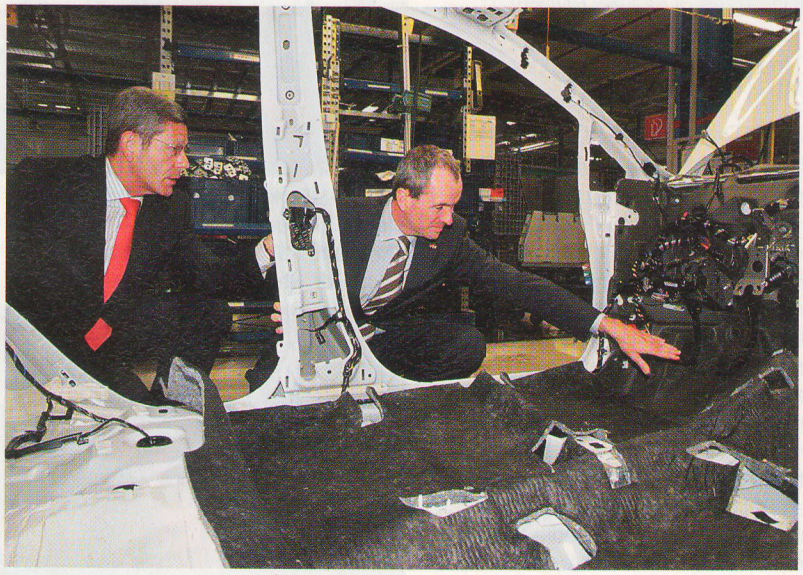
FOTOS: K-H. SCHAUN

Ferrari besucht Ford

Sarah de Ferrari ist erklärter Ford-Fan. Die Studentin aus Maryland fährt einen 97er Explorer und hatte damit noch nie Ärger. Und sie freut sich auf die Einführung des neuen Ford Fiesta in ihrer amerikanischen Heimat – vor allem die Farbe „Hot Magenta" hat es ihr angetan.

Zusammen mit zehn weiteren Studenten und zwei Professoren der Stevenson Universität ging Sarah jüngst auf Werkführung bei Ford in Niehl. Der Besuch war ein Programmpunkt der „Internationalen Marketingtour" durch Europa. Studienfach der Gäste ist „Business Administration & Marketing." Deshalb machte die Gruppe bei verschiedenen Unternehmen in London, Paris, Prag und eben Köln Station, um sich über Geschäftsfelder, Produkte und Strategien vor Ort persönlich zu informieren. Neben dem Besuch bei Ford gefiel im Rheinland vor allem der Dom, die freundlichen Menschen – „und das Kölsch", berichtet Prof. Dr. Lawrence E. Burgee, der wegen seiner deutschstämmigen Mutter auch die Landessprache spricht.

Zur Abrundung des Besuchs hielt Stefan Ottinger, Leiter Dealer Operations bei Ford Europa, einen Vortrag über Geschäftsstrukturen und Marketing-Strategien seines Unternehmens.



US-Botschafter:
Ford ist eine Ikone

Zum allerersten Mal in seinem Leben besuchte der amerikanische Botschafter in Deutschland, Philip D. Murphy (Foto: rechts), eine Automobilfabrik – und zwar das Ford Fiesta-Werk in Köln Niehl.
Nach einer Werkführung in Begleitung von Bernhard Mattes, Vorsitzender der Ford-Geschäftsführung, spendete der Besucher begeisterten Applaus. Unterwegs hatte ihm Mattes zahlreiche Details zu Produktion und Konstruktion der Fahrzeuge erläutert. „Sehr eindrucksvoll", meinte der Botschafter immer wieder. Die Marke Ford bedeute für ihn eine Ikone, die für Qualität und Erfolg stehe.
Bernhard Mattes erklärte das ONE Ford-Konzept anhand des Ford Fiesta, der in Köln entworfen und konstruiert wurde und demnächst global produziert wird. „Ich bin kein Automobilexperte", so Murphy, „aber ich sehe die Gründe für den Erfolg von Ford: Eine globale Strategie mit lokaler Verankerung, hervorragende Technologie, und ein sehr konstruktives Verhältnis des Unternehmens mit seinen Mitarbeitern".