



24.06.2021 - 11:00 Uhr

Von Fans Für Fans - Fast 275.000 Votings In Sozialen Medien Helfen Beim Design Der Ford Puma ST Gold Edition



Wallisellen (ots) -

Die Ergebnisse stehen fest. Nach einem innovativen Crowdsourcing-Experiment im Bereich des mitbestimmten Fahrzeugdesigns hat Ford heute die Siegerspezifikation des neuen Puma ST Gold-Editionsmodells vorgestellt, das ab Ende dieses Jahres in limitierter Stückzahl bestellt werden kann.

Ford-Fans gaben im Zuge von Umfragen auf den Twitter- und Instagram-Kanälen des Unternehmens innerhalb von 10 Tagen fast 275.000 Stimmen ab, um bei der Gestaltung des exklusiven Fahrzeugs mitzuwirken. Teilnehmer wählten mittels Abstimmung zahlreiche Designmerkmale aus, darunter die Aussenlackierung sowie die Farbgebung von Komponenten wie etwa den Bremssätteln. Auch der Name der neuen Edition wurde von der Community bestimmt.

Als Ergebnis des Votings wird das erste Ford Performance-Modell...

Lesen Sie mehr zu diesem Thema in der angehängten PDF-Datei.

Pressekontakt:

Dominic Rossier
Manager Communications & Public Affairs
043 233 22 80, drossier@ford.com

Medieninhalte



Die exklusive Ford Puma ST Gold Edition wird in limitierter Stückzahl produziert, die Auslieferung beginnt gegen Ende dieses Jahres / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000451 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Ford Motor Company Switzerland SA"



Ford verkündet den Produktnamen und die Siegerspezifikation der neuen Ford Puma ST Gold Edition mit wichtigen Designmerkmalen, die von Fans und Enthusiasten mittels einer Reihe von europaweit durchgeführten Online-Umfragen ausgewählt wurden / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000451 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Ford Motor Company Switzerland SA"



Ford-Fans gaben im Zuge von Umfragen auf den Twitter- und Instagram-Kanälen des Unternehmens innerhalb von 10 Tagen fast 275.000 Stimmen ab, um bei der Gestaltung des exklusiven Fahrzeugs mitzuwirken. Teilnehmer wählten mittels Abstimmung zahlreiche Designmerkmale aus, darunter die Aussenlackierung sowie die Farbgebung von Komponenten wie etwa den Bremssätteln. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000451 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Ford Motor Company Switzerland SA"



Mehr als eine Viertelmillion Votings, die auf den Twitter- und Instagram-Kanälen von Ford abgegeben wurden, entschieden über Designdetails wie die schwarze Aussenfarbe, spezielle Deko-Stylings und rote Bremssättel / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000451 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Ford Motor Company Switzerland SA"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000451/100873266> abgerufen werden.