



Style

# Fossilien auf Rädern

**Die britische Sportwagenmarke Morgan fährt – subventioniert – ins Elektrozeitalter.**

FOTOS: AMPNET

WALTER WUTTKE

Glückwünsche vor dem Geburtstag sollen Unglück bringen, doch bei der britischen Sportwagenmanufaktur Morgan gingen die Uhren schon immer anders. Deshalb bringt Morgan jetzt Monate vor dem eigentlichen Termin die Jubiläumsmodelle zum 110-jährigen Bestehen der Marke auf den Markt.

Am 1. Mai 1909 stellte Firmengründer Harry Frederick Stanley Morgan sein erstes motorisiertes Dreirad vor, das von einem 7 PS starken Peugeot-Motor angetrieben wurde und das auf Anhieb erfolgreich war. Seitdem hat sich nur wenig geändert. Immerhin kam 1936 der Morgan 4/4 mit vier Rädern auf den Markt, der fast unverändert bis heute hergestellt wird. Produziert wird noch immer in Malvern Link, die Morgan-Familie hat noch immer – im Hintergrund – das Sagen und die Modelle wirken unverändert wie aus der Zeit gefallen.

## Rote Karte für alles Moderne

Offensichtlich liegen die Verantwortlichen in Malvern Link mit ihrer Modellpolitik richtig, denn in der Vergangenheit wurden die wenigen zaghaften Versuche, modernere Autos zu produzieren, von der Kundschaft mit einer roten Karte beantwortet. In den 1960er Jahren versuchte Morgan, dem Zeitgeist zu folgen, brachte ein Coupé auf den Markt und verschreckte damit die Kunden nachhaltig. Morgan und modernes Design? Am Ende gar eine Kunststoff-Karosserie? Mit einem «Nein, danke» reagierten die Fans der Marke und wandten sich wieder den rollenden Fossilien zu. Auch die Karriere der Coupé-Version des Supersportwagens Aero war bald wieder beendet. Alles blieb, wie es einmal war.



Roadster: Unter der Haube steckt ein 280 PS starker Sechszylinder-Motor von Ford.

Deshalb kann man absolut sicher sein, dass sich die Briten niemals dem Zeitgeist opfern und ein Sport Utility Vehicle (SUV) auf den Markt rollen lassen. Mit dieser Ausrichtung war die Firma über die Jahrzehnte erfolgreich. Während um Malvern Link herum die britische Automobilindustrie verschwand und Traditionsmarken wie Morris, Austin, Triumph und Sunbeam untergingen oder wie Jaguar und Land Rover ins Ausland verkauft werden mussten, bastelte man in den West Midlands unbeeindruckt weiter an den eigenen Modellen. Wie zu Zeiten des Kutschenbaus spielt dabei Eschenholz eine im wahrsten Wortsinn tragende Rolle. Die Pflege der Tradition macht sich offensichtlich bezahlt: Heute ist Morgan weltweit die älteste Automobilmarke im Familienbesitz.



Fahrgestell aus Eschenholz: Käufer stören sich nicht an der Bauweise – im Gegenteil.

Irgendwie erinnert die Firma inzwischen an das berühmte gallische Dorf: Die britische Automobilindustrie ist verschwunden. Wirklich? Nein, ein kleiner Stamm in Malvern Link hält weiter den Union Jack hoch. Dass die Produktionszahlen mit jährlich rund tausend Modellen sehr überschaubar sind, schmälert nicht den Erfolg, sondern höchstens die Spannung bei den Kunden. Lieferfristen von mehr als einem Jahr sind nicht ungewöhnlich – auch das akzeptiert der geduldige Morgan-Fan ohne Klagen. In der Schweiz wurden 2017 genau 17 Morgans neu immatrikuliert.





Morgan EV3: Das Elektroauto rollt mit staatlicher Unterstützung auf die Strasse.

**HIN UND WIEDER GEHT MORGAN FREMD: DANN WIRD  
EIN FORD-MOTOR EINGEBAUT.**

## Der Staat will Elektromobilität

Die traditionsbewussten Freunde der Marke Morgan müssen im kommenden Jahr und trotz Jubiläum ganz besonders tief schlucken, denn selbst in Malvern Link schlägt die Stunde der Elektromobilität. Ausgestattet mit staatlichen Subventionen und einer eigenen Investition von umgerechnet rund 7 Millionen Franken wird die Marke Hybrid- und Elektromodelle auf den Markt rollen lassen. Mit dieser Entwicklung «wollen wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich verringern und gleichzeitig den Benzinverbrauch senken», erklärt ein Morgan-Sprecher. Der elektrisch angetriebene 3 Wheeler wurde bereits auf dem Genfer Automobilsalon im Frühjahr vorgestellt. «Wir sind jetzt in der Lage, die besten Hybrid- und Elektroantriebe zu entwickeln, die noch vor Ende des Jahrzehnts in die Modelle integriert werden», erklärt Geschäftsführer Steve Morris. Mit Konsequenzen: «So werden wir neue Kunden in unseren wichtigsten Märkten gewinnen.»