Citroën Ami: Urbaner Elektroflitzer für smarte Mobilität

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 17. August 2025



Citroën Ami: Urbaner Elektroflitzer für smarte Mobilität, der die

Stadtlogik neu verdrahtet

Der Citroën Ami ist kein klassisches Auto, sondern ein elektrisches Leichtfahrzeug, das die Stadt auf Debug zieht: 45 km/h, 5,5 kWh Akku, Haushaltssteckdose – fertig. Wer smarte Mobilität wirklich verstanden hat, sieht im Citroën Ami keine Spielerei, sondern eine radikal effiziente City-API auf Rädern. Klein, günstig, gnadenlos pragmatisch. Und genau deshalb der perfekte Gegenentwurf zu übermotorisierten SUV-Fossilen, die im Stop-and-Go ihre eigene Sinnlosigkeit performen.

- Citroën Ami kurz erklärt: L6e-Leichtfahrzeug mit 45 km/h Spitze, ca. 70 km praxisnaher Reichweite und Aufladung an Schuko in etwa 3 Stunden.
- Technik klar: 5,5 kWh Li-Ion-Akku, 6 kW E-Motor, Frontantrieb, minimalistische Ausstattung, Fokus auf Effizienz statt Spielerei.
- Smarte Mobilität: ideal für letzte Meile, städtische Mikrologistik, Campus-Shuttle, Retail-Branding, Hospitality-Sharing und Alltagsradius bis 10 km.
- Charging ohne Drama: AC 230V, Lastmanagement in Mehrfamilienhäusern, sichere Dauerlast für Schuko, Wallbox-Optionen und Micro-Hubs.
- Kosten runter: niedriger Energieverbrauch (ca. 8–10 kWh/100 km), günstiger Unterhalt, planbare TCO, attraktiv für Flotten und Sharing.
- Telematik & Daten: GPS, SoC, Ladezyklen, Fahrerprofile – integrierbar in Flotten-Software, mit DSGVO-Mindset statt Wildwest-Tracking.
- Regeln & Grenzen: L6e heißt kein Autobahn, 45 km/h Limit, reduzierte Sicherheitsausstattung – City only, alles andere ist Wunschdenken.
- Marketinghebel: rollende DOOH-Fläche, QR-Codes, hyperlokale Kampagnen, Lead-Gen on wheels – KPI-getrieben statt “Look at me”.
- Setup-Guide: von Finanzierung über Versicherung bis Ladeinfrastruktur und Winterkit – so implementierst du den Citroën Ami ohne Reibungsverluste.

Der Citroën Ami ist der Anti-Mythos zum “E-Auto braucht 400 km Reichweite”-Mantra. Der Citroën Ami ist gebaut für reale Wege, nicht für PowerPoint-Fantasien. Der Citroën Ami liefert die smarte Mobilität, die Städte tatsächlich vertragen, statt neuem Stau mit anderer Antriebsart. Wer den Citroën Ami als “Spielzeug” abtut, hat weder Stadtlogik, TCO noch Systemeffizienz verstanden. Du willst Zahlen, harte Technik, saubere Integration? Lies weiter. Der Citroën Ami liefert Daten, Use Cases und Wirtschaftlichkeit – wenn du weißt, wie man ihn richtig implementiert.

Citroën Ami im Überblick: Spezifikationen, Reichweite,

L6e-Fakten

Der Citroën Ami fällt in die EU-Kategorie L6e, also leichte vierrädrige Kraftfahrzeuge, im Volksmund auch Quadricycle. Das ist kein PR-Feintuning, das ist eine andere Homologationslogik mit klaren Konsequenzen. Maximal 45 km/h, begrenzte Fahrzeugmasse und eingeschränkte Sicherheitsanforderungen bedeuten: reiner Urbanist mit minimalem Ressourcenbedarf. Unter der Haube arbeitet ein 6 kW Elektromotor, gespeist aus einem Lithium-Ionen-Akku mit rund 5,5 kWh nominaler Kapazität. Realistisch sind 60 bis 75 Kilometer Reichweite je nach Temperatur, Topografie, Beladung und Fahrprofil.

Das Laden ist brutal simpel: 230-Volt-Schuko, der integrierte Onboard-Charger zieht typischerweise mit 8–10 Ampere, was einer Leistung um 1,8–2,3 kW entspricht. Von leer auf voll liegt die Ladezeit etwa bei drei Stunden; Verluste durch das Lademanagement eingerechnet. Verbrauchsseitig bewegen wir uns praxisnah bei 8–10 kWh pro 100 Kilometer, womit der Citroën Ami deutlich effizienter unterwegs ist als viele E-Bikes mit Cargo-Aufbauten, wenn man transportierte Masse und Wetterschutz in die Gleichung packt. Die Fahrzeugabmessungen (ca. 2,41 m lang, 1,39 m breit) machen Parken zur Nebensache, der Wendekreis ist kompakt und passt zur City-Matrix.

Das Interieur ist zweckorientiert, nicht luxuriös. Zwei Sitze, simple Heizlösung, große Glasflächen, basale Ablagen – fertig. Kein unnötiges Infotainment, dafür oft eine Smartphone-Dock als UI-Ersatz, weil das Gerät, das du sowieso hast, als Head-Unit völlig ausreicht. Kein Overengineering, sondern gezielte Reduktion. Sicherheitsseitig gilt: L6e ist nicht PKW. Airbags, komplexe Assistenzsysteme oder Crashstrukturen der Kompaktklasse sind hier nicht vorgesehen. Wer das als Mangel liest, hat die rechtliche Kategorie nicht verstanden. Wer damit als City-Fahrzeug kalkuliert, plant korrekt.

Spannend sind die Lizenz- und Versicherungsaspekte. In vielen Ländern reicht die Führerscheinklasse AM, oft ab 15 oder 16 Jahren, was Nutzung und Zugang radikal erweitert. Versicherungstarife sind günstiger als bei Autos, steuerliche Vorteile hängen vom Land ab, und bei gewerblichem Einsatz punktet der Citroën Ami durch niedrige AfA und planbare Betriebskosten. Kurz: Der Citroën Ami ist kein kleineres Auto, sondern ein anderes Werkzeug. Wer ihn mit der PKW-Brille bewertet, schießt am Ziel vorbei.

Smarte Mobilität in der Stadt: Use Cases, UX und App-Ökosystem

Die Stärke des Citroën Ami liegt im urbanen Netzbetrieb, nicht im Sonntagsausflug. Mikrologistik, Serviceeinsätze, Campus-Mobilität, Hotel-Shuttle, Retail-Lieferung auf der letzten Meile, Studierendenverkehr –

überall dort, wo Wege kurz, Parkraum knapp und Taktzeiten hoch sind, skaliert der Citroën Ami. Keine Stellplatzhölle, kein öffentlicher HPC-Fuhrpark, keine Range-Paranoia. Stattdessen: minimaler Footprint, minimales Energie-Budget, maximale Verfügbarkeit. Die UX ist bewusst entkompliziert: Einsteigen, losfahren, laden – nicht mehr, nicht weniger.

App-seitig geht es um das, was Wert schafft: State of Charge (SoC), Reichweiten-Projektion, Standort, Ladevorgang, Fahrtenbuch und einfache Freigabe-Logik für wechselnde Nutzer. Viele Betreiber koppeln den Citroën Ami über Telematik-Boxen an ihre Flotten-Cloud. Dort landen dann GPS-Positionen, Ladezyklen, Nutzungsprofile und Statusdaten des Fahrzeugs in Echtzeit. Einfache Rest-API, Webhooks für Events wie "SoC unter 20%" oder "Fahrzeug bewegt ohne Buchung" – fertig ist die erste sinnvolle Integrationsstufe.

Sharing ist der natürliche Multiplikator. Integriert man den Citroën Ami in vorhandene Plattformen – von Free2Move bis hin zu lokalen White-Label-Lösungen – entsteht aus dem Einzelgerät ein skalierter Service. Reservierung, Öffnung per App, Ride-End-Definition, Abrechnung pro Minute oder Kilometer laufen über die Plattformlogik, die das Fahrzeug abstrahiert. Wichtig ist dabei die Operational Excellence: Reinigung, Zwischenladen, Kleinstwartungen, Reifencheck. Das digitale Produkt ist nur gut, wenn die physische Exekution mithält.

Eine smarte Stadt braucht keine 500 PS, sondern dichte, wartungsarme, energieeffiziente Assets. Der Citroën Ami ist genau das: ein Asset. Wo E-Scooter an Weather-Downtime und Vandalismus leiden und Lieferwagen im Parkverbot stehen, liefert der Citroën Ami die goldene Mitte. Geschützt, stabil, klein, elektrisch, billig im Betrieb. Und weil er polarisiert, liefert er gratis Aufmerksamkeit – die man mit der richtigen Kampagnenmechanik in messbare Performance dreht.

Kosten, TCO und ROI: Was der Citroën Ami pro Kilometer wirklich kostet

TCO ist kein Buzzword, TCO ist der einzige ehrliche Benchmark. Starten wir mit Energie: Bei 8–10 kWh/100 km und 0,30–0,45 Euro pro kWh landest du bei 2,40–4,50 Euro je 100 km reine Stromkosten. Das ist die Größenordnung eines gut geölten City-Fahrradverleihs – nur mit Dach, zwei Sitzen und Transportvolumen. Wartung ist schlank: keine Ölwechsel, kaum komplexe Nebenaggregate, wenig Verschleiß außerhalb von Reifen und Bremsen. Der Akku ist klein, Zyklen sind moderat, und wer 50–80% SoC als Betriebsfenster einhält, maximiert Lebensdauer und minimiert Degradation.

Die Anschaffungskosten bewegen sich je nach Markt, Ausstattung und Konditionen in einer Region deutlich unterhalb klassischer E-PKWs, oft klar unter 10.000 Euro. Für gewerbliche Nutzer sind Leasing- oder Abo-Modelle interessant, weil sie Cashflow planbar machen und Restwertrisiken auslagern.

Die Versicherung ist günstiger als bei Autos, die Kfz-Steuer fällt oft weg oder ist marginal. Summa summarum liegt der Kilometerpreis unter dem eines Kleinwagens und in vielen Fällen auch unter dem eines großvolumigen E-Cargobikes, sobald man Personalzeit, Wetterpuffer und Standzeiten einpreist.

ROI-Logik ist simpel, wenn Use Case und Auslastung stimmen. Wer den Citroën Ami 5–7 Stunden am Tag in kurzen Touren mit minimalen Standzeiten betreibt, amortisiert schneller als jeder Sonntagsfahrer, der Reichweite romantisiert. Sharing-Anbieter und Unternehmen sollten den Break-even über Auslastung (Minuten/Kilometer pro Tag), Preisstruktur (Minutenpreis, Startgebühr, Paketpreise), Operating-Kosten (Cleaning, Umparken, Laden) und CAPEX-Degression (Amortisation 24–48 Monate) rechnen. Transparente Dashboards sind Pflicht, Bauchgefühl ist verboten.

Risiken gibt es natürlich. Vandalismus, Wintereffekte, kalte Akkus, Steigungen, falsche Ladeinfrastruktur und regulatorische Änderungen können die Rechnung verschieben. Wer aber Standardprozesse sauber aufsetzt – von SoC-Alerts über Nachtladerouten bis zur wöchentlichen Sichtprüfung – hält die Variabilität klein. Das Ergebnis: ein City-Fuhrpark mit niedriger Volatilität, der Kalkulation eher wie IT-Kosten wirken lässt als wie Automobil-Lotterie.

Flotten, Sharing und Plattform-Integration: API, Telematik und Datenbetrieb

Die Digitalisierung entscheidet über Skalierung. Ein Citroën Ami ohne Daten ist ein nettes Objekt; mit Daten ist er eine Flottenressource. Kern ist die Telematik: eine Onboard-Einheit mit LTE/5G, GPS, Gyro, optional CAN- oder OBD-Schnittstelle, die relevante Datenpunkte in Near-Real-Time an deine Plattform sendet. Standardmetriken sind SoC, Spannung, Temperatur, Fahrzustand, Odometer, Türstatus und Bewegungsereignisse. Alles, was operativ hilft, Ausfälle zu verhindern, Verfügbarkeit zu maximieren und Missbrauch zu minimieren, gehört auf die Leitung.

Auf Softwareseite brauchst du drei Layer. Erstens ein Device-Management, das Fahrzeuge provisioniert, Firmware-Updates verteilt und Sensorfehler erkennt. Zweitens eine Datenpipeline, die Events entgegennimmt, validiert, speichert und in verwertbare Streams verwandelt – Kafka, MQTT, Webhooks, such dir dein Gift. Drittens die Business-Logik: Pricing, Reservierung, Nutzungsrechte, Geofencing, Fines und Invoicing. DSGVO ist kein Kollateralschaden, sondern Designprinzip: Datenminimierung, Pseudonymisierung, Rechtsgrundlage, Aufbewahrungsfristen.

Für die Integration in bestehende Systeme – ERP, CRM, Field Service – liefern REST-APIs und standardisierte Webhooks die Brücke. Fleet Manager wollen Berichte, nicht Rohdaten: Auslastung pro Fahrzeug, Idle-Zeiten, Energie pro Auftrag, Downtime-Gründe. Marketing will UTM-Parameter aus QR-Scans auf dem

Fahrzeug, Operations will Heatmaps der Nutzung und Smart-Charging-Pläne. Der Citroën Ami ist die Hardware, dein Stack ist der Unterschied zwischen Spielzeug und Ertrag.

So rollst du eine kleine Flotte in wenigen Tagen aus, ohne als IT-Archäologe zu enden:

- Telematik wählen und montieren: zertifizierte Box mit GPS, LTE, IOs für Türkontakt und Zündung.
- Datenpipeline anlegen: Ingestion-Endpoint, Auth, Topics für Events (location.update, charge.state, trip.end).
- Business-Logik definieren: Tarife, Buchungsfenster, Geofences, Missbrauchsregeln, SLA für Response.
- Apps verknüpfen: Nutzer-Apps, Backoffice, Payment, Support-Workflows, Ticketing.
- KPIs setzen: Verfügbarkeit, SoC-Compliance, Cleaning-Cycles, Ticket-Durchlaufzeit, LTV pro Fahrzeug.

Laden ohne Drama: AC-Schuko, Lastmanagement und Infrastruktur-Design

Der Citroën Ami ist eine Liebeserklärung an die Steckdose. Kein HPC, kein CCS, kein Kabelsalat mit 400V-Architektur. Der Onboard-Charger ist genügsam, und genau das macht die Infrastruktur trivial. Was du brauchst, sind sichere Steckdosenkreise mit ausreichender Dauerlastfreigabe, idealerweise dedizierte Leitungen mit passendem Querschnitt, FI-Schutzschalter Typ A oder besser A-EV/Typ B bei gemischten Setups, und klare Ladeplätze. Wer Schuko dauerhaft mit 10 A belastet, muss Qualität verbauen – keine Baumarkt-Abenteuer.

In Mehrfamilienhäusern und Gewerbeobjekten ist Lastmanagement Pflicht. Selbst wenn der Citroën Ami wenig zieht, multiplizieren sich 20 Fahrzeuge schnell in Richtung Netzgrenze. Ein einfaches Lastmanagement verteilt Ampere-Reserven dynamisch, priorisiert Fahrzeuge nach SoC und Abfahrtszeiten und schützt vor Sicherungsorgien. Für Micro-Hubs reicht oft eine Handvoll dedizierter 16 A-Kreise mit Zeitschaltlogik oder smarter Steckdose. Skalierung entsteht durch System, nicht durch Kupfer.

Wallboxen sind beim Citroën Ami optional, aber organisatorisch oft sinnvoll. Sie bieten Authentifizierung, Messung und eine saubere Einbindung in Abrechnungsprozesse. In Unternehmen, die gemischte Flotten fahren, ist eine gemeinsame Backend-Lösung (OCPP) Gold wert. PV am Dach? Umso besser. Der kleine Akku frisst praktisch jede Mittagsspitze, senkt Netzbezug und macht Ladeplanung zur Gamefication für Facility Manager.

So setzt du eine robuste Mini-Infrastruktur auf, ohne die Elektromeisterprüfung nachzuholen:

- Leitungscheck: vorhandene Kreise prüfen, Dauerlast klären, separate Absicherung für Ladepunkte.
- Hardware-Qualität: Markensteckdosen, wetterfeste Dosen im Außenbereich, korrekte IP-Schutzart.
- Smarter Betrieb: Zeitschaltpläne, einfache Laststeuerung, SoC-basierte Priorisierung.
- Dokumentation: Zählung je Ladepunkt, Nutzerzuordnung, klare Richtlinien für Parken und Ladeknigge.
- Wartung: Sichtprüfung wöchentlich, thermische Checks monatlich, jährliche E-Inspektion.

Regulatorik, Sicherheit und Grenzen: Was der Citroën Ami nicht kann

Realität zuerst: L6e ist nicht M1. Der Citroën Ami darf nicht auf Autobahnen, Schnellstraßen und generell überall dort, wo 45 km/h ein Verkehrshindernis wären. Das ist kein Bug, das ist das Feature, das die Zielumgebung definiert. Für die City reicht die Geschwindigkeit völlig, in Ring- und Zubringerbereichen kann es zäh werden. Wer 20 Kilometer Landstraße pendeln will, wählt das falsche Werkzeug. Wer 3–8 Kilometer Urbanradien abdeckt, trifft den Sweet Spot.

Die Sicherheitsausstattung folgt der Kategorie: robuste Zelle, aber kein Airbag, keine Armada an Fahrassistenzsystemen, keine crashtestverwöhnten PKW-Standards. Das ist in Wohn- und Innenstädten, wo Tempo und Energie im Crashfall gering sind, akzeptabel. Auf Landstraßen mit 100 km/h Gegenverkehr ist es das Gegenteil. Winterbetrieb funktioniert, aber Physik bleibt Physik: Kälte reduziert Akkuleistung, Heizung kostet Reichweite, Reifenwahl entscheidet über Grip. Planung schlägt Hoffnung.

Rechtlich variiert der Führerscheinzugang. In vielen Ländern reicht Klasse AM, oft ab 15 oder 16 Jahren, andernorts gelten andere Schwellen. Versicherungen kalkulieren entsprechend, das setzt solide Kundenaufklärung voraus. Auch bei Parken und Laden gibt es Unterschiede: Schuko im öffentlichen Raum ist selten zulässig, Laternenparker brauchen dedizierte Lösungen oder Arbeitgeber-Infrastruktur. Wer glaubt, jede x-beliebige Steckdose sei Freiwild, verkalkuliert sich.

Die Grenzen sind keine Schwächen, wenn man sie einplant. Der Citroën Ami ist für dichte Städte gemacht. Wer das akzeptiert, bekommt ein Werkzeug mit hoher Systemeffizienz, das seine Arbeit Tag für Tag erledigt. Wer dagegen die Autobahnromantik vermisst, kauft das falsche Produkt. Klarheit ist hier keine Ideologie, sondern Risikomanagement.

Marketing und Positionierung: Wie Marken mit dem Citroën Ami Aufmerksamkeit kapern

Der Citroën Ami polarisiert visuell. Genau das ist für Marketer das Einfallstor. Ein auffälliges, würfeliges Fahrzeug mit großer Glasfläche ist eine rollende DOOH-Fläche, die in engen Straßen maximale Sichtbarkeit erzeugt. Wraps mit starken Kontrasten, QR-Codes, dynamische Kampagnen-Claims – der Citroën Ami wird zur Kampagnenplattform. Wer Tracking ernst nimmt, führt zu Landingpages mit UTM-Parametern, nutzt Deep Links in Apps und misst Conversions nicht nur im Dashboard, sondern in Kasse, Terminbuchung und Footfall.

Hyperlokal ist dabei die Währung, nicht Reichweite um jeden Preis. Geo-Targeting sorgt dafür, dass Fahrzeuge in Spots rotieren, wo die Zielgruppe tatsächlich ist: Campus, Einkaufsmeilen, Events, Knotenpunkte des ÖPNV. Kombiniert man das mit Social Ads, die exakt dort ausgespielt werden, entsteht ein Cross-Channel-Funnel mit niedrigen CPAs. Bonuspunkte gibt es, wenn der Citroën Ami Funktionen übernimmt: On-site Sampling-Station, Micro-Showroom, mobile Service-Unit.

Der Content ist ehrlich: keine Autobahn, kein 0–100 in 3 Sekunden, keine Überhöhung. Stattdessen Effizienz, Nachhaltigkeit, Smartness. Kampagnen, die den Citroën Ami als “bewusste Entscheidung” statt als “Notlösung” framen, performen besser. Insights aus Flotten-Heatmaps fließen in die Planung: Wenn Nutzungspeak zwischen 7–9 Uhr und 17–19 Uhr liegt, schaltet man in der Lunch-Zeit wechselnde Angebote. Wer Nutzerdaten in Silos verrotten lässt, verschenkt den größten Hebel.

So baust du einen sauberen Aktivierungsplan in fünf Schritten:

- Zielbild definieren: Leads, App-Installs, Store-Visits, Testdrives – klare KPI pro Fahrzeug.
- Branding sauber: Wrap, QR, Kurz-URL, Tracking-Setup, Consent-Mechanik.
- Geo-Plan: Hotspots, Zeitslots, Frequenz, Wetterlogik, Eventkalender.
- Content-Engine: Kurzvideo, UGC, lokale Creator, Live-Tracking-Teaser (“heute hier”).
- Attribution: UTM, Promo-Codes, POS-Fragen, MMM als Langzeit-Check.

Kaufberatung und Setup: So startest du richtig mit dem

Citroën Ami

Die Implementierung steht und fällt mit Klarheit. Erst definierst du Use Cases, dann kommt das Fahrzeug. Privat heißt das: tägliche Wege kartieren, Ladepunkte klären, Winterbedarf einkalkulieren, Versicherer anrufen. Gewerblich heißt das: Fahrtenbücher prüfen, Service-Routen clustern, Hub-Standorte festlegen, Verantwortlichkeiten vergeben. Erst wenn der Prozess steht, wird Hardware gekauft. Das spart Nerven und Geld.

Finanzierung ist kein Selbstzweck. Wer Cashflow schonen will, nimmt Leasing oder Abo. Wer steuerlich optimiert, rechnet AfA gegen Betriebskosten und nutzt eventuell lokale Förderprogramme für elektrische Leichtfahrzeuge. Versicherung klärt man sauber mit dem Hinweis auf die Fahrzeugklasse L6e, nicht mit PKW-Templates. Zubehör ist pragmatisch: Winterreifen, Gummimatten, Halterungen, eventuelle Zusatzbeleuchtung für Gewerbeeinsatz. Kleine Dinge, großer Effekt im Alltag.

Die digitale Seite ist Pflicht. Ein Telematik-Baustein liefert Sichtbarkeit, ein kleines Backend macht Prozesse planbar, eine Nutzer-App räumt die Orga aus dem Alltag. Für Unternehmen sind Schulungen Gold: Ladeetikette, Sicherheitsbasics, Checklisten für Übergaben. Wartungstakte sind kurz und simpel, aber regelmäßig. Wer jeden Montag 10 Minuten prüft, spart mittwochs eine Stunde.

Zum Abschluss die Kurzform als Checkliste, damit aus Begeisterung Betrieb wird:

- Use Case definieren: Wege, Zeiten, Nutzer, Ladeorte.
- Infrastruktur prüfen: Stromkreise, Parkplätze, Zugang.
- Finanzierung wählen: Kauf, Leasing, Abo – TCO vergleichen.
- Telematik integrieren: Datenpunkte, Plattform, Alerts.
- Betrieb organisieren: Reinigung, Wartung, Verantwortlichkeiten.
- Marketing aktivieren: Branding, Tracking, Hyperlokal-Plan.

Fazit: Der Citroën Ami ist ein System, kein Gimmick

Der Citroën Ami zeigt, wie smarte Mobilität wirklich aussieht: klein, elektrisch, datenfähig und brutal effizient im urbanen Raster. Er ist kein PKW-Ersatz, sondern ein präzises Tool, das Kosten senkt, Prozesse vereinfacht und Sichtbarkeit schafft. Wer die L6e-Logik akzeptiert, bekommt ein Stadtfahrzeug, das in Wirtschaftlichkeit und Alltagstauglichkeit weit über seiner Größe performt. Und wer Integration ernst nimmt, verwandelt den Citroën Ami von einem netten Objekt in einen verlässlichen Baustein des täglichen Betriebs.

Ob privat für den Pendel-Alltag, als Flottenfahrzeug im Sharing oder als rollende Kampagnenfläche: Der Citroën Ami liefert, wenn Strategie, Daten und

Infrastruktur stimmen. Er ist nicht die Antwort auf jede Frage, aber er ist die beste Antwort auf viele urbane Probleme, die sich mit großen Autos nie lösen lassen. Smart City beginnt nicht bei Sensoren auf Laternen, sondern bei der Wahl der richtigen Werkzeuge. Der Citroën Ami ist eines davon – vielleicht das unterschätzteste.