
Vignale-Idee zündet vor allem beim Ford Kuga

Ford hat in Deutschland mittlerweile fast 5000 Vignale verkauft. Die im Herbst 2015 im Mondeo eingeführte luxuriöse Topausstattung mit besonderem Service erstreckt sich inzwischen auf fünf Baureihen, zu denen nun auch der Fiesta gehört. Den höchsten Vignale-Anteil hat dabei der Kuga (ca. 1500 Einheiten), gefolgt vom S-Max (1100 Stück) und dem Mondeo (1020 Fahrzeuge). Je nach Fahrzeuglinie beträgt der Verkaufsanteil bis zu 30 Prozent (Edge Vignale).

Vignale-Käufer erwartet bei den Ford-Händlern spezielle Vignale-Lounges und eigens geschulte Kundenbetreuer. Zu den exklusiven Dienstleistungen gehören zum Beispiel eine kostenlose Fahrzeugwäsche einmal monatlich, eine 24-Stunden-Hotline, ein Hol- und Bring-Service auf Wunsch bei Werkstatt-Terminen, ein Ersatzwagen gleicher Kategorie auf Wunsch gegen Mehrpreis, ein Premium-Aufbereitungsservice mit jeder Inspektion und die Verwaltung der Wartungstermine über eine App. Außerdem hat Ford eine Vignale-Kollektion aufgelegt, die den höheren Ansprüchen gerecht werden soll.

Der Name Vignale ist eine Reminiszenz an den italienischen Designer und Karosseriebauer Alfredo Vignale (1913 bis 1969). Sein Hauptgeschäft bestand lange Jahre darin, Kleinserien von Volumenmodellen sowie Sonderausführungen von Modellen vor allem italienischer Automobilhersteller zu fertigen. 1969 verkaufte Vignale sein Unternehmen an die Carrozzeria Ghia, ein weiteres Turiner Designstudio. 1970 übernahm Ford das Ruder und damit auch die Namensrechte an Ghia und Vignale. Im Jahr 1974 wurde das Unternehmen dann aufgelöst. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Ford Fiesta Vignale.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford