglichkeiten ergeben sich perspektivisch durch die zunehmende Vernetzung auch der Transporter-Flotte?

C. Vogt: Die Vernetzung der Fahrzeuge ermöglicht den Flottenkunden, die smarten Lösungen und den digitalen Service des Ford-Pro-Ökosystems umfassend zu nutzen. Damit können sie die Betriebszeit ihrer Fahrzeugflotte optimieren. Das erhöht einerseits die Produktivität, da sichergestellt wird, dass immer genügend Fahrzeuge einsatzbereit sind. Andererseits redu-

ziert es die Kosten, da der technische Zustand des Fahrzeugs kontinuierlich geprüft werden kann.

Was können Kunden des neuen Ford Transit Custom, Ford Transit Connect und Ford Ranger mehr erwarten als bei den baugleichen Pendanten von VW Nutzfahrzeuge?

C. Vogt: Im Rahmen unserer Allianz haben wir beim Transit Custom und beim Ranger die gemeinsame Basis entwickelt, hingegen basiert der Transit Connect auf einer VW-Plattform. Dennoch unterscheiden sich die genannten Ford-Modelle eindeutig von denen von VW. Das zeigt sich beim eigenständigen Design, aber auch beim Fahrgefühl. Zudem haben unsere Ingenieure spezielle Features entwickelt, wie beispielsweise das klappbare Lenkrad im Custom, das beheizbare Lenkrad im Connect oder die integrierte Trittstufe beim Ranger. Hinzu kommen eigene Ausstattungslinien und Karosserievarianten. Einen Ranger Raptor mit 3.0-Liter-V6-Motor gibt es nur von uns. Und ein großes Plus für unsere Kunden ist natürlich die Integration unserer Modelle in das Ford-Pro-Ökosystem.

Herzlichen Dank, Frau Vogt und Herr Buchmüller für das Gespräch.

mb, rs

Kurz-Vita:

Wilhelm Buchmüller ist Leiter Flottenverkauf Ford Deutschland und verantwortlich für das Geschäft mit Großkunden, Behörden, Autovermietern, Direktgeschäft und Remarketing. Wilhelm Buchmüller ist seit 16 Jahren bei Ford und hatte bereits mehrere leitende Positionen bei Ford Deutschland und Ford Europa in den Bereichen Großkunden- und Vermietgeschäft, Verkaufsplanung, Produktmarketing und Kommunikation inne.



Der Ford Tourneo Courier bringt neue Schwung ins Segment der Lastesel.