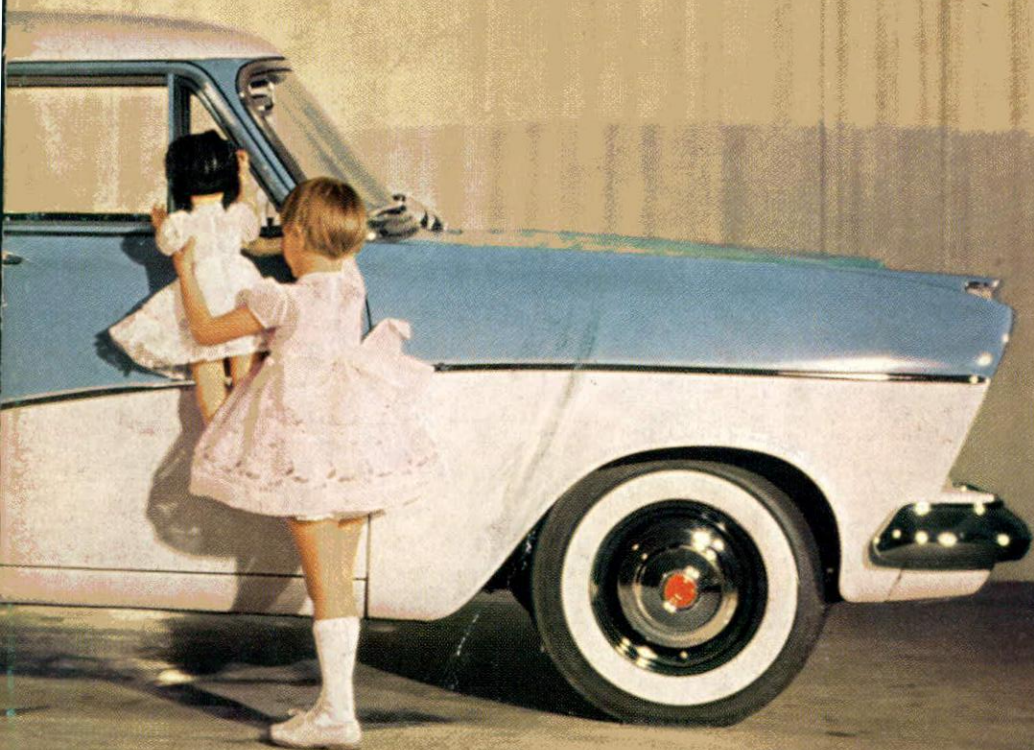
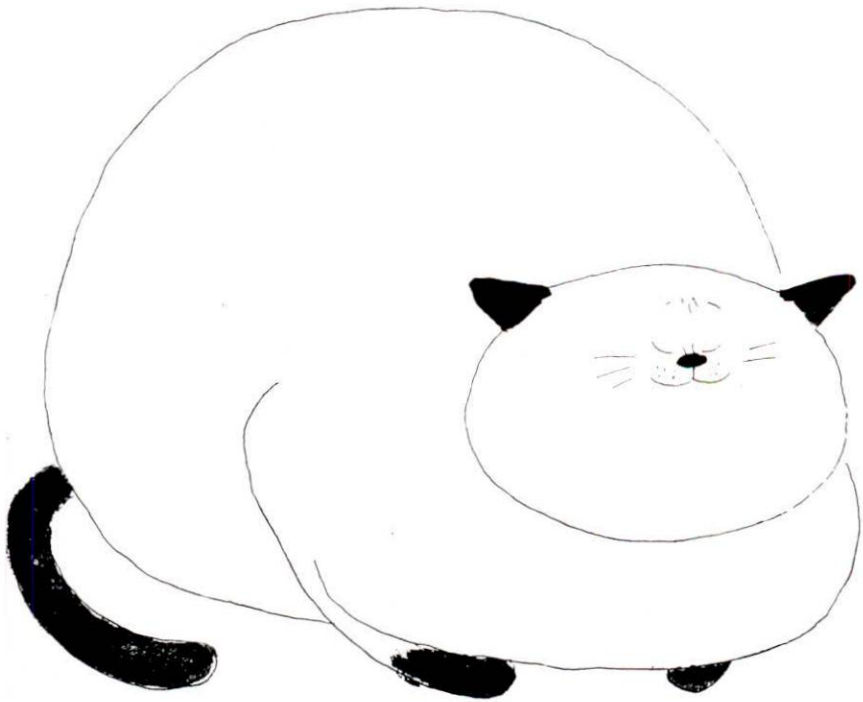


FORD *Verkaufs-*MAGAZIN

12

58





Halten Sie Ihre „Linie“!

Mit wachsenden Erfolgen wächst auch eine Gefahr: Erfolge machen satt! Groß und dick droht diese Gefahr, unseren Elan zu bremsen und unsere Tatkraft zu lähmen. Dieses Sattsein kann uns träge machen und unseren Willen, neue Kunden zu finden, verkümmern lassen! Für einen erfolgreichen Verkäufer muß es möglich sein, trotz dieser Gefahr seine Linie zu halten und am Mann zu bleiben!

FORD ^{Verkaufs}MAGAZIN

Dezember 1958 · Heft 12 · Jahrgang 3

Herausgeber: Ford-Werke AG

Redaktion: Klaus Kulkies (verantwortlich für Inhalt und Gestaltung),
Herbert Kosse, Joachim M. Bach
Köln-Niehl · Henry-Ford-Straße 1

Druck: Gebr. Nettesheim oHG · Köln-Nippes

Nachdruck bitte nur mit schriftlicher
Genehmigung des Herausgebers

INHALT:

	Seite
Gentleman aus Detroit	2
König unter den Automobilen	4
Neuer Geist in alter Dynastie	6
Prospekt nach Gebrauch zurück	11
Der Kombi setzt sich durch	12
Hinter diesem Schaufenster	13
Ein Brief aus der Schweiz	14
Kurz und Klein — Nachrichten	16
Jugend — Käufer von heute	18
Auflösung der Dezember-Quizfragen	19
Rallye-Erfolg des Taunus 17 M	20
200 000 Kilometer mit erstem Motor	21
FK-Eilfrachter Hinterkipper	22
Sperrgut leicht transportiert	23
Einfall um Mitternacht	24
Schon an morgen denken	26
Eine Idee — Neue Interessenten	28
Der Kunde ist	32

Nur für den Gebrauch in der Ford-Organisation bestimmt!

Gentleman aus Detroit

Wer ihn noch nicht persönlich kannte, der war überrascht, in Mr. Henry Ford II einen Gesprächspartner zu finden, der genau das Gegenteil von dem ist, wie man sich einen Amerikaner vorstellt: ein sehr stiller, bescheidener und auf sehr menschliche Weise höflicher Mann von 42 Jahren, der durchaus den Eindruck macht, als hätte er statt einer Schule in Connecticut und der Yale-Universität Eton und Oxford besucht, jene Stätten, in denen der



Mensch zum Gentleman transformiert wird.

Doch gerade dieser Mann war es, der mit 28 Jahren die Gesamtleitung der Ford Motor Company übernahm, nicht als ein Geschenk, das ihm vom Großvater über den Vater vererbt wurde, sondern als eine Aufgabe, aus einem im Konkurrenzkampf schwer mitgenommenen Unternehmen wieder eine der in der Welt führenden Automobilfabriken zu machen. Dazu investierte er fast 3 Milliarden Dollar in einem Modernisierungsprogramm, das mit neuen Fabrikations- und Montagestätten, mit Ersatzteilwerken und Forschungs-Zentren die Bodenfläche der Ford-Werke um 4,6 Millionen Quadratmeter erweiterte, aber auch in der Personalpolitik neue Richtlinien von entscheidender Bedeutung brachte. Schon 3 Jahre nach Amtsantritt nahm Ford den zweiten Platz unter den größten Unternehmen der Automobilindustrie ein, und heute gehört er zu den „Großen Zwei“ unter diesen, die General Motors und Ford heißen.

Henry Ford II nahm Anfang November die Gelegenheit einer Erholungsreise mit Familie nach Europa wahr, um seinen europäischen Werken, Dagenham/England und Köln, einen Besuch abzustatten, wobei er sehr gute Miene zum bösen Spiel machte, vom Fernsehen wie von einigen Journalisten der Fach- und Wirtschaftspresse interviewt zu werden.

Thema Nr. 1 ist nach wie vor der Einbruch der kleinen europäischen Wagen in die Phalanx der amerikanischen Straßenkreuzer in den USA, wenigstens im journalistischen Fragespiel, und Mr. Ford bestätigte, daß man in

Detroit schon einige Besorgnis hege, seit 1958 375 000 Wagen aus Europa den Weg nach den USA gefunden hätten, 1959 etwa 400 bis 420 000 zu erwarten seien, die immerhin einen Anteil von 8% zur heimischen Produktion ausmachten. Die Größe der Beunruhigung sei vergleichbar mit der in Deutschland — so meinte Mr. Ford wo allein schon Fiat einen Anteil von über 10% aller Zulassungen hätte. Beunruhigend sind also weniger die europäischen Importe als vielmehr die Symptome in den USA eines Dranges zum „economy size“, also zu einer Wagengröße, die von der Wirtschaftlichkeit bis zur Parkraumnot das bringt, was der normale amerikanische Wagen nicht in diesem Umfange zu bieten hat. Außerdem sei in den USA in vielen Fällen die Notwendigkeit der Anschaffung eines Zweite-, wenn nicht sogar Drittwagens gegeben, und das müßte eben einer sein, der preislich wie in den Ausmaßen unter dem liegt, was die drei billigsten US-Modelle zu bieten haben. Dieser „economy-car“ würde größer sein als der VW, die Entwicklung ist auf Grund der Marktforschungsergebnisse bereits im Gange, doch läßt sich im Moment noch nichts Definitives darüber sagen, weil man normalerweise wenigstens 2 Jahre für eine solche Entwicklung brauchte. Voraussetzung für die Produktion eines „economy-car“ sei die Gewißheit, daß der US-Markt 150 bis 200 000 Fahrzeuge dieser Art konsumieren könne, ansonsten würde sich die Produktion nicht lohnen. Zwar habe die Recession für die wirtschaftlichen Fahrzeuge einen Aufschwung gebracht, doch bedarf es sorgfältiger Untersuchungen, was der Kunde in Zukunft wünscht.

Bei den Importen nach den USA steht nach VW und Renault der europäische Ford an dritter Stelle, darunter etwa 40 000 17 M. Seit der 17 M auch in spezieller US-Ausrüstung zu haben ist, hat sich der Verkauf an US-Streit-

kräfte in Europa verstärkt und beträgt ca. 250 Stück im Monat.

Die Möglichkeiten des gemeinsamen europäischen Marktes werden von den europäischen Ford-Werken sorgfältig beobachtet, die Ford-Motor Company selbst sieht für ihre eigenen Erzeugnisse hier keinen großen Markt, es sei denn für den zukünftigen „economy-car“, jedoch liegen hier natürlich noch keine konkreten Pläne vor. Die Ford-Organisation in Europa verfügt über die beiden Werke Dagenham und Köln, sowie über Montagewerke in Belgien, Holland, Dänemark, Schweden und Finnland. Das Werk Dagenham, seit 1955 im Aufbau, ist dreiviertel fertig, der tägliche Ausstoß beträgt 200 bis 2200 Fahrzeuge. In Frankreich bestehen weder Ford-Produktionsstätten noch Interesse, dort welche zu errichten. Lediglich eine kleinere Gesellschaft für den Import von US-, Deutschland- und England-Fords ist in Frankreich vorhanden.

Über die Weiterentwicklung der europäischen Automobilproduktion befragt, sieht Mr. Ford alle Voraussetzungen für ein Steigen gegeben, im Gegensatz zu den USA, wo eine Marktsättigung bereits vorhanden zu sein scheint.

Das wäre nun in groben Zügen ein Überblick über die Unterhaltung mit Mr. Henry Ford II, die derart interessant war, daß keiner der Teilnehmer wohl merkte, daß die vorgesehene Zeit weit überschritten wurde. Im Foyer waren die ersten beiden Ford-Fairlane 1959 in Deutschland ausgestellt, daneben zwei Modelle des 17 M und im Hintergrund eine wunderbar gepflegte „Lizzy“, eine der letzten eines Typs, der dem Automobil in der Welt zum Durchbruch verhalf, und deren beipiesslose Verkaufserfolge einen Namen schufen, den die Tatkraft des Fordenkels Henry II der Legende entriß, um ihm wieder Weltgeltung zu verschaffen.

Heinz Kranz

König unter den Automobilen

Jede Branche hat ihre eigene „Sprache“, und so wie der Drucker von „Spießern“, der Schuhmacher vom „Pfriem“ oder der Schneider von der „Elle“ sprechen, so reden auch die Menschen, die mit Automobilen zu tun haben, ihre eigene Sprache.

Es ist nicht ungewöhnlich, wenn Automobil-Fachleute Fahrzeuge mit „Aristokraten“, „Divas“ oder „Krücken“ bezeichnen. Wir sagten es schon: Jede Branche hat ihre Spracheigentümlichkeiten.

In den Vereinigten Staaten hat sich seit einiger Zeit ein neues „Fachwort“ bei den Automobilkennern eingebürgert, das Wort vom „König“ unter den Automobilen. Diesen König möchten wir hier vorstellen und ihn so beschreiben, wie er von amerikanischen Fachleuten gesehen wird.

Die Redaktion

„Automobile zu bauen, die — soweit es die gegebenen Mittel und technischen Möglichkeiten erlauben — nahezu perfekt sind“, war seit jeher der Leitspruch aller Mitarbeiter der Lincoln-Division. Die Vollkommenheit der Lincoln-Modelle früherer Jahre, eine Perfektion, die in mehr als drei Jahrzehnten erlangt wurde, wird durch den Lincoln 1959 noch übertroffen.

Die klassische Schönheit der 1959er Lincoln-Modelle und ihre zeitlose Form geben den Kunden die Gewißheit, daß das Styling ihrer Wagen auch nach Jahren noch Gültigkeit haben wird. Ein unschätzbares Verkaufsargument für den Ford-Verkäufer. Verarbeitung und Qualität der Lincoln-Modelle haben diesen Fahrzeugen das schon sprichwörtlich gewordene Vertrauen ihrer Kunden gebracht. Man weiß heute in den USA, daß man es wörtlich nehmen kann, wenn es heißt: „Ein Wagen, der keine Wünsche offen läßt.“

Alle 1959er Modelle sind mit der Lincoln-Servo-Lenkung, Servo-Bremsen, dem automatischen Dual-Range-Getriebe und der Kreuzrahmen-Konstruktion ausgerüstet.

Kein Automobil, selbst nicht die früheren Lincoln-Modelle, vermittelt heute seinem Besitzer eine solche Fülle geschmackvoller Einzelheiten. Im 1959er Lincoln wurde die „klassische

Schönheit“ verwirklicht — eine Schönheit, die den Begriff des „Lincoln-look“ prägte. Das Styling dieses Wagens wird auch in der Zukunft noch ebenso modern und exklusiv sein wie heute.

Die Verarbeitung der Polster und die Qualität des Leders sind nur in den Lincoln-Modellen zu finden. Das handgegerbte Leder könnte ebenso gut für die Anfertigung von Handschuhen vorgesehen sein. Überraschend für den europäischen Geschmack und für europäische Begriffe ist die gesamte luxuriöse Innenausstattung, vor allem die Polsterung und die Seitenverkleidungen. Die Farben der spezialgewebten Bezugstoffe und die vielen zur Auswahl stehenden geschmackvollen Muster erfüllen jeden Kundenwunsch. Teuere Rohkarossen, beispielsweise bedingt durch den Einbau besonders kostspieliger Stützen und Verstrebungen oder durch die Verwendung besonderer Karosserieblechs, gehen oft auf Kosten anderer Konstruktionsteile des Fahrzeugs. Diese Mehrkosten versucht man dann häufig durch Einsparungen bei der Gestaltung des Innenraums aufzufangen. Bei den Lincoln-Modellen wurden die erhöhten Kosten für die Karosserie nicht gescheut, aber andererseits nicht versucht, diese Kosten durch Einsparungen bei anderen Bauteilen wieder auszugleichen. Die stilistisch sorgfältige Gestaltung

der Karosserie, die schwungvoll gewölbte Windschutz- und Heckscheibe, die vielen ansprechenden Farben der Außenlackierung, die reichhaltige Innenausstattung, alle diese Einzelheiten vereinigt, ergeben einen neuen Typ im Automobilbau. Aber auch das Sicherheitslenkrad oder die sorgfältig konstruierten Details der in einem Gehäuse zusammengefaßten, flugzeugähnlichen Armaturen machen den Lincoln 1959 zu einem Meisterstück.

„Träger“ dieser Eleganz ist der berühmte Lincoln-Rahmen, eine meisterhafte Leistung, die Karosserie mit dem Rahmen zu verbinden. Diese Konstruktion gibt den Lincoln- und Continental-Modellen größte Stabilität und Verwindungsfestigkeit, vereinigt mit optimalen Eigenschaften und Fahr-sicherheit. Darüber hinaus ermöglicht der Lincoln-Rahmen beste Ausnutzung des Innenraums. Der Lincoln 1959 hat die größten Platzverhältnisse aller derzeit gebauten Automobile.

Auch die kleinste Ausrüstung, wie Aschenbecher, Halteschlaufen oder Handschuhfach, wurden meisterhaft geformt. Von den zur Verfügung stehenden Polsterfarben sagte ein amerikanischer Fachmann: „Hier wird in Farben geschwelgt.“ Und er meinte weiter: „Die geradezu verschwenderisch anmutende, angewandte Handwerkskunst für alle Teile des Lincoln 1959 machen dieses Fahrzeug zu einem „König unter den Automobilen.“

Natürlich können Sie nicht jeden Tag ein solches Fahrzeug verkaufen, auch nicht jede Woche oder in jedem Monat. Dieser „König“ ist eben nur „Auserwählten“ vorbehalten, Feinschmekkern oder Genießern. Aber auch in Deutschland gibt es — vielleicht nur in kleiner Zahl — eine Schar dieser „Auserwählten“. Denken Sie einmal nach, kennen Sie nicht vielleicht einen solchen Gourmand unter den Automobilisten? Und — würde es Sie nicht reizen, einmal hier Ihren „König“ zu offerieren?



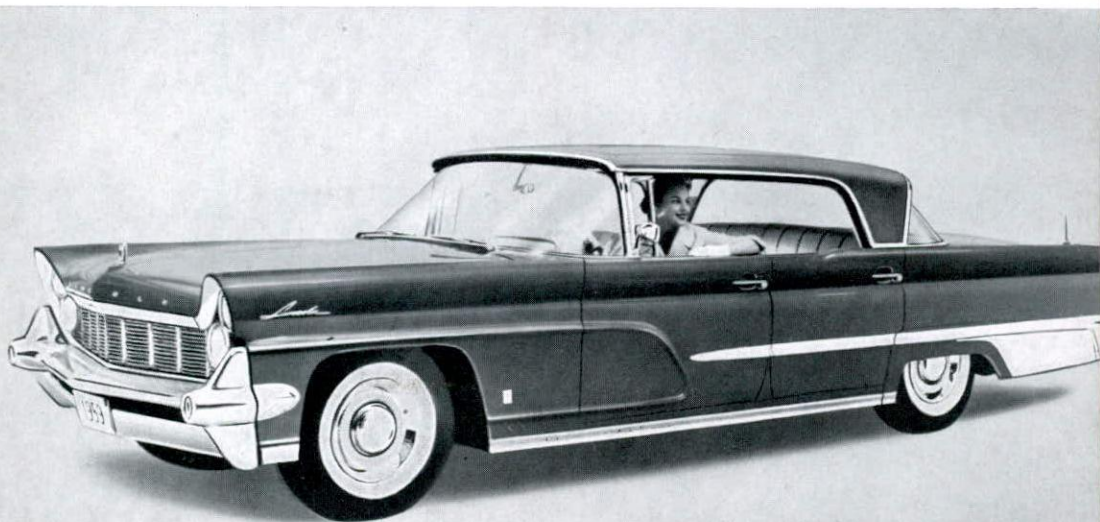
Das Lincoln-Programm 1959:

- Lincoln Coupé
- Lincoln Landau 4türig
- Lincoln Sedan 4türig
- Premiere Coupé
- Premiere Landau 4türig
- Premiere Sedan 4türig



Die Mark IV Continental-Modelle 1959:

- Continental Coupé
- Continental Landau 4türig
- Continental Sedan 4türig
- Continental Convertible





Neuer Geist in alter Dynastie

von Lorenz Stucki

Wenn man heute die neuen Autotypen sieht, die Ford herausgebracht hat, wenn man die Verkaufsziffern liest, die bezeugen, daß Ford heute im amerikanischen Verkaufsrennen Nase an Nase mit dem Chevrolet der General Motors liegt, wenn man von dem kürzlich gestifteten Fordpreis für Förderer der friedlichen Verwertung der Atomenergie liest, und wenn man gar noch bedenkt, was es heißt, daß die Ford Motor Company als erste große Gesellschaft der Geschichte ihren Arbeitern den sogenannten „garantierten Jahreslohn“ gewährt, der den Arbeiter zu einem gegen die Schwankungen der Konjunktur weitgehend geschützten Angestellten macht — ja dann fällt es einem schwer zu glauben,

daß dieses blühende und fortschrittliche Unternehmen bis vor wenigen Jahren noch mit Riesenschritten dem Bankrott entgegenging.

Ein Besuch der Ford-Werke in Detroit, der River-Rouge-Fabriken, welche Herz und Nervenzentrum dieses weltweiten wirtschaftlichen Reiches sind, macht es nicht leichter, sich die Gefahr vorzustellen, in der die Fordgesellschaft schwebte. Aber er führt einem eindrücklich vor Augen, was der Bankrott eines solchen Wirtschaftsgiganten bedeuten müßte. Allein die Größenordnung: die Lohnsumme der „Rouge“-Werke in Dearborn bei Detroit beträgt im Tage rund fünf Millionen Franken. Innerhalb des Fabrikareals gibt es über 160 Kilometer Eisenbahngleise

sowie einen breiten, mit den großen Seen und dadurch mit dem ganzen Wasserwegsystem der USA verbundenen Kanal, in dem große, der Fordgesellschaft gehörende Schiffe anlegen; die Fabrik benötigt jährlich ungefähr 850 000 Tonnen Eisenerz und zweieinhalb Millionen Tonnen Kohle, denn ein großer Teil der für die Personautos, Lastwagen und Militärfahrzeuge gebrauchten verschiedenen Arten Stahl, Blech und so weiter wird hier an Ort und Stelle hergestellt. 2800 Telefonapparate sind hier in Betrieb, und die täglich eingehende Post beläuft sich durchschnittlich auf 40 000 Stück. An die 50 000 Menschen arbeiten hier allein, mit ihren Familien gerechnet also etwa die Bevölkerung einer Stadt wie Basel. Dazu kommen aber noch die zahlreichen Montagewerke und einige Produktionswerke außerhalb Detroit's in den USA und im Ausland, und außerdem sind natürlich viele Tausende von anderen Industriebetrieben mit Hunderttausenden von Arbeitern indirekt vom Prosperieren der Ford-Werke abhängig, weil sie ihnen in großem Umfang Materialien und Bestandteile liefern oder ihre Produkte verkaufen.

Man wird deshalb kaum übertreiben, wenn man sagt, das Gedeih und Verderb der Ford-Gesellschaft für Millionen Menschen von unmittelbarer und entscheidender und für die ganze amerikanische Wirtschaft von größter mittelbarer Bedeutung sind. Dies aber, Gedeih und Verderb eines wirtschaftlichen Imperiums, hing bis vor wenigen Jahren ab von den Launen eines senil gewordenen alten Mannes und eines ehemaligen Boxers und Leibwächters. Der alte Mann war Henry Ford der Erste, der junge Mann, der die Macht des Günstlings brach und den Fordgiganten im letzten Augenblick vor einer Katastrophe mit unabsehbaren Folgen errettete, war sein

Enkel, Henry Ford der Zweite. Und sie beide, der erste und der zweite Henry Ford, dürften als überragende und höchst gegensätzliche Persönlichkeiten in die Geschichte der Menschheit eingehen — unter anderem auch wegen der Fordstiftung, die eine fabelhafte Geschichte für sich darstellt.

Wenn ein Diktator senil wird

Henry Ford I war einer der ganz großen Selbmademen des amerikanischen Frühkapitalismus und zugleich als Erfinder der Massenproduktion sein Überwinder. Er war auf Grund seines eigenen Lebensweges und Erfolges überzeugt, daß jeder „kleine Mann“ in Amerika, wenn er nur initiativ und tüchtig war, sich im Leben durchsetzen könne, ohne jede soziale Rücksichtnahme und die geringste Einengung des totalen kapitalistischen Individuums, und so war er ein Feind der Gewerkschaften, der staatlichen Einmischung in die Wirtschaft, des sozialen Fortschritts und galt schließlich als Feind des „kleinen Mannes“ selbst. Dabei aber hatte gerade er entdeckt, daß die moderne Form des Kapitalismus darin bestand, die Bedürfnisse der Massen zu berücksichtigen, und als erster besaß er auch den Mut, diese neue Form in großem Stil zu verwirklichen. Er unternahm es, Autos so billig herzustellen, daß die breite Masse des Volkes sie kaufen konnte; zu diesem Zweck mußte er den Herstellungsprozeß durch Mechanisierung und Normierung wesentlich verbilligen und die Gewinnspanne pro Stück auf ein Minimum herunterdrücken. Die gewaltigen Investitionen aber ließen sich nur amortisieren und die geringe Gewinnspanne konnte nur zu einem großen Gesamtgewinn führen, wenn sich entsprechende Massen von Käufern einstellten und die

Massenproduktion rechtfertigten und überhaupt ermöglichten. Da man dies nicht im voraus mit Sicherheit wissen konnte, war ein beträchtlicher Mut zum Risiko vonnöten. Diesen Mut gehabt und die Bedürfnisse des amerikanischen Durchschnittsbürgers mit seinem langen Weg zum Arbeitsplatz in einem Land der riesigen Distanzen richtig erfaßt zu haben, ist Henry I historisches Verdienst.

Doch sein Verdienst und sein Werk waren nach seiner Auffassung ausschließlich seine Sache. Das Werk und seine Autos hießen Ford, die Aktien waren Familienbesitz und gelangten nicht in den Handel, und wie er innerhalb seines Reiches schaltete und waltete, das war eine Angelegenheit, in die ihm niemand drezuzureden hatte. Daß sein Werk ein Eigenleben gewonnen habe, daß die Zehn- und Hunderttausende lebendiger Menschen nicht einfach seine Untertanen seien, sondern ihren eigenen Willen, ihre Rechte und ihre Macht geltend machen könnten, wollte ihm nicht in seinen autokratischen Schädel. Die Übertragung irgendwelcher Machtbefugnisse an andere Personen im Sinne modernen Managertums gab es bei ihm nicht. Und so gab es, weil er alt wurde und überdies der Betrieb längst viel zu groß war, um noch von einem auch noch so energischen Herrscher allein regiert werden zu können, etwas anderes: die Herrschaft von Günstlingen, die keine richtig definierte Stellung im Betrieb besaßen, sondern sich die Funktion von Sprachrohren „seiner Majestät“ erschlichen.

Günstling Nummer eins und schließlich eigentlicher Herrscher der Ford-Gesellschaft wurde Harry Bennett. Henry I hatte wie alle Diktatoren große Angst vor Feinden und schaffte sich deshalb eine Leibwache an. Harry Bennett gehörte als ehemaliger Boxer

dieser Leibwache an, und es war diese Schlüsselstellung, von der aus er sich die Gunst des Herrschers und die Macht im „Imperium“ erwarb. Sein Einfluß auf Henry wurde so groß, daß er mehr und mehr seine Leute in die wichtigen Stellungen hineinzubringen vermochte, und der ganze Direktionsapparat war so eingeschüchtert, daß Harry mit der Formel regieren konnte: „Mr. Ford bat mich, Ihnen zu sagen...“ Die Folge dieses Regimes war eine völlige Desorganisation des Betriebes und ein monatlicher Verlust von nicht weniger als 10 Millionen Dollar!

Henrys II Lern- und Wanderjahre

Während der Herrschaft von Bennett war Edsel, der Sohn Henrys I, nominell Präsident der Gesellschaft. Aber in Wirklichkeit hatte er, im Schatten seines großen Vaters aufgewachsen, ein sehr integrierter, aber ein schwacher Mensch, überhaupt nichts zu sagen. Seine theoretische Autorität wurde von seinem Vater völlig zerstört, indem seine Anweisungen entweder durch Henry selbst oder sogar durch Bennett einfach umgestoßen wurden, ohne daß er sich dagegen zu wehren vermochte. Machtlos, erfolglos, freudlos starb er 1943, mehrere Jahre vor seinem tyrannischen Vater.

Doch inzwischen war bereits die dritte Generation der Dynastie erwachsen geworden. Edsels Sohn Henry wurde als Erbe der vermeintlichen Macht nach dem Tode seines Vaters aus der Marine entlassen, weil die Fordwerke Kriegsmaterial produzierten und die Gesellschaft für das Land lebenswichtig war. Aber sein Großvater übernahm offiziell wiederum die Präsidentschaft, und neben der effektiven Macht von Bennett fand sich der junge Henry ohne Titel, ohne Kompetenzen oder Aufgaben, ohne irgendeine de-

finierte Funktion in dem morschen Werk seiner Familie. So begann er in Detroit und auf Reisen zu den großen Fordvertretern im ganzen Land die Verhältnisse der Gesellschaft zu studieren und möglichst viel zu lernen, bis er schließlich im Jahre 1945 endlich einen offiziellen Titel erhielt als Exekutiv-Vizepräsident, ohne daß sich dadurch freilich irgend etwas an seiner praktischen Machtlosigkeit gegenüber Bennett und dessen Leuten änderte. Immerhin, ein paar Freunde fand er unter den höheren Angestellten doch, denen er trauen konnte und die gegen das Regime Bennett in heimlicher Opposition standen. Anfang 1945 wurde Henry I, der sich längst vom eigentlichen Business zurückgezogen und dabei doch immer wieder als Rückdeckung von Bennett gegeistert hatte, ernsthaft krank, und bald schon zeigte sich die Wirkung: Bennett wurde Henry II gegenüber freundlicher und in seiner Arroganz zurückhaltender.

Der Staatsstreich

Eines Tages faßten die Verschwörer ihren Plan. Der junge Henry hatte als Vizepräsident theoretisch ein Mitbestimmungsrecht über alle Anstellungen und Entlassungen. In Abwesenheit seines Großvaters hatte er also das Recht, auch Bennett zu entlassen. Wenn es ihm gelänge, sich die Unterstützung seines Großvaters für sein Vizepräsidentenrecht zu sichern...

Es waren Frauen, die in diesem Stadium der Ford-Saga eine entscheidende Rolle spielten: Henry gewann zunächst und mühelos die Unterstützung seiner Mutter, der Witwe von Edsel Ford, für seinen Plan.

Sie besaß eine nicht unwichtige Minderheit der Familienaktien, und da für Henry I nichts so gräßlich war wie die Vorstellung, daß fremde Menschen

sich in den Besitz von großen Ford-Aktienpaketen setzen könnten, gab die — niemals ausgesprochene — Drohung seiner Schwiegertochter, unter Umständen ihr Aktienbündel auf den Markt zu bringen, ihr eine nicht geringe Macht über den Schwiegervater. Noch wichtiger aber war Henrys Großmutter Clara, der einzige Mensch, von dem sich Henry I etwas sagen ließ. Ihre Hilfe für die Pläne des jungen Henry waren entscheidend. Es war ein unerwartet großer Erfolg: Der Großvater willigte in einer lebensmüden, weichherzigen Stimmung ein, die Präsidentschaft niederzulegen und dem Direktionskomitee die Wahl Henrys II zum Nachfolger zu „empfehlen“. Die Unterschrift unter einen entsprechenden Brief, den „jung Henry“ schleunigst aufsetzte, war die letzte offizielle Tat dieses legendären Heros der amerikanischen Wirtschaftsgeschichte.

Bennett, der von dem bevorstehenden Staatsstreich Wind bekommen hatte, suchte seine Haut zu retten. Als er Henry II tags darauf traf, erklärte er: „Stellen Sie sich vor, ich sprach mit Ihrem Großvater und vermochte ihn dazu zu bringen, Sie zum Präsidenten zu machen.“ Henry antwortete nicht. Doch nach der Sitzung, in der er offiziell als Präsident gewählt wurde, holte er es nach. Die Antwort war kurz und offen: „Ich möchte Sie nicht länger in meinem Betrieb haben.“

Das war im Herbst 1945. Henry II war 28jährig und stand vor einer Aufgabe, vor der ältere und erfahrene Männer glatt verzweifelt wären. Der geschäftliche und organisatorische Zustand der Gesellschaft war — nachdem die „Spritzen“ staatlicher Kriegsmaterialaufträge bei Kriegsende aufgehört hatten — geradezu katastrophal, der Direktions- und Verwaltungsapparat war voll mit unfähigen Bennett-Leuten,

die Konkurrenz hatte beinahe hoffnungslos große Vorsprünge errungen. Doch nun kamen Henry II die Lehr- und Wanderjahre zugute. Er kannte viele seiner Pappenheimer, und mit einem Scherbengericht von Hunderten von Entlassungen begann die neue Ära, so daß kein Mensch im unklaren blieb, wer nun das Ford-Imperium regierte. Doch sein wirkliches Genie bewies der junge Henry in der Wahl seiner Mitarbeiter. Aus irgendeinem unwichtigen Grund kam eines Tages ein Mann zu ihm namens Ernest R. Breech, vormals einer der obersten Manager von General Motors und nun Leiter eines mit General Motors englierten Betriebes. Seinem Großvater an Mut und Entschlußkraft gleich, in seinem Wunsche nicht nach Günstlingen, sondern nach erstklassigen Managern sein völliger Gegensatz, bot Henry II Breech die Aufgabe an, mit ihm zusammen die Ford-Gesellschaft von Grund auf zu reorganisieren. Breech lehnte ab, zögerte, nahm schließlich an, und es scheint, Henry hätte keinen besseren Mann für diesen ungeheuren „job“ finden können.

Wie diese beiden Männer mit einigen anderen hervorragenden Mitarbeitern dieses Mammutunternehmen wieder in die Höhe zu bringen vermochten,

läßt sich aus technischen und organisatorischen Maßnahmen allein nicht erklären, so wichtig sie sein mochten. Entscheidender Faktor war die neue Mentalität, die sich in Büros und Werkhallen, bei Händlern und Reklameleuten auswirkte, eine Mentalität, welche das Autokratentum gering und den sportlichen Ehrgeiz der Mannschaft in der Team-Zusammenarbeit hoch achtete. Die Entwicklung vom ersten zum zweiten Henry, vom gewerkschaftsfeindlichen Diktator zum Pionier des „garantierten Jahreslohns“ für Arbeiter, von der Günstlingswirtschaft zum Managertum entspricht einer Tendenz, die man in den USA allgemein beobachten kann. Aber sie erklärt auch in ganz erster Linie, warum der vor 10 Jahren scheinbar hoffnungslos kranke Koloß Ford Motor Company heute kräftiger, erfolgreicher und angriffslustiger dasteht als je, warum er im Thunderbird den ersten Luxuswagen herauszubringen und die größte Konkurrenz, General Motors, auf der ganzen Linie — Ford kontra Chevrolet, Mercury kontra Buick und Oldsmobile, und Lincoln kontra Cadillac — erfolgreich zum sehr gesunden Wettbewerb herauszufordern vermag.

(Die Weltwoche, Zürich)

*

Als der alte Ford schon längst mehrfacher Millionär war, klagte ihm einer seiner Mitarbeiter sein Leid: „Es ist sonderbar, daß ich meine junge, sonst so fleißige und sparsame Frau nicht dazu bewegen kann, mir ab und zu meine Hemden auszubessern oder mir einen Knopf anzunähen!“

„Machen Sie es doch so wie ich!“ riet ihm Ford. „Wenn ich ein Hemd zum Ausbessern habe, frage ich meine Frau: ‚Wo ist der Lumpensack? Ich muß das Hemd hier wegwerfen!‘ Und wenn sie daran zweifelt, beruhige ich sie: ‚Das Hemd ist ganz abgetragen, das werfe ich weg!‘ Glauben Sie mir, dann bessert meine Frau das Hemd ohne weiteres aus und ist noch stolz darauf, daß sie recht behalten hat!“

Prospekt nach Gebrauch zurück?

In einer hessischen Großstadt interessierte sich in diesen Wochen ein Kleinautobesitzer für einen neuen Wagen der Mittelklasse. Er besuchte den Händler einer Konkurrenzfirma, ließ sich kurz beraten, erhielt die Zusage, seinen Kleinwagen günstig in Zahlung geben zu können, Preislisten, und in Sekundenschnelle funkelneue Prospekte...

Na und, werden Sie fragen, ist das alles?

Nein, leider nicht, denn besagter Mittelklasseaspirant stoppte einige Straßen weiter auch noch beim Ford-Händler X.

Geduldig wartete er einige Minuten, bis ein Verkäufer erschien. „Ich möchte einen größeren Wagen kaufen, meinen Wagen dabei in Zahlung geben und hätte gerne einen Prospekt vom Taunus 17 M.“

Wiederum verstrichen langsam einige Minuten, bis der Verkäufer mit einem zerknitterten und bekritzelten Prospekt zurückkehrte, der aus einer Leihbibliothek zu stammen schien. Eine Preisliste gab es nicht, aber die zusätzlichen Kopierstiftangaben konnten die Werbeunterlagen über den Taunus 17 M auch nicht stärker entwerten, als längst geschehen war, denn der Kaufinteressent bemerkte mit leiser Ironie: „Anscheinend hat dieser Prospekt Seltenheitswert...“

Hoffentlich regte diese Frage den Verkäufer an, schnellstens neue Prospekte vom Taunus 17 M anzufordern, denn auf diese Weise sollte bestimmt kein Interessent verloren gehen.

Übrigens, die Werbeabteilung der Ford-Werke AG verfügt über ausreichende Prospektunterlagen. Bei Bedarf genügt eine kurze Nachricht, und Sie können Ihren Interessenten einwandfreies Werbematerial überreichen.



Der Kombi setzt sich durch

Immer mehr Automobilkäufer entscheiden sich für einen Kombi aus dem Ford-Lieferprogramm. Das geht aus den Zulassungszahlen der letzten Jahre hervor. 1953 betrug der Anteil der Ford-Kombis im Vergleich zu den Zulassungen von Konkurrenzfahrzeugen 7,6 Prozent. Jahr für Jahr ist dieser Anteil seither gestiegen und erreichte 1957 fast 22 Prozent aller Kombiwagen der Hubraumklasse 1000 bis 1499 ccm. Insgesamt wurden im letzten Jahr 4933 Ford-Kombis zugelassen.

Durch die Aufnahme des 17 M-Kombi in das Lieferprogramm hat sich die Zulassungszahl in diesem Jahr bedeutend erhöht. Schon in den ersten neun Monaten dieses Jahres wurden 5 875, also fast 1 000 Halbtonner-Kombis mehr zugelassen als im letzten Jahr. Die Kombis der 17 M-Serie sind nicht nur eine wertvolle Weiterentwicklung und Ergänzung des Kombi-Programms. Sie vermögen auch davon zu überzeugen, daß der Kombi ein durchaus salonfähiges Automobil ist.

Von einem Ford-Kombi kann niemand behaupten, daß er ein Kastenwagen ist. Die Nützlichkeit und die Eleganz der Kombis haben schon viele Automobilverkäufer erkannt. Das zeigt der ständig steigende Zulassungsanteil. Weisen Sie Ihre Interessenten auf diese Zulassungszahlen hin. Viele von Ihnen bilden sich auf Grund von Zahlen und Statistiken ein Urteil.

Übrigens können Sie mit dem Taunus 17 M- und dem Taunus 17 M de Luxe-Kombi einen großen Kundenkreis ansprechen. Handwerker, Groß- und Einzelhändler und viele Handelsvertreter brauchen den Kombi als Nutzfahrzeug und benutzen ihn am Wochenende und in den Ferien als Pkw. Kombi-Käufer sind aber auch jene Kunden, die für private Zwecke einen großen Gepäckraum benötigen, wie Sportler, Campingfreunde und Familien mit mehreren Kindern. Diese Kunden möchten die Vorzüge des Kombis ausnützen, jedoch nicht auf Eleganz und Repräsentation verzichten.





Hinter diesem Schaufenster . . .

. . . an der Avenida La Plata in Buenos Aires residiert Alberto Armando, der Leiter einer der größten Ford-Händlerbetriebe in Südamerika. Im Blickfeld stehen die „Alemanes“, die Taunus 17 M-Wagen aus Köln.

Alberto Armando war schon mit 14 Jahren für Ford tätig. In der kleinen argentinischen Stadt Humberto Primo in der Provinz Santa Fé putzte er Ford-Wagen, verkaufte Benzin und reinigte Ausstellungsraum und Ersatzteillager. Auf die Dauer füllte ihn die Tätigkeit jedoch nicht aus. Er zog in eine größere Stadt in der Provinz Cordoba und verkaufte dort seine ersten Autos. Sein Chef war so zufrieden mit ihm, daß er Alberto die Leitung eines Zweigbetriebes in Zenón Pereyra anvertraute. Fünf Jahre später holte er ihn als Verkaufsleiter nach Francisco zurück.

Während des letzten Krieges wurde die Einfuhr von Ford-Wagen nach Argentinien gestoppt. Armando kündigte und ging 1943 nach Buenos Aires, um dort Reifen zu verkaufen.

Als Ford-Vertrags-Händler begann er vor 11 Jahren in der argentinischen Hauptstadt mit dem Verkauf von Lastwagen und Omnibussen. Dann kamen Personenwagen hinzu. Heute sind in seinem 4000 qm großen Betrieb an der Avenida La Plata 122 Menschen beschäftigt.

Doch damit gab sich Alberto Armando nicht zufrieden. Mit seinem Freund Juan Pampiglioni gründete er in der aufblühenden Stadt Santa Fé einen Ford-Händlerbetrieb, der sich schon in kurzer Zeit einen guten Namen machte.

Ein Brief aus der Schweiz

Herr Dr.-Ing. E. Wiedemann, wissenschaftlicher Mitarbeiter eines Schweizer Industrieunternehmens, ist begeisterter Fahrer eines Fairlane 500 mit dem 200 PS-Thunderbird-Motor. In einem Brief an die Kundendienstabteilung der Ford-Werke AG vergleicht Herr Dr. Wiedemann seinen kürzlich gekauften Zweitwagen, einen Taunus 17 M, mit dem Fairlane 500. Daß auch der Taunus 17 M Zufriedenheit findet, beweist der folgende Brief des Schweizer Ford-Kunden.

Die Redaktion

Mit diesen Zeilen möchte ich Ihnen von meinem letzten, besonders erfreulichen Auto-Erlebnis berichten. Auto-Erlebnisse habe ich zwar schon viele hinter mir, denn ich fahre seit mehr als 25 Jahren meinen eigenen Wagen, natürlich nicht denselben. In den letzten zehn Jahren aber war es immer ein Ford, dessen Leistung zufriedenstellend, aber auch immer stärker gewesen ist, bis zum Thunderbird-Motor mit 200 PS. Ich würde nicht bei der Wahrheit bleiben, wenn ich Ihnen nicht schreiben würde, daß mir dieser, mein letzter Ford, in seinen Eigenschaften vorzüglich gefällt, auch wenn ich diese nicht immer auskosten kann. Aber gelegentlich tue ich das!

Nun ist mir folgendes passiert: Ein Bekannter starb plötzlich, und seine Frau bat mich, seinen Wagen zu übernehmen. Ich tat dies aus Gefälligkeit. Es war ein noch nicht 3000 km alter Ford Taunus 17 M. Und damit kam für mich das eingangs erwähnte Erlebnis: Den großen, starken Wagen gewöhnt, setzte ich mich ans Steuer des Taunus 17 M. Eines um das andere überraschte mich. Diesen kleinen Wagen kann man ja fahren wie einen großen! Man sitzt bequem, hat tadellose Sicht, Lenkung und Straßenlage sind vorzüglich, der Motor ist leise und doch kräftig. Alle schätzenswerten kleinen Dinge, die ich von meinem großen Wagen her gewöhnt bin, finden sich auch

irgendwie wieder, von der Heizung bis zum Blinker und von der elektrischen Uhr bis zum verdeckten Kofferraumscharnier. Es kommt noch etwas hinzu: Im Verkehrsgedränge ist der kleine Wagen sichtlich überlegen, und parkieren läßt er sich auch leichter und besser. Natürlich habe ich als nicht ab- aber doch angebrühter Automobilist dann auch unter die Motor-Haube (und auch unter den Wagen) geguckt und mich darüber, was ich dort sah, nicht minder gefreut. Die Konzeption und Konstruktion des Taunus 17 M gefällt mir auch in der kritischen Betrachtungsweise des Konstrukteurs (jetzt muß ich Ihnen verraten, daß ich Konstrukteur von Zentrifugen und Ultrazentrifugen bin) ausgezeichnet. Das möchte ich Ihnen ausdrücklich schreiben. Daß der Taunus 17 M auch noch ausgesprochen hübsch ist, werden Sie schon oft bestätigt bekommen haben.

Was waren nun die Konsequenzen aus diesem, meinem etwas unfreiwilligen Kauf eines Taunus 17 M? Das sollen Sie auch noch vernehmen:

1. Ich, Pater familiae, fahre nun fast immer den Taunus 17 M.
2. Meiner Frau gefällt der Taunus 17 M so gut, daß sie jetzt fahren lernen will (aber beileibe nicht auf dem neuen, sondern auf einem gut eingefahrenen Taunus 17 M des Fahrlehrers), um mir nachher den

„Mein Sohn benötigt den Taunus 17 M in jedem Urlaub, und erst recht nachher, ‚dringend!‘“



Taunus 17 M für sich selber abkaufen zu können!

3. Mein Sohn, 20 Jahre alt und zur Zeit Rekrut, benötigt den Taunus 17 M in jedem Urlaub und erst recht nachher ‚dringend‘. Er zeigt die unmißverständliche Absicht, ihn von mir auf den in diesem Alter üblichen Schleichwegen an sich zu bringen.

Vater hat aber insgeheim noch etwas anderes vor: Er wird diesen Taunus 17 M im ‚Rücken der Familie‘ gegen einen noch schöneren umtauschen, nämlich gegen den 4-Türer de Luxe, und diesen dann, soweit er ihn nicht selbst fahren will, der Mami und dem Sohn zur Verfügung stellen. Und wenn er selbst einmal endgültig dazu übergehen sollte, größere Reisen nicht mehr mit dem Wagen zu unternehmen, dann wird es wohl zwei Taunus 17 M

oder deren Nachfolger bei uns geben! Dies ist es, was ich Ihnen berichten wollte, vielleicht haben auch Sie etwas Freude daran.“

*

Wir hatten Freude an diesem Brief, und auch Sie als Ford-Verkäufer können jederzeit über diese spontane Referenz eines Ford-Kunden verfügen. Eine Referenz, die darüber hinaus noch aus einem Lande kommt, das keine eigene Automobilfabrikation besitzt. Zwangsläufig ist man hier besonders kritisch, und ein Anerkennungsschreiben über ein Automobil wiegt dort doppelt schwer. Erzählen Sie in Ihrem nächsten Verkaufsgespräch von dem begeisterten Schweizer Fairlane-500-Fahrer und und dem noch mehr begeisterten Taunus-17 M-Besitzer. Sein Urteil hat „Gewicht“ und — ist neutral.



reta — im dänischen Faaburg mußte ein Polizist lachen, als er bei einem Zusammenstoß zwischen Auto und Motorrad die Personalien der beiden Verkehrssünder aufnahm. Rasmus Ellingen, der Motorradfahrer, zählte 81 Lenze, sein Kontrahent am Steuer des Automobils, Paul Mortenson, war schon 85 Jahre alt.

Kurz und Klein

mid — Eine Fahrzeuglänge Abstand für je 16 km/std. müssen die Autofahrer im Staate New York seit 1. Juli dieses Jahres halten. Deutschlands Autofahrer sollten öfter an diese neue amerikanische Verkehrsregel denken, denn in der Bundesrepublik ist die häufigste Ursache der zunehmenden Unfälle mit leichtem Sachschaden zu dichtes Auffahren.

*

mid — Mehr und mehr wird die kleine Südafrikanische Union, die keine eigene Automobilproduktion besitzt, für die Länder mit Automobilexport interessant. 1957 exportierte die Bundesrepublik allein an Pkw und Kombiwagen 26 962 Einheiten im Werte von 120 Mill. DM nach Südafrika. In den dort gebauten Montagewerken großer europäischer und überseeischer Firmen wurden im ersten Jahresdrittel 1958 rd. 39 700 Wagen im Wert von 1,7 Mrd. DM fertigmontiert (im gesamten Vorjahr 77 748 Wageneinheiten im Wert von 3,4 Mrd. DM).

*

mid — In den USA kommen 359 Kraftfahrzeuge auf 1000 Einwohner. Damit sind die Vereinigten Staaten die stärkstmotorisierte Nation der Erde. In Anbetracht der Tatsache, daß die Bundesrepublik der zweitgrößte Automobilproduzent der Welt ist, überrascht es, daß sie in der Motorisierungsdichte erst an neunter Stelle folgt, mit 74 Kraftfahrzeugen auf 1000 Einwohner. Damit liegt die Bundesrepublik nicht nur hinter den nächstbedeutenden Kraftfahrzeugherstellern

Großbritannien und Frankreich, sondern auch noch hinter Australien, Schweden — die den zweiten und dritten Platz einnehmen — Dänemark und sogar hinter der Schweiz sowie Belgien. Von den Ostblockländern schneidet die Sowjetzone mit 26 Fahrzeugen auf 1000 Einwohner an 15. Stelle noch am günstigsten ab. Jugoslawien, Ungarn und Bulgarien verfügen über drei Kraftfahrzeuge und weniger auf 1000 Einwohner. Der Stand der Weltmotorisierung ergibt nach neueren Unterlagen folgende Reihenfolge:

USA 359 Kraftfahrzeuge auf 1000 Einwohner, Australien 223, Schweden 171, Großbritannien 104, Dänemark 101, Schweiz 98, Belgien und Frankreich 97, Bundesrepublik 74, Irland 60, Norwegen 58, Österreich 46, Holland 44, Italien 30, Israel und Sowjetzone je 26, Tschechoslowakei 25, Portugal 16, Sowjetunion 12, Polen 5.

*

mid — Viele Kraftfahrer vergessen oft die wichtige Regel, daß die Bremswirkung der beiden Räder jeder Achse auf beiden Seiten genau gleich sein muß. Ist das nicht der Fall, so kann es leicht, besonders bei glatter, regennasser Straße, zu einem gefährlichen Schleudern kommen. Aber nicht nur die Bremswirkung soll auf jeder Achse gleich sein, sondern auch der Luftdruck in den beiden Reifen. Ist das nicht der Fall, so wird dadurch die Lenkung des Fahrzeugs sehr erschwert, weil der Wagen stets etwas zur Seite hängt. Das gilt besonders für die Reifen an den Vorderrädern.

mid — Wenn wegen eines notwendigen Reifenwechsels der Wagen gehoben werden muß, so Sorge man dafür, daß er während der Arbeit, etwa beim Weggrutschen des Wagenhebers, nicht wegrollen kann, weil der an ihm Beschäftigte leicht verletzt werden könnte. Man ziehe deshalb nicht nur die Handbremse an, sondern lege vor und hinter das auf dem Boden stehende Rad einen Stein oder ein Stück starkes Holz. Diese Vorsichtsmaßnahme allein ist absolut sicher!

*

mid — Ratschläge für rationelles, möglichst ermüdungsfreies Fahren auf längeren Strecken faßt Prof. Grandjean, Direktor des Instituts für Arbeitsphysiologie der Technischen Hochschule in Zürich, in folgenden Punkten zusammen:

Bei Fahrten von weniger als drei Stunden sind Pausen nicht erforderlich;

bei drei bis fünf Stunden fünf Minuten Halt je Stunde;

nach der zweiten und vierten Stunde kleine Tee- oder Kaffeepause;

bei mehr als fünf Stunden fünf Minuten je Stunde. Die Pause ist bei jedem zweiten Stundenhalt etwas mit Kaffee- oder Teetrinken zu verlängern. Nach vier Stunden Fahrt sollte eine Ruhepause von mindestens dreißig Minuten eingelegt werden.

Bei Fahrern, die mehr als sechs Stunden am Steuer sitzen, treten die ersten Ermüdungserscheinungen meistens nach sechs Stunden auf. Hält man sich an die Pausenordnung, so wird man die Fahrdauer ohne wesentliche Erhöhung des Unfallrisikos auf

acht Stunden ausdehnen können, wenn nicht ermüdende Reparaturen, Reinigungsarbeiten, Entladen und dergleichen zwischengeschaltet sind. Ein achtstündiger Arbeitstag sei daher dem Berufs- und auch dem Militärfahrer ohne vermehrtes Risiko zumutbar. Werden höhere Anforderungen in regelmäßiger Wiederholung gestellt, so erhöhe sich das Unfallrisiko.

*

mid — Todsünden des Kraftfahrers sind das Anzünden einer Zigarette am Steuer des fahrenden Wagens, das lässige Fahren mit einer Hand, der Hund auf dem Beifahrersitz, das Vertreiben eines Insekts im fahrenden Wagen und das Liebkosen während der Fahrt, heißt es in einem Artikel der „Verkehrswacht“.

*

mid — Den entscheidenden Impuls zur Motorisierung erhielten die USA im Jahre 1915 durch die Einführung des finanzierten Automobilabsatzes. Der amerikanischen Mentalität entsprechend sind langjährige Kredite allgemein üblich. Die Laufzeiten betragen bei Kraftfahrzeugen durchweg fünf Jahre, in Deutschland dagegen im Durchschnitt nur ein Jahr.

Die Entwicklung führte dazu, daß der Durchschnittsamerikaner heute 20 Prozent seines Einkommens für Ratenzahlungen ausgibt, mit 30 Jahren mit dem Vierfachen seines Jahreseinkommens verschuldet und mit 50 Jahren wieder schuldenfrei ist. Der Vorgriff auf die späteren Einkommen vermittelt die Annehmlichkeiten des Lebens in jungen Jahren.

Jugend - Käufer von heute

So machen das die Politiker: ihre neuen Ideen „verkaufen“ sie an die Jugend. Die Jugend ist begeisterungsfähig und aufgeschlossen für alles Neue. Es gibt im politischen Leben viele Beispiele dafür, wie schlechte Ideen gut „verkauft“ werden können. Doch, was hat das mit Ford-Automobilen zu tun? Der erfolgreiche Ford-Händler weiß, daß er auch die Jugend interessieren und begeistern muß, denn die Jugend von heute ist der Automobilkäufer von morgen. Automobilhändler verkaufen reale Dinge, sie verkaufen Automobile. Es ist natürlich, daß die Jugend unvergleichlich leichter für eine Wirklichkeit, wie sie das Automobil darstellt, zu begeistern ist, als für eine Idee. Ohne gute Ideen kommt allerdings auch der Automobilhändler nicht aus. Hier ist zum Beispiel eine, die ein amerikanischer Händler verwirklicht hat:

Einen Tag vor der Ausstellung im Geschäftslokal transportierte der Händler ein neues Modell, wohlverpackt, auf den Hof einer höheren Schule. Als alle Lehrer und Schüler versammelt waren, durften die Klassensprecher der Oberstufe, ein Mädchen und ein Junge, den neuen Wagen enthüllen. Die Begeisterung der „versammelten Mannschaft“ war groß. Wie groß, das las man am anderen Morgen in der Lokalzeitung. Die Redaktion hatte nämlich zu diesem außergewöhnlichen

Ereignis einen Fotografen und einen Reporter entsandt, die mehrspaltig darüber berichteten.

Für dieses Beispiel trifft das Wort zu, das Robert Bosch einmal geprägt hat: „Kunden und Kinder gewinnt man, indem man sie miterleben läßt.“

Der Erfolg des oben geschilderten Experiments war verblüffend. An dem Tage, als der neue Wagen im Schaufenster des Händlers und der Bericht über die „Enthüllung“ auf dem Schulhof in der Zeitung stand, konnte sich der Händler über Mangel an Besuchern und telefonischen Anfragen nicht beklagen. Viele Interessenten kamen bereits mit konkreten Kaufabsichten in das Verkaufslokal. Das war der Erfolg der Mundpropaganda der Jugend und des großen Zeitungsartikels. Diese Idee läßt sich auch in jeder deutschen Stadt ohne Schwierigkeiten verwirklichen.

Kennen Sie übrigens die Geschichte von Themistokles, dem genialen Staatsmann und Feldherrn der alten Griechen? Er sagte einst zu seinem Sohn: „Mein Junge, Du bist der wichtigste Mann in Griechenland! Die Athener beherrschen ganz Griechenland, ich regiere über die Athener, Deine Mutter jedoch gebietet mir, was ich zu tun habe, und Du schließlich tyrannisierst Deine Mutter!“

Den Einfluß der Jugend auf die Erwachsenen sollten Sie sich immer wie-

der zunutze machen. In technischen Fragen vertrauen heute viele Väter durchaus ihren heranwachsenden Söhnen — so auch, wenn ein Wagen gekauft werden soll. Wir sagten es schon: „Die Jugend von heute ist Ihre Kundschaft von morgen.“ Darüber hinaus ist es längst zu einer allgemeinen Regel geworden: Die Jugend von heute ist vielfach auch die Kundschaft von heute — nur mit der Abweichung, daß der Vater bezahlt, was der Sohn, gelegentlich aber auch die Tochter, ausgesucht hat.

Die Ford-Werke AG und viele Ford-Vertragshändler tragen dieser Tatsache schon seit langem Rechnung. Sie gehen noch einen Schritt weiter und setzen die Jugend nicht nur dem Reiz

des Autos aus, sondern bemühen sich, die Autobeachtung der Jugend und ihr Interesse am Straßenverkehr in die richtigen Bahnen zu lenken. Es ist eine Werbung, die zwar nicht mit barer Münze zurückgezahlt wird, die aber auf lange Sicht doch Zinsen trägt. Für den Verkehrsunterricht an Schulen zum Beispiel, hat die Ford-Werke AG ein ganzes Jahr 100 Tausend 15 M zur Verfügung gestellt, verschiedene Händler haben an Schulen Verkehrsspiele verteilt und auf diese Weise den Kontakt zur Jugend gefestigt. Sie sollten bei Ihren Verkaufsgesprächen gewissermaßen immer mit einem Auge zum Sprößling Ihres Interessenten „schielen“, von dieser Seite kommt oft die für Sie ausschlaggebende Entscheidung.



Auflösung der Dezember-Quizfragen

1. Welche Höchstgeschwindigkeit darf beim Opel Olympia Rekord 1958 im 2. Gang nicht überschritten werden?

50 km/h

2. Wieviel Umdrehungen in der Minute macht der Motor des Opel Olympia Rekord bei einer Geschwindigkeit von 50 km/h?

ca. 3300 U/min

3. Wieviel Umdrehungen in der Minute macht der Motor des Opel Olympia Rekord im 3. Gang bei einer Geschwindigkeit von 96 km/h?

ca. 3500 U/min

*

(Siehe Betriebsanleitung des Opel Olympia Rekord 1958, Seite 12 und 25)

Rallye-Erfolg des Taunus 17 M

Sehen Sie sich unser Bild bitte einmal genau an. Fällt Ihnen etwas auf? Ja, Sie sehen ganz richtig, an dem Taunus 17 M, der hier über das Rollfeld eines Flugplatzes in Griechenland jagt, fehlt die Windschutzscheibe. Nur noch ein paar Glassplitter stecken im Karosserierahmen. Die Windschutzscheibe flog beim Start zum Flugplatzrennen in Tatoi heraus. Hinter dem Steuer sitzt Herr Makis Liougas. Ihm gelang trotz der fehlenden Scheibe eine sensationelle Leistung: Mit einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 136 km/h siegte Herr Liougas mit seinem Taunus 17 M und placierte sich noch vor einem Jaguar 3,4 Liter, einem Mercedes 220 und einem Alfa Romeo 1900.

Für Herrn Liougas und seinen Taunus 17 M war das aber nicht der einzige Erfolg. Wenige Wochen vor dem Flugplatzrennen wurde er bei der Rallye Lefkas Erster. Er bewies damit die Überlegenheit des Taunus 17 M in seiner Klasse, denn als Konkurrenten hatte er zwei Opel Kapitän und einen MGA geschlagen. In der Gesamtwertung dieser Rallye kam der Taunus 17 M auf den zweiten Platz.

Für den Ford-Vertragshändler in Athen sind diese beiden Erfolge des Taunus 17 M wertvolle Werbeargumente. Die „Othon C. Lefas-Tetenes“ Ltd schreibt dazu: „In unserem Bemühen, den Verkauf des Taunus 17 M zu forcieren, haben wir einen neuen Weg beschritten. Dieser Weg mag Ihnen vielleicht ungewöhnlich erscheinen, ist aber in unserem Land offenbar gerade der richtige. Wir empfehlen unseren 17 M-Kunden, mit ihrem Wagen an Rallyes und Rennen teilzunehmen, die in den letzten Jahren in Griechenland stark in Mode gekommen sind. Wir verweisen dabei auf die Erfolge, die mit dem Taunus 17 M bereits erzielt worden sind. Unseren Kunden, die an Rallyes teilnehmen wollen, gewähren wir jede Unterstützung. Wir unterweisen sie in technischen Fragen und helfen ihnen bei den Vorbereitungen und dem ‚Startklarmachen‘ des Wagens für den einzelnen Wettbewerb, damit sie erfolgreich abschneiden.“





200 000 Kilometer mit erstem Motor

Im Septemberheft berichteten wir über einen Taunus 12 M, der bisher nach zweimaligem Motorwechsel eine halbe Million Kilometer zurückgelegt hat.

Heute möchten wir von dem FK-Eilfrachter des Herrn Karl Schuppel aus Hockenheim im Landkreis Karlsruhe berichten. Zwei kleine ovale 100 000 km-Plaketten zieren die Wagenfront, nachdem Herr Schuppel in diesen Wochen auf Kundenfahrten für seine Annahmestelle für Wäsche und Reinigung insgesamt 200 000 Kilometer ohne größere Reparaturen gefahren ist.

Tag für Tag ist Herr Schuppel im Landkreis Karlsruhe mehrere Stunden mit seinem Eintonner unterwegs, der sich so leicht und wendig wie ein

Pkw fährt und dessen Rückenlehnenform den Fahrer auch auf schlechten Straßen und langen Strecken nicht ermüdet. Der 200 000 km-Jubililar weiß vor allem aber den geräumigen Laderaum zu schätzen, in dem viele Anzüge, Kleider und Mäntel übersichtlich Platz finden. Ohne Fracht ist das Fahrzeug in Sekundenschnelle auch für Herrn Schuppel ein bequemer Familienwagen für Wochenendfahrten.

Tag aus, Tag ein ist der Kombi „KA-D 230“ im Einsatz. Sein Besitzer kann sich auf ihn verlassen, und wir freuen uns mit ihm darüber, daß ihn der Wagen, den er am 17. Mai 1955 im Ford-Vertragshändlerbetrieb Autohaus Vollmer KG in Karlsruhe kaufte, bis heute nicht im Stich gelassen hat.

FK-Eilfrachter als Hinterkipper

Immer mehr Karosserie-Aufbaufirmen gehen dazu über, für die Neuentwicklungen von Spezialaufbauten als Grundtyp den FK-Eilfrachter zu verwenden. Die Firma FEKA, Fabrik für Spezialfahrzeuge, in Kassel entwickelte für den Ford-Eilfrachter (FK 1000 oder FK 1250) einen handhydraulischen Hinterkippaufbau,

Für die Kippvorrichtung wurden eingebaut: eine Druckpumpe mit Flüssigkeitsbehälter, eine Zweikolben-Druckpresse mit Befestigungsrahmen, eine Kipplagerwelle hinten und ein vorderer Auflagebock mit Führungswinkel. Verstärkungsauflagen für das Fahrgestell und ein Stahlkipprahmen in Leichtausführung.

Der Pritschenaufbau — in den Abmessungen 2480×1700×350 mm — besteht aus einem Winkeleisenrahmen mit Holzboden und abklappbaren Bordwänden aus Holz. Der Boden ist mit 1,5 mm starkem Blech ausgeschlagen. Die Bordwände sind mit Spezial-U-Eisen eingefaßt, die Heckklappe ist

nach oben und nach unten klappbar. Der Richtpreis für diesen Kippaufbau beträgt DM 1750,—.

Der Aufbau wird auf das Ford-Eilfrachter Chassis-Fahrerhaus montiert. Nicht nur die Kohlen-Großhändler in Ihrem Verkaufsbezirk interessieren sich für diesen Aufbau. Baustoff-Firmen und Baugesellschaften können jetzt den Transport ihrer Materialien rationeller gestalten. Durch den Einsatz eines Ford-Eilfrachters mit Kippaufbau sind diese Firmen nicht mehr gezwungen, mit großen Lkw's kleine Ladungen bei vielen Kleinbaustellen anzuliefern. Das kann nun schneller, billiger und damit rationeller durch den Ford-Eilfrachter mit Kippaufbau erledigt werden.

Der Kippaufbau für den Eilfrachter wird zur Zeit noch von dem technischen Büro der Ford-Werke AG überprüft. Das soll Sie jedoch nicht daran hindern, Ihren Kunden, die auf dieses Fahrzeug warten, den Sonderaufbau anzubieten.





Kein Problem für FK-Eilfrachter:

Sperrgut leicht transportiert

Der Transport sperriger Güter im Straßenverkehr bereitet vielen Unternehmen immer wieder Kopfzerbrechen. Daß aber dieses Problem nicht unlösbar zu sein braucht, beweist zum Beispiel die Firma August Hörmann & Sohn KG in Steinhagen/Westfalen. Die Firma verwendet für den Transport ihrer Garagentore ausschließlich die FK-Eilfrachter Stahlpritsche.

Obwohl die Tore $2,40 \times 2,15$ m groß sind, werden sie mit FK-Eilfrachtern von Steinhagen zu den Kunden im gesamten Bundesgebiet schnell transportiert. Dabei bewährt sich nicht nur die große Kraftreserve des 1,5-Liter-Taunus-Motors, sondern auch die günstige Ladefläche der FK-Eilfrachter Stahlpritsche. Eine Ladung besteht jeweils aus acht Toren zu je 105 Kilogramm. Das ergibt ein Ladegewicht von insgesamt 840 Kilogramm.

Die Befestigung der Tore auf der Stahlpritsche wurde folgendermaßen gelöst: auf dem Pritschenboden ist ein Ständer mit acht Fächern aufgeschraubt. Der Ständer kann nach Bedarf abgenommen und die Pritsche so mit anderen Gütern beladen wer-

den. Beim Transport der Tore werden diese in die Fächer der Ständer eingesetzt und befestigt. Die Tore stehen aufrecht nebeneinander, ohne sich gegenseitig zu berühren oder beim Fahren zu scheuern. Beschädigung der Tore während des Transports ist ausgeschlossen, eine besondere Verpackung unnötig.

Durch die besonders geringe Ladehöhe des Pritschenbodens der FK-Eilfrachter-Pritsche wird das Auf- und Abladen der Tore wesentlich erleichtert.

Bestimmt sind in Ihrer Interessenten-Kartei Firmen, für die der Transport ihrer sperrigen Güter ein noch ungelöstes Problem ist. Diesen Interessenten können Sie helfen!

Übrigens: Wie der FK-Eilfrachter eingesetzt werden kann, und wie viele Möglichkeiten sich für Ihre Kunden durch die verschiedenen FK-Eilfrachter-Typen ergeben, zeigte Ihnen bereits die Ford-Tonbildschau:

„FK-Eilfrachter bieten 1000 Chancen.“

Lassen Sie diesen Streifen wieder abrollen, um Ihre Verkaufsargumente für den FK-Eilfrachter aufzufrischen.



Einfall um Mitternacht

(So geschehen im Land der unbegrenzten Möglichkeiten.)

Es gibt Menschen mit Ideen, es gibt aber auch Menschen mit — wie vielen scheinen mag — verrückten Ideen. Doch wie oft erleben wir, daß selbst „verrückte Ideen“ noch einen Erfolg bringen, einen positiven Erfolg.

Wenn wir Ihnen im Folgenden von einer kleinen Begebenheit berichten, müssen wir bekennen, daß hierbei der berühmte Zufall ein gewichtiges Wörtchen mitzureden hatte. Was passierte? Die Tochter des Präsidenten einer großen amerikanischen Versicherungsgesellschaft hatte Hochzeit. Ein prunk-

volles Festbankett, viele Gäste, noch mehr Geschenke, Telegramme, Blumen, Musik und alle bekannten Begleiterscheinungen eines solchen Tages. Das unter den Gästen ein Automobilhändler war, ist nicht außergewöhnlich, aber — mit ihm trieb der unberechenbare Zufall sein listiges Spiel. Nebenbei, dieser Automobilhändler verkauft Ford-Automobile.

Kurz vor Mitternacht nahm das Schicksal seinen Lauf: Vielleicht war es die seelige Weinstimmung, die frohe Laune, es läßt sich heute nicht mehr feststellen, was den Herrn Papa der Braut dazu veranlaßte, unter seinen

Gästen einen „Mitternachtswettbewerb“ zu veranstalten. „Wer um Punkt 24 Uhr die beste und „größte“ Überraschung liefert, bekommt — eine Kiste Champagner! Alleiniger Schiedsrichter ist meine Tochter! Sie soll bestimmen, was ihr am besten gefällt!“ Punkt 24 Uhr, die Gäste „enthüllten“ ihre Überraschungen. Vom Teddy-Bären bis zur irgendwo schnell aufgetriebenen uralten Standuhr war alles vertreten.

Unser Ford-Händler saß vorerst nur still vergnügt dabei. Schon wollte man zur Siegerehrung schreiten, als der Ford-Händler sich erhob:

„Ich möchte es nicht versäumen, auch meine Überraschung zu präsentieren, allerdings — ich muß Sie dazu in die Halle bitten, mein Present ist etwas groß geraten!“

Ja, und was dann kam, ist eigentlich sehr schnell gesagt: in der Halle stand ein funkeln der Taunus 17 M de Luxe, eilig herbeigefahren von einem „alarmierten“ Verkäufer des Ford-Händlers.

Doch Freund Zufall hatte noch einen Trumpf: Unter den Gästen befand sich auch ein Bildberichterstatter. Nicht allein, daß der seine „Braut auf dem Taunus 17 M“ mehrmals verkaufen konnte, schob unser Ford-Händler schmunzelnd einen vom Herrn Papa unterschriebenen Kaufvertrag über einen Taunus 17 M de Luxe in seine Brieftasche.

„Meine Tochter hatte sich ohnehin einen ‚Kleinwagen‘ aus Europa gewünscht. Und wenn Sie Ihre ‚Ware‘ auf solche Art und Weise ins Haus bringen, dann soll Ihr Einfall auch belohnt werden. Ich kaufe den Wagen. Die Kiste Champagner haben Sie trotzdem gewonnen! Sie sehen es ja, meine Tochter hat entschieden.“

Nicht jede Hochzeit endet mit der Unterschrift unter einem Kaufvertrag über ein Automobil, und darum wollten wir Ihnen diese kleine Geschichte nicht vorenthalten. Dem Händlerkollegen in USA könnte man hier wohl in Berliner Mundart zurufen: Köpfchen, Köpfchen!

*

reta — Arthur Wiles aus New York nützte die Abwesenheit seines Bosses und unterschlug 14 500 Dollar. Als er mit dem gestohlenen Geld im Taxi zum Flugplatz fuhr, um nach Florida zu entkommen, stieß der Wagen mit einem anderen zusammen. In diesem saß der Boss. Arthur mußte mit ihm zurück ins Geschäft, wo man inzwischen die Unterschlagung entdeckt hatte.



Schon an morgen denken

In wenigen Tagen beginnt ein neues Jahr; ein neues Jahr mit neuen Interessenten, neuen Kunden, aber auch — neuen Problemen.

„Im voraus planen“ hieß einer der Leitsprüche von Henry Ford I und mit diesem Planen im voraus, dem „Denken an morgen“, bewältigte er viele seiner Probleme. In dem Augenblick, wo sie auftraten, hatte er schon die Lösung zur Hand, denn er hatte „an morgen gedacht“.

Es ist nicht das erste Mal, daß wir von der Ford-Tonbildschau berichten, und es ist auch nicht das erste Mal, daß wir die vielen Vorzüge der Schulung mit dem Diatomaten — der jetzt Tobimat heißt — herausstellen.

Wir möchten für Sie, den vielbeschäftigten „Kopf“ des Ford-Vertragshändlerbetriebs, gewissermaßen „an morgen denken“, Ihnen schon heute die Lösung eines Problems in die Hand geben, das vielleicht im neuen Jahr auch bei Ihnen auftreten kann.

Der Mangel an guten Automobilverkäufern ist jedem Ford-Vertragshändler leider nur zu gut bekannt. Das ist Problem Nummer 1. Die Schulung guter, aber noch branchenfremder Verkäufer stößt gerade in größeren Ford-Vertragshändlerbetrieben immer wieder auf Schwierigkeiten. Das ist Problem Nummer 2. Die lebendige Gestaltung Ihres Schaufensters, die Anziehungskraft Ihres Ausstellungsraumes für das Publikum, das ist Problem Nummer 3. — Wir wollen mit dieser Liste nicht weiter fortfahren, Sie kennen selbst Ihre Schwierigkeiten.

Blieben wir bei den drei oben genannten Problemen. Nummer 1: Die Schulung. Gerade über dieses Thema, in Verbindung mit dem Tobimat, berich-

teten wir schon ausführlich im FORD-VERKAUFS-MAGAZIN Heft 10/58. Problem 1 und 2 sind fast untrennbar miteinander verbunden, das eine ergibt zwangsläufig das andere. Über die Wirksamkeit und die Vorteile der Schulung mit dem Tobimat ist ausführlich an dieser Stelle geschrieben worden. Bitte überdenken Sie noch einmal, ob nicht im neuen Jahr auch in Ihrem Händlerbetrieb die Schulung und fortlaufende Unterrichtung Ihres Verkaufspersonals zu einem unlösbaren Problem anwachsen können. Wie gesagt, Sie können hier „im voraus planen“, schon „an morgen denken“.

Alle vier Wochen bekommt jeder Ford-Vertragshändlerbetrieb — auch das ist bekannt — eine Ford-Tonbildschau zur Verfügung gestellt. (Übrigens: Auch andere Automobilwerke schulen seit langer Zeit ihr Verkaufspersonal mit Tonbildschau.) Zahlreiche Mitarbeiter der Ford-Werke AG sind damit beschäftigt, die Ford-Tonbildschau noch mehr zu verbessern, zu vervollkommen, noch eindringlicher zu gestalten, ein Optimum an Schulungsmaterial in jedem Bildstreifen gewissermaßen zu komprimieren.

Sie werden im kommenden Jahr mit der Ford-Tonbildschau noch besser, noch leichter und noch einprägsamer schulen können. Ihr „Gewinn“ wird sich bemerkbar machen: Ihre Verkäufer werden mehr „Rüstzeug“ mit zu ihren Interessenten nehmen können, Ihre Verkäufer werden „mit geschärfter Klinge“ — wie es einmal ein Ford-Vertragshändler sagte — in den Kampf mit der Konkurrenz gehen.

Aber auch darüber wurde schon im FORD-VERKAUFS-MAGAZIN berichtet. Für das neue Jahr bieten sich den mit dem Tobimat schulenden Ford-Vertragshändlern neue Möglichkeiten,

neue Chancen, einen Vorsprung vor den Händlern der Konkurrenzfabrikate zu gewinnen.

So erscheint im Januar die zusätzliche Tonbildschau „Der Saxomat“, zusammengestellt von der Kundendienst-Abteilung der Ford-Werke AG. Jeder Monteur Ihrer Werkstatt kann sich so über die Konstruktion, über die Wirkungsweise und über eventuell erforderliche Reparaturen des Saxomat unterrichten. Auch die exakte Einstellung des gesamten Aggregats wird in anschaulicher Weise demonstriert. Eine weitere Tonbildschau der Kundendienst-Abteilung ist in Vorbereitung.

Noch mehr? Recht gern, noch mehr: Im Monat Februar können Sie über die Ford-Tonbildschau „Wir fanden das Abenteuer“ verfügen. Dieser Bildstreifen wird ohne Zweifel für Ihre Mitarbeiter sehr interessant sein, aber auch andere Personen würden diese Bildschau bestimmt gerne sehen, nämlich — Ihre Interessenten; „Wir fanden das Abenteuer“ ist eine Tonbildschau, die gerade für sie bestimmt ist. So können Sie leicht eine regelrechte kleine „Veranstaltung“ geben, auf der dann diese Ford-Tonbildschau gezeigt wird. Natürlich sprechen Sie mit Ihren Gästen über Automobile, und zwangsläufig über Ford-Automobile; bestimmt finden Sie und Ihre Herren Verkäufer schnell einige „reife“ Interessenten, die auf „Bearbeitung warten“.

Noch mehr? Noch mehr! Viele der bereits angefertigten Tonbildschauen und ein großer Teil der im neuen Jahr erscheinenden Bildstreifen können — und sollen — in Ihrem Schaufenster gezeigt werden. Auch über diesen Vorteil berichteten wir im FORD-VERKAUFS-MAGAZIN.

Sie gehen abends in's Kino. Aber bevor Sie sich in Ihren Wagen setzen, drücken Sie noch schnell auf den Knopf Ihres Tobimat, der in Ihrem Ausstellungsraum aufgebaut wurde. Und während Sie im Kino Stunden der Entspannung genießen, arbeitet der Tobimat — für Sie: In unablässiger Folge zeigt er dem Publikum den von Ihnen lediglich eingelegten Bildstreifen. Er, der Tobimat, besorgt das ganz automatisch, ohne Bedienung. Und nach dem Kino drücken Sie nur wieder auf das besagte Knöpfchen — der Tobimat schweigt. Wie viele Interessenten er inzwischen auf Ihr Verkaufsprogramm aufmerksam gemacht hat, wieviele Passanten er auf Ihren Händlerbetrieb hingewiesen hat, das kann er zwar nicht sagen; aber Sie können gewiß sein, es sind viele Menschen gewesen und werden in der Zukunft noch mehr sein.

Übrigens, wenn Sie schon ein Tonbandgerät besitzen — gleichgültig welches Fabrikat — dann benötigen Sie nur noch das Bildgerät allein, denn der Tobimat arbeitet mit jedem Tonbandgerät.

Über alle Fragen und Einsatzmöglichkeiten des Tobimat unterrichtet Sie die Abteilung VI-21 der Ford-Werke AG in Köln-Niehl. Vielleicht sollten Sie hier einmal ein Probegerät anfordern?

Natürlich können Sie den Tobimat bei Ihrem Finanzamt voll abschreiben, aber das wußten Sie sicher schon längst.

„Denken Sie an morgen“, lassen Sie sich über den Tobimat und seine Einsatzmöglichkeiten unterrichten. Denken Sie an die „scharfe Klinge“ Ihres Verkaufspersonals und damit — an die Steigerung Ihrer Verkaufszahlen. Planen Sie mit dem Tobimat, er kann Sie in Ihren Verkaufsbemühungen mehr unterstützen als hier gesagt werden kann.

Eine Idee - neue Interessenten

Ein Automobilhändler hatte eine Idee. Wann ihm diese Idee kam, wußte er uns nicht mehr zu sagen, sie war eben plötzlich da, die Idee. Und daß der Einfall „goldrichtig“ war, wie der Volksmund sagt, zeigte sich im Echo, daß diesem Einfall nach seiner Verwirklichung folgte.

Daß dieser Automobilhändler Ford-Vertragshändler Hans Bacher in Ingolstadt ist, soll nur kurz erwähnt sein.

Herr Bacher überlegte: Wie propagiere ich mein Fabrikat noch mehr, noch billiger und vor allem „noch neutraler“? Hier die Lösung, die Idee, die Idee, von der wir oben sprachen: In kleinen Städten gehört der Lokalredakteur der örtlichen Zeitung mit zu den sogenannten „Honoratioren“ der Stadt. Sein Wort hat „Gewicht“, seine Meinung am Stammtisch wird ernsthaft diskutiert und vor allem, seine Leser werden von ihm beeinflußt, negativ oder positiv, denn fast jeder kennt ihn, jeder hört auf ihn. —

Wenn dieser Mann nun noch etwas von Automobilen versteht, kommen wir dem Ursprung der Idee von Herrn Bacher schon näher.

Kurz gesagt: Herr Bacher schickte dem Herrn Lokalredakteur einen Taunus 17 M.

„Und nun, lieber Herr Höland, wünsche ich Ihnen viel Vergnügen mit dem Taunus 17 M und ein schönes Wochenende! (Der Wagen stand nämlich an einem Samstagmorgen vor der Türe des Redakteurs.) Und wenn Sie am Montag oder Dienstag den Wagen gründlich getestet haben, dann sagen Sie mir bitte einmal Ihre Meinung über unseren Taunus 17 M.“

Die Meinung kam. Wie sie kam, das lesen Sie bitte hier im folgenden Artikel, der im „Donau-Kurier“ veröffentlicht wurde. Übrigens — wäre das nicht auch ein Angebot für Ihren „Lokalredakteur“?

Der FORD TAUNUS 17 M ist in doppelter Hinsicht interessant: Einmal wegen seiner Entwicklungsgeschichte, zum anderen ob seines technischen Inhalts. In beiden Fällen treten Überlegungen zutage, die nicht ausschließlich auf deutsche Verhältnisse abgestimmt sind, auch wenn die Wiege dieses Fahrzeuges in Köln am Rhein steht. Seit 1955, als in den USA der Absatz importierter (sprich europäischer) Wagen von 32 000 auf über 200 000 im Jahre 1957 anstieg, wird der amerikanische Markt in zunehmendem Maße für Europas Automobilproduzenten interessant. Wie erklärt es sich aber, daß ausgerechnet der businessman mit der bestentwickel-

ten und größten Automobilindustrie der Welt plötzlich Gefallen an den — vergleichsweise zu seinen Straßenkreuzern — europäischen Kleinwagen findet? Ganz einfach: Als kühlen Rechner fasziniert ihn die Wirtschaftlichkeit dieser Fahrzeuge. Hinzu kommen ihre Wendigkeit im Cityverkehr, ein nach amerikanischen Begriffen unwahrscheinlich geringes Wartungsbedürfnis und die verblüffend einfache Bedienung. Alles zusammen ist die reelle Chance des europäischen Wagens, der in den Vereinigten Staaten um so mehr Absatzmöglichkeiten gewinnt, als er kontinentale Wirtschaftlichkeit mit amerikanischem Fahrkomfort zu ver-

einen weiß. Woraus die überraschende Feststellung resultiert, daß nicht nur die Amerikaner von dieser Entwicklung profitieren, sondern auch die Europäer. Ihre Fahrzeuge bleiben letztlich hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit unverändert, im Fahrkomfort dagegen gewinnen sie Eigenschaften, die wir bisher nur bei amerikanischen Produkten kennenlernten.

Ein typisches Beispiel dafür ist der Taunus 17 M. Sein Vorgänger, der 15 M, wurde nach der Konstrukteure eigenen Worten geboren, weil die fortschrittliche Karosserie des 12 M und seine Fahreigenschaften den Wunsch nach größerer Motorisierung aufkommen ließen. Als dann der 15 M seinen Siegeszug angetreten hatte, wünschte man zu dem großartigen Motor einen noch bequemeren Wagen mit einer noch besseren Straßenlage.

Der 17 M trifft genau ins Schwarze: In der Linienführung unverkennbar ein Taunus-Sproß, im Gesicht den Cinema-Scope-Akzent — breitflächige und klare Elemente ohne störende Effekthascherei. Gewissermaßen ein Interkontinental-Gesicht mit dezentem make-up für diesseits und jenseits des großen Teiches. Die niedrige und gestreckt wirkende Seitenansicht leitet harmonisch zum Heck mit dem imposanten Signalleuchten-Schlußpunkt über und dem generösen Kofferraum. Ein Habitus, der dem Weltmann 17 M auch in seiner Heimat gut zu Gesicht steht.

Ausgeprägtes Innenleben

Noch ausgeprägter ist das Innenleben, das mit dem Einsteigen durch eine wunderbar breite Tür beginnt. Rundum-Sicht wird in amerikanischen Wagen groß geschrieben, im 17 M nicht minder. Unwillkürlich greift man zur Krawatte, denn beim 17 M kann man nicht nur hinaus-, sondern auch hineinsehen. Warum auch nicht? In diesem

Wagen kann sich jeder sehen lassen. Er ist nach Maß geschneidert, genau so wie die Polsterung, in der sich selbst Bandscheibengeschädigte ausgesprochen wohlfühlen. Bemerkenswert die durchgehenden Vordersitze auf schrägen Verstellschienen; sie sind — anatomisch richtig — in den Vorderstellungen höher als in den rückwärtigen, die angenehm hohen Rückenlehnen verstellbar.

Wer auf Langstreckenfahrten Schulter- oder Nackenkrämpfe fürchtet, kann im 17 M aufatmen. Seine Polsterung hat Clubformat, Zickzackfederung und Schaumstoffauflagen. Daß drei Personen nebeneinander sitzen können, versteht sich beim amerikanischen Akzent von selbst. Ebenso die unwahrscheinlich große Beinfreiheit, auch für rückwärts Sitzende. Die Raumverhältnisse nach Zentimetern aufzählen, hieße den 17 M verniedlichen; weit richtiger ist es, seinen Komfort luxuriös zu nennen. Vom elastischen Sicherheitslenkrad mit versenkter Nabe, den Sicherheits-Türschlossern, Drucktastenbedienung des Elektrozubehörs, der verblüffend praktischen Blink-, Park- und Lichthup-signal-Kombination bis zur wirkungsvollen Warm- und Frischluftregelung — alles ist auf ein Maximum an Zweckmäßigkeit und den geringsten Bedienungsaufwand abgestimmt. Der Automation des Fließbandes folgt die Automation des Fahrens.

Nicht hochgezüchtet, aber mit Pfiff

Und weil man im 17 M so wenig Handgriffe zur Bedienung und so viel Zeit zum Beobachten hat, fallen die übrigen Faktoren des Fahrkomforts um so mehr auf. In erster Linie die überraschende Elastizität des Motors. Sein Steckbrief: 1,7 l. 60 PS bei 4250 Umdrehungen pro Minute, Maximaldrehmoment von 13,2 mkg bei 2000 Umdrehungen, Verdich-

tung 7.1 : 1. Mit anderen Worten heißt das, daß Drehmoment, Anzugsvermögen, Elastizität, ausgesprochene Bestwerte in dieser Leistungsklasse darstellen, im Gegensatz zur Höchst- und Dauergeschwindigkeit von 125 km/h.

Ihm bleibt nie die Puste weg

Das Werk beziffert die Norm-Beschleunigungszeit von 0-500 Meter mit 24,9 Sekunden. Die verschneiten und vereisten Straßen während unserer Testzeit erlaubten kein Nachprüfen dieses Wertes. Wir waren aber auch so davon überzeugt, daß einem 17 M beim Überholen nie die Puste ausgeht. Er hat immer noch eine Reserve, um rasch von der Gegenfahrbahn wieder herunterzukommen. Beim Dreigang-Synchrongetriebe unseres Testwagens beispielsweise konnte im zweiten Gang von 5 bis auf 90 km/h beschleunigt werden, mit dem besten Drehmoment übrigens, das der 1,7 l-Motor im mittleren Drehzahlbereich schafft. Daß er dabei eine sonore Stimme hat, liegt in der Natur der Sache. Er senkt sie im dritten Gang auffallend, mehr noch sicherlich beim Viergang-Getriebe, mit dem ein 17 M auf Wunsch ausgestattet wird.

Wir haben unserem dreigängigen Testwagen jedenfalls die vierte Übersetzung nicht geschenkt, auch wenn sie in der Lenkradschaltung — angenehmerweise — nicht „drin“ war. In der Maschine steckte sie allemal, und den einen Liter Mehrverbrauch auf 100 Kilometer wog die Freude am zügigen und schaltfreien Fahren leicht auf. Sicher werden manche Fahrer das Vierganggetriebe vorziehen, weil es letzten Endes auf einen geringeren Treibstoffverbrauch, geringere Geräusch-Entwicklung durch verminderte Motordrehzahl

und folglich geringeren Verschleiß abzielt. Aber das hängt nicht mit den Qualitäten des Wagens, sondern mit denen des Fahrers zusammen.

Überraschend gute Straßenlage

Auf langen Strecken entwickelt der 17 M alle guten Eigenschaften eines komfortablen Reisewagens. Er ermöglicht einen hohen Schnitt, kennt — wie die Insassen — keine Ermüdungserrscheinungen und gewinnt selbst Waschbrett-Straßen die beste Seite ab. Neben der Innenausstattung, dem Motor, ist das die dritte Überraschung: Die Straßenlage. Die Vorderräder des 17 M rollen an Federbeinen, die denen eines Flugzeugfahrwerks ähneln und hoch in den Motorraum hineinragen. Der extrem lange Federweg schluckt nicht nur riskante Fahrbahnen, ohne mit der Lenkung zu zucken, sondern fängt über einen Stabilisator auch alle Schlingerbewegungen des Wagens ab. Es gibt kein Ausbrechen in Kurven; bei vereisten Straßen war die Probe auf Exempel besonders augenfällig. Im 17 M fährt man gut, schnell und sicher.

Wendig wie ein Mauersegler

Noch ein Wort zur Lenkung. Techniker haben ihr die Bezeichnung Schnecken-Rollenzahnlenkung gegeben. In ihr steckt so ziemlich alles drin, was es auf diesem Gebiet jemals an guten Einfällen gegeben hat. Auffallend ihre Leichtgängigkeit und der automatische Rücklauf, auf Winterstraßen besonders beruhigend die Spurtreue. Ein 11,5 m-Wendekreis läßt selbst mittelalterlichem Altstadtverkehr lichte Seiten abgewinnen und sogar eine Parklücke ausnutzen, die auf den ersten Blick unterernährt aussieht.

Überhaupt gibt es in diesem Fahrzeug kein zögerndes Abtasten seiner Eigenschaften. Nach wenigen Kilometern fühlt man sich darin heimisch, nach 1600 km — wie bei unserer Testfahrt — ausgesprochen erholt. Für die Ursachen sind diesmal keine Psychoanalytiker, sondern kluge Techniker und Konstrukteure verantwortlich. Das freut uns besonders am 17 M: Seine technische Reife wird bis zu einem gewissen Grad mit Geld, keinesfalls aber mit den kleinen, beschaulichen Freuden des Lebens bezahlt, die ein Wunderwerk der Technik gemeinhin seinen Bewunderern abfordert. Es gibt im 17 M kein Kilometerfressen, keine Zeitjagd, weil solche Begriffe auf den Zeichenbrettern der Konstruktionsabteilung bereits einkalkuliert und durch technische Zauberformeln gelöst worden sind.

... und wirtschaftlich wie seine Ahnen

Wie eingangs erwähnt, zeichnet für das Eindringen europäischer Kraftwagen auf dem amerikanischen Markt in erster Linie die Wirtschaftlichkeit verantwortlich. Der 17 M macht keine Ausnahme. Auf 1567 Kilometer schluckte er genau 186 Liter Benzin. Auf Öl zeigte er dabei keinen Appetit. Gut ein Drittel dieser Strecke war reiner Stadtverkehr, der Rest mittlere Streckenfahrten bei ausgesprochen extremen Witterungsverhältnissen, verschneiten und vereisten Straßen und respektablen Steigungen. (Zirler Berg — ohne Ketten, nur mit Schneereifen im zweiten Gang nicht unter 40 km/h, Jaufenpaß mit 2100 m und Autobahnstrecken mit Eisschründen und 15 cm Neuschnee darüber). Daß der vom Werk bezifferte Normverbrauch von 9,2 l in diesen Fällen überschritten wird, liegt auf der

Hand, besonders wenn die Fahreigenschaften des Wagens von solchen erschwerenden äußeren Einflüssen kaum tangiert werden. Im besten Fall lag deshalb unser Verbrauch bei 11,0 l pro 100 Kilometer, der Höchstwert betrug 12,1 l. Der durchschnittliche Verbrauch auf der Gesamtdistanz bezifferte sich genau auf 11,7 l. Dabei schluckt der 17 M genau so willig Normalbenzin, wie er mit Superqualität mehr Kilometer herausholt. Der Arbeitsfreude tat es keinen Abbruch, auch wenn das Eis der Laternengarage manchmal kaum die Türen öffnen ließ — der Motor war in jedem Falle sofort da.

Sehr wirksam und zuverlässig der Thermostat. Daß die Maschine bei extrem niedrigen Temperaturen länger braucht, um auf volle Betriebstemperatur zu kommen, beruht auf physikalischen Gesetzen. Man braucht dann nur den Druck aufs Gaspedal etwas vorsichtiger zu dosieren — bei Glatt-eis in jedem Falle solange empfehlenswert, bis man die Straßenverhältnisse richtig ertastet hat. Und wenn bei ausgesprochenen Kältefahrten der Motor manchmal im Stand länger läuft, weil man auch bei Wartezeiten die ermunternden Wärmekalorien der Heizung nicht missen will — was soll's, es wird doch niemand frieren wollen, um auf 100 Kilometer vielleicht einen halben Liter Benzin weniger zu verbrauchen! Daß der 17 M trotz allen Fahrkomforts mit seinen vier schlauchlos bereiften Rädern auf dem harten Boden der europäischen Wirtschaftlichkeit steht, hat er uns überzeugend demonstriert. In einem solchen Maße, daß es schwer fällt, seine Gegenwart zu missen.

Arno W. Höland

Der Kunde ist . . .

... die wichtigste Person auf der Welt. Für die Ford-Werke, für den Händlerbetrieb und für Sie, den Ford-Verkäufer. Der einzige, der den Kunden glücklich machen kann, ist derjenige, der mit ihm direkt in Berührung kommt. Und das sind Sie! Was wir im täglichen Verkehr mit unseren Kunden tun plus dem, was alle unsere Kollegen und Mitarbeiter tun, trägt dazu bei, die Kunden für uns oder gegen uns einzunehmen.

Die Kunden erwarten und verdienen eine gute Behandlung von dem Augenblick an, wo sie unser Geschäft betreten . . . Wenn EIN Mitarbeiter des Händlerbetriebes sich nicht richtig verhält, so bedeutet das: daß ein weiterer Kunde gegen uns eingestellt ist!

FORD-KUNDENDIENST heißt nicht nur guter Reparatordienst,

sondern

bezieht sich auf alle Phasen der Fühlungnahme mit Kunden vor und nach seiner Unterschrift.

FORD-KUNDENDIENST bedeutet also jene Art des Kundendienstes und der Fühlungnahme, die den Kunden veranlaßt, gerne mit Ihnen zu verhandeln, gerne bei Ihnen zu kaufen . . .

Ein frohes
und friedliches Weihnachtsfest
und ein glückliches 1959



Und auch im
neuen Jahr:
Viel Freude
am Verkaufen
und noch mehr
Kunden.

