

Ford beschleunigt seine Transformation und etabliert eigenständige Geschäftsbereiche mit dem Ziel, das E-Fahrzeuggeschäft effizienter zu gestalten, Geschäftsabläufe zu stärken und bestehende Potenziale zu erschliessen

- Ford etabliert eigenständige Geschäftsbereiche für Elektrofahrzeuge (EV) und Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren (ICE), die sowohl mit neuen E-Wettbewerbern als auch mit etablierten Fahrzeugherstellern in den Wettbewerb treten und gewinnen können
- Ford entwickelt eine Organisation, die mit dem Fokus und der Geschwindigkeit eines Start-ups Spitzentechnologie für ihre Kunden liefert und ihr umfassendes Know-how in den Bereichen Produktentwicklung und Volumenproduktion dazu nutzt
- Der Geschäftsbereich Ford Blue wird das ikonische Portfolio von ICE-Fahrzeugen des Unternehmens ausbauen, um Wachstum und Rentabilität voranzutreiben, strikt Kosten reduzieren, Abläufe vereinfachen und die Qualität verbessern; Ford Blue wird die Entwicklung von Fahrzeugen und Fertigungskapazitäten für alle Ford-Geschäftsbereiche auf höchstem Niveau sicherstellen
- Der Geschäftsbereich Ford Model e wird Innovationen und die Entwicklung zukunftsweisender Elektrofahrzeuge in grossem Volumen beschleunigen und Software sowie Technologien für vernetzte Fahrzeuge und Dienstleistungen für ganz Ford entwickeln
- Ford Blue und Ford Model e werden als eigenständige Unternehmen operieren, aber relevante Technologien und Best Practices teilen, um Skaleneffekte zu nutzen und betriebliche Abläufe zu verbessern; ebenso wie der Geschäftsbereich Ford Pro sollen alle drei Unternehmen bis 2023 eigenständige Geschäftsergebnisse ausweisen
- Ford beschleunigt seinen Ford+ Plan, um Wachstum zu erschliessen und Rendite für seine Aktionäre zu schaffen: bereinigte EBIT-Marge des Gesamtunternehmens von 10 Prozent und Jahresproduktion von über 2 Millionen Elektrofahrzeugen bis 2026; Ford erwartet, dass Elektrofahrzeuge bis 2030 die Hälfte des weltweiten Volumens ausmachen werden

Wallisellen, 2. März, 2022 – Ford setzt die Transformation seines globalen Automobilgeschäfts fort und beschleunigt die Entwicklung und Skalierung zukunftsweisender elektrischer, vernetzter Fahrzeuge. Gleichzeitig setzt Ford auf seine ikonischen Modellfamilien, um die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens zu stärken und das Potenzial seiner Produktentwicklung und sein industrielles Know-how voll auszuschöpfen.

„Es ist nicht das erste Mal, dass Ford die Zukunft neu erdacht und seinen eigenen Weg eingeschlagen hat“, sagt Ford Executive Chair Bill Ford. „Wir haben die aussergewöhnliche Gelegenheit, diese aufregende neue Ära vernetzter und elektrischer Fahrzeuge anzuführen, unseren Kunden das Beste von Ford zu bieten sowie zu helfen, einen echten Beitrag für die Gesundheit unseres Planeten zu leisten.“

Im vergangenen Mai stellte Jim Farley, President und CEO der Ford Motor Company, den Ford+-Plan vor und bezeichnete ihn als die grösste Chance des Unternehmens für Wachstum und Wertschöpfung, seit Henry Ford die Produktion des Model T skalierte. Die Bildung von zwei eigenständigen, aber strategisch zusammenhängenden Geschäftsbereichen – Ford Blue und Ford Model e – zusammen mit dem neuen Ford Pro-Geschäftsbereich – wird dazu beitragen,

das volle Potenzial des Ford+ Plans freizusetzen, Wachstum und Wertschöpfung voranzutreiben und Ford so zu positionieren, um sowohl etablierte Automobilhersteller als auch neue Wettbewerber für E-Fahrzeuge zu übertreffen.

„Wir haben in kurzer Zeit enorme Fortschritte gemacht. Wir haben weltweit eine Reihe erfolgreicher Produkte auf den Markt gebracht; die Nachfrage nach unseren neuen Elektrofahrzeugen wie dem F-150 Lightning und dem Mustang Mach-E übersteigt die Erwartungen“, sagt Farley. „Aber unser Ziel mit Ford+ ist es, wieder ein wirklich grossartiges, weltveränderndes Unternehmen zu werden, und dazu werden wir uns fokussieren. Wir gehen ‚all-in‘ und schaffen getrennte, aber komplementäre Geschäftsbereiche. Dies kombiniert die Geschwindigkeit und ungebremsste Innovation eines Start-ups bei Ford Model e mit dem industriellen Know-how und Volumen bei Ford Blue sowie dessen Kultmarken wie zum Beispiel dem Bronco, von denen Start-ups nur träumen können.“

Bestärkt wurde diese Entscheidung durch die Erkenntnis, dass verschiedene Ansätze, Talente und letztlich Organisationen nötig sind, um die Entwicklung und Herstellung von elektrischen und digital vernetzten Fahrzeugen und Dienstleistungen voranzutreiben und gleichzeitig das volle Potenzial der Fahrzeugikonen unseres Unternehmens mit Verbrennungsmotoren voll auszuschöpfen.

Die Etablierung des Geschäftsbereiches Ford Model e ist auch durch den Erfolg derjenigen Ford-Teams beeinflusst, die klein, flexibel und fokussiert Fahrzeuge wie den Ford GT, den Mustang Mach-E und den F-150 Lightning-Pickup entwickelt haben, sowie von Fords speziellem Geschäftsbereich für Elektrofahrzeuge in China.

„Ford Model e wird Fords Zentrum für Innovation und Wachstum sein. Ein Team der weltbesten Software-, Elektro- und Automobil Talente, dessen Ziel es ist, wirklich unglaubliche Elektrofahrzeuge und digitale Services für neue Generationen von Ford-Kunden zu schaffen“, sagt Farley.

„Die Mission von Ford Blue ist es, ein profitableres und dynamischeres ICE-Geschäft zu führen, unsere erfolgreichen und legendären Fahrzeugfamilien zu stärken und durch das Angebot bestmöglicher Dienstleistungen (und Erfahrungen) für unsere Kunden deren Loyalität zu erhöhen. Es geht darum, unser Know-how aus einem Jahrhundert Fahrzeugproduktion zu nutzen, um die Zukunft zu gestalten. Dieses Team wird darauf bedacht sein, beste Qualität zu liefern, Verschwendung in allen Bereichen des Unternehmens zu bekämpfen, den Cashflow zu maximieren sowie unseren industriellen Fussabdruck zu optimieren.“

Ford Model e und Ford Blue werden als eigenständige Unternehmen geführt, sich aber auch gegenseitig unterstützen. Dies gilt gleichermassen für die Organisation Ford Pro. Sie wird gewerblichen Kunden und Organisationen einen ‚One-Stop-Shop‘ bieten und deren Wachstum und Produktivität mit konventionellen und elektrischen Fahrzeugen und einer vollständigen Palette von Software, Lade- und Finanzierungsdienstleistungen unterstützen – gleichermassen für Ford- und Nicht-Ford-Fahrzeuge.

Ford Model e und Ford Blue werden auch die Mobilitätsangebote von Ford Drive unterstützen.

Ford Model e wird:

- die besten Software-, Ingenieur-, Design- und UX-Talente gewinnen und neue Technologien und Konzepte perfektionieren, die im gesamten Unternehmen angewendet werden können;

- einen ‚Clean-Sheet-Ansatz‘ für die Entwicklung, Einführung und Skalierung zukunftsweisender, elektrischer und vernetzter Volumenfahrzeuge und Dienstleistungen für private und gewerbliche Kunden sowie ‚shared Mobility‘ umfassen
- Schlüsseltechnologien und -fähigkeiten für zum Beispiel EV-Plattformen, Batterien, E-Motoren, Wechselrichter, Ladung und Recycling entwickeln, um zukunftsweisende Elektrofahrzeuge von Grund auf zu entwickeln;
- Softwareplattformen und vollständig vernetzte Fahrzeugarchitekturen entwickeln, um sich ständig verbessernde Fahrzeuge und enge, positive Kundenerfahrungen zu unterstützen.

Die Geschäftseinheit Ford Model e wird auch dazu beitragen, ein neues, besonderes Kauf- und Nutzererlebnis für seine künftigen E-Fahrzeug-Kunden zu schaffen. Dies beinhaltet einfache, intuitive E-Commerce-Plattformen, transparente Preise und einen personalisierten Kundensupport.

Ford Blue wird diese Erfahrungen übernehmen, um ein neues Niveau der Kundenbindung und -zufriedenheit bei seinen ICE-Kunden zu erreichen.

Ford Blue wird Fords enormes Automobil-Know-how nutzen, um:

- die legendären und beliebten Ford-Fahrzeuge wie die F-Serie, Ranger- und Maverick-Trucks, Bronco- und Explorer-SUVs sowie Mustang mit Investitionen in neue Modelle, Derivate, Erfahrungen und Dienstleistungen zu stärken;
- die Leidenschaften und Anforderungen des täglichen Lebens unserer Kunden mit massgeschneiderten Fahrzeugen und Markenerlebnissen zu bedienen - insbesondere in Situationen, in denen ICE-Fähigkeiten erforderlich sind. Dies reicht von off-road-Fahrten über Performance-Fahrzeuge bis hin zu Familienaktivitäten;
- unseren Kunden neue, vernetzte, personalisierte und immer verfügbare Services zu bieten, die von der Software und den vernetzten Systemen von Ford Model e unterstützt werden;
- aussergewöhnlich hohe Qualität und Service zu einem Argument für den Kauf eines Ford zu machen bzw. um bei der Marke Ford zu bleiben;
- Abfall zu vermeiden und Produkt-, Herstellungs- und Qualitätskosten drastisch zu senken; und
- Ford Model e und Ford Pro durch bewährte, globale Konstruktions-, Einkaufs-, Fertigungs- und Fahrzeugtest- und Entwicklungskapazitäten zu unterstützen und erstklassige Sicherheit, Fahrverhalten und Handling, Ruhe und Komfort sowie Langlebigkeit zu erreichen.

Gleichermassen bekräftigt Ford seine Prognose für 2022 von 11,5 bis 12,5 Milliarden US-Dollar an bereinigtem EBIT des Unternehmens. Das obere Ende der Spanne entspricht einer Marge von 8 Prozent, die damit gegenüber dem bisherigen Ziel des Unternehmens um ein Jahr früher erreicht werden würde. Mit diesen heute angekündigten Änderungen hebt Ford seine längerfristigen operativen und finanziellen Ziele an, darunter:

- eine bereinigte EBIT-Marge des Unternehmens von 10 Prozent bis 2026, eine Steigerung von 270 Basispunkten gegenüber 2021, getrieben durch höhere Volumina, verbesserte Kosten bei Elektrofahrzeugen sowie einen deutlichen Rückgang der ICE-Strukturkosten von bis zu 3 Milliarden US-Dollar;

- mehr als 2 Millionen jährlich produzierte Elektrofahrzeuge bis 2026, was etwa einem Drittel des weltweiten Volumens von Ford entspricht und bis 2030 auf die Hälfte ansteigen wird; sowie gleiche oder in Segmenten, in denen Ford bereits führend ist, sogar höhere Marktanteile bei Elektrofahrzeugen;
- darüber hinaus plant Ford, im Jahr 2022 5 Milliarden US-Dollar für Elektrofahrzeuge auszugeben. Dies schliesst Kapitalkosten, Ausgaben und Direktinvestitionen ein und bedeutet eine Verdoppelung gegenüber 2021.

Ford bekräftigte seine Zusage, bis 2050 CO₂-Neutralität zu erreichen und bis 2035 in allen Fertigungsbetrieben 100 Prozent lokalen, erneuerbaren Strom zu verwenden.

„Diese neue Struktur ermöglicht es uns, in der Automobilbranche führende Wachstumsraten, Rentabilität und Liquidität zu generieren“, sagt John Lawler, Chief Financial Officer von Ford. „Wir werden all unser Potential nutzen, wo immer nötig, neues Know-how etablieren, Prozesse vereinfachen und Kosten senken. Sowohl für das ICE- als auch für das EV-Geschäft können wir dadurch unsere Mittel noch effizienter einsetzen und die zu erwartenden Renditen verbessern. Vor allem glauben wir, dass es unseren Stakeholdern Wachstum und einen erheblichen Mehrwert bringen wird.“

Ford Model e und Ford Blue werden Hand in Hand mit den anderen Ford-Geschäftsbereichen arbeiten. Ford Pro wird weiterhin branchenweit führende Produkte, Dienstleistungen und Unterstützung bieten, auf die sich gewerbliche Ford Kunden verlassen können. Unterstützt von Ford Model e und Ford Blue wird Lincoln weiterhin herausragende Fahrzeuge mit einem aussergewöhnlichen Kundenerlebnis entwickeln. Ford Drive wird weiterhin neue, digital vernetzte Mobilitätsangebote entwickeln. Und Ford Credit wird weiterhin Kunden und Händler mit wettbewerbsfähigen Finanzprodukten und -angeboten unterstützen.

Unternehmensführung

Mit der Gründung von Ford Blue und Ford Model e kündigt Ford gleichzeitig verschiedene Positionen in der Unternehmensführung an. Farley wird zusätzlich zu seiner Rolle als Präsident und CEO der Ford Motor Company als Präsident von Ford Model e fungieren.

Doug Field wird die Produktentwicklung von Ford Model e als Chief EV and Digital Products Officer leiten. Gleichzeitig verantwortet er die Softwareentwicklung und Systemintegration für alle Ford-Bereiche. Marin Gjaja wird Chief Customer Officer von Model e und damit die Bereiche Markteinführung, Kundenerlebnis und neue Initiativen des Geschäftsbereiches leiten.

„Die Entwicklung wirklich visionärer elektrischer und softwaregesteuerter Fahrzeuge – mit Fähigkeiten, die sich Kunden noch nicht einmal vorstellen können – erfordert eine völlig neue Herangehensweise“, sagt Field. „Wir schaffen eine Organisation, die vom gesamten Know-how und den Fähigkeiten von Ford profitiert, sich aber schnell und uneingeschränkt bewegen kann, um revolutionäre neue Produkte zu entwickeln.“

Kumar Galhotra wird Präsident von Ford Blue.

„Die Aufgabe von Ford Blue ist äusserst ehrgeizig“, sagt Galhotra. „Wir werden in unser sehr erfolgreiches F-Serie-Geschäft investieren, das volle Potenzial von Ikonen wie Bronco und Maverick nutzen und neue Fahrzeuge wie den globalen Ranger Pickup, Ranger Raptor und Raptor R auf den Markt bringen. Diese grossartigen Produkte verbinden wir mit einem einfach zugänglichen, vernetzten und bequemen Kundenerlebnis, das die Loyalität unserer Kunden steigern wird. Wir werden bei den Kosten extrem wettbewerbsfähig sein; die Qualität unserer

Produkte wird ein besonderer Grund sein, sich für Ford zu entscheiden. Insgesamt wird Ford Blue somit ein Motor für Liquidität und Rentabilität für das gesamte Unternehmen sein.“

Stuart Rowley und Hau Thai-Tang werden neue globale Rollen übernehmen, um die Transformation von Ford zu unterstützen.

Rowley wird Chief Transformation and Quality Officer. Er wird Qualität als wichtigen Grund für die Kaufentscheidung für einen Ford etablieren und Fords Engagement für verbesserte Effizienz, geringere Komplexität und eine schlanke, vollständig wettbewerbsfähige Kostenstruktur im gesamten Unternehmen vorantreiben.

Thai-Tang wird die industrielle Plattform von Ford als Chief Industrial Platform Officer leiten. Er wird die Produktentwicklung, den Zulieferbereich und die Fertigungstechnik für ICE-Produkte und gemeinsame Systeme für Ford Blue, Ford Model e, Ford Pro und Ford Drive leiten.

Biografien:

- [Ted Cannis, CEO, Ford Pro](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/ted-cannis.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/ted-cannis.html>
- [Anning Chen, President and CEO, Ford China](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/anning-chen.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/anning-chen.html>
- [Lisa Drake, Vice President, EV Industrialization, Ford Model e](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/lisa-drake.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/lisa-drake.html>
- [Joy Falotico, President, Lincoln Motor Company](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/joy-falotico.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/joy-falotico.html>
- [Jim Farley, President and CEO, Ford, and President, Ford Model e](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/james-d--farley--jr-.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/james-d--farley--jr-.html>
- [Doug Field, Chief EV and Digital Products Officer, Ford Model e](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/doug-field.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/doug-field.html>
- [Kumar Galhotra, President, Ford Blue](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/ashwani-kumar-galhotra.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/ashwani-kumar-galhotra.html>
- [Marin Gjaja, Chief Customer Officer, Ford Model e](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/marin-gjaja.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/marin-gjaja.html>
- [John Lawler, Chief Financial Officer](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/john-lawler.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/john-lawler.html>
- [Darren Palmer, Vice President, Electric Vehicle Program, Ford Model e](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/darren-palmer.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/darren-palmer.html>
- [Stuart Rowley, Chief Transformation & Quality Officer](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/stuart-rowley.html)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/stuart-rowley.html>
- [Hau Thai-Tang, Chief Industrial Platform Officer](https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/hau-thai-tang.htm)
<https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/people/hau-thai-tang.htm>

###

About Ford Motor Company

Die Ford Motor Company (NYSE: F) ist ein globales Unternehmen mit Sitz in Dearborn, Michigan/USA, das sich für den Aufbau einer besseren Welt einsetzt, in der sich jeder frei bewegen und seine Träume verwirklichen kann. Der Ford+-Plan des Unternehmens für Wachstum und Wertschöpfung kombiniert bestehende Stärken, neue Fähigkeiten und enge Beziehungen zu Kunden, um die Erfahrungen für diese Kunden zu bereichern und deren Loyalität zu vertiefen. Ford entwickelt, fertigt, vermarktet und wartet eine vollständige Palette vernetzter, zunehmend elektrifizierter Personen- und Nutzfahrzeuge: Ford-Lkw, Nutzfahrzeuge, Lieferwagen und Pkw sowie Lincoln-Luxusfahrzeuge. Das Unternehmen strebt Führungspositionen in den Bereichen Elektrifizierung, vernetzte Fahrzeugdienste und Mobilitätslösungen einschliesslich Technologie für autonomes Fahren an und bietet Finanzdienstleistungen über die Ford Motor Credit Company an. Ford beschäftigt weltweit rund 183.000 Mitarbeitende. Weitere Informationen über das Unternehmen, seine Produkte und die Ford Motor Credit Company finden Sie unter corporate.ford.com.

Contacts:

<u>Media</u> T.R. Reid	<u>Equity Investment Community</u> Lynn Antipas Tyson	<u>Investment Community</u> Karen Rocoff	<u>Shareholder Inquiries</u> 1.800.555.5259 or
1.313.319.6683 treid22@ford.com	1.914.485.1150 ltyson4@ford.com	1.313.621.0965 krocoff@ford.com	1.313.845.8540 stockinf@ford.com

