

# Matthew Parkin

Interview



**Das Interview mit Matthew Parkin, MMC führte Achim Niemeyer (rechts im Bild und links Matthew) für die Morgan-Post**

Anlässlich der Centenary Aktivitäten hatte ich Gelegenheit, mit **Matthew Parkin, Marketing-Manager und Mitglied der Geschäftsleitung der MMC**, einige Gespräche zu führen, die sich einmal nicht um das nächste Modell oder zusätzliches Zubehör drehen sollten. Wir begannen unser Gespräch am völlig verregneten „Track Day“ in Castle Combe, wo uns schnell die Zeit davon lief: entweder musste er gerade wieder irgendetwas organisieren, oder ich hatte meinen Stint auf der Strecke. So haben wir den Rest des Gespräches nach Goodwood verlegt, wo wir uns

zum Revival nochmals trafen – in der dortigen „Morgan Service Station“, umgeben von zwei 4/4 Rahmen, die während des Revival langsam komplettiert wurden und neben dem Werks-Plus-4-Plus, der mitten in der vorbeiströmenden Menschenmenge vor der Werksatt stand, so als wäre er mal eben für einen kurzen Besuch dort abgestellt worden.

*Achim: Matthew, Sie sind nun seit 12 Jahren in der MMC – in der Zeit haben Sie vermutlich mehr Veränderungen erlebt als viele der Mitarbeiter über die letzten 30 Jahre gesehen haben?*

**Matthew:** In der Tat, und am besten hat das Charles Morgan mit den 30 Jahre-Zyklen beschrieben, in denen sich die MMC bewegt hat: in den ersten

30 Jahren hat man die Threewheeler gebaut – getrieben davon, einen preiswerten Untersatz für die ganze Familie zu haben. Zu der Zeit war Morgan der viertgrößte Autohersteller in England. Die nächsten 30 Jahre waren von den sportlichen 4/4 geprägt. Mit dem +4 hatten wir einen sehr wettbewerbsfähiges Auto und auch für uns galt die damalige Devise: „Win on Sunday, sell on Monday“

In den letzten 30 Jahren mussten wir uns mehr mit den Anpassungen an gesetzliche Vorschriften befassen, als neue Autos zu konstruieren. Wir wurden zum einen durch die sich viel schneller ändernden gesetzlichen Vorschriften mehr gefordert als je zuvor, auf der anderen Seite ist auch mit der Vorstellung des Aero 8 im Jahre 2000 wieder an neuen Entwicklungen und vielen Verbesserungen an der bestehenden Produktpalette gearbeitet worden.

*Achim: Die Automobilindustrie leidet wie nie zuvor, selbst grosse Hersteller kämpfen ums Überleben. Während andere Hersteller den grossen Automessen fernbleiben, feiert die MMC ein Jahr lang den 100sten Geburtstag. Wie läuft das Geschäft?*

**Matthew:** Bestens – so gut wie nie zuvor. In diesem Jahr werden wir wohl über 700 Fahrzeuge herstellen. Und trotz der enormen zusätzlichen Kosten für all die Centenary Aktivitäten wird am Ende wohl mehr übrig bleiben als in anderen Jahren.

*Achim: Man hatte zur Hundertjahrfeier auch den Eindruck, die MMC möchte das Geschäft zusätzlich mit dem Verkauf von Eintrittskarten für dem Besuch der Factory beleben...*

**Matthew:** (Lacht) Das ist notwendig, um wenigstens einen Teil der Kosten für die zusätzlichen Leistungen wie Vorführungen, die Führung selber und die extra eingerichtete Ausstellung zu decken. Aber es ist richtig, wir haben durchschnittlich 250 Besucher pro Woche (!) (nicht während des Centena-

ry, da waren es deutlich mehr) und das muss gemanagt werden. Hier haben wir – neben dem neuen Museum – auch zusätzliches Personal eingestellt. Diesen ganzen Aufwand kann man nicht gratis bekommen – und auch nicht einfach so abbuchen.

*Achim: Während der grössten Krise der Automobilindustrie verzeichnet die MMC ihren Rekordabsatz – wie ist das zu erklären?*

**Matthew:** Wir haben die richtigen Autos! Sicherlich hat die Öffentlichkeitsarbeit rund um das Centenary geholfen, einige Autos mehr zu verkaufen. Und ich bin froh, dass die 100 Jahrfeier zu dieser Zeit gekommen ist: mit dem Aeromax und dem Life-Car haben wir eine zusätzliche Aufmerksamkeit für unsere Kompetenz im Automobilbau bekommen.

Es ist auch eine andere Haltung in unserem Marketing eingezogen. Wir sind jetzt offensiver als in den Jahren davor – nicht in Sinne von klassischer Werbung, aber wir nutzen das Internet stark zur Kommunikation und bauen Veranstaltungen, wie zum Beispiel die 100-Jahr-Feier, anders aus, als man es früher vielleicht getan hätte: mehr Public Relations, mehr Promotions, insgesamt eine andere Art der Kommunikation als man das von Morgan gewöhnt war. Zu früheren Zeiten war das auch nicht nötig.

Ausserdem haben wir unseren Markt, einen Nischenmarkt, immer anders eingeschätzt als andere Hersteller wie z. B. Aston-Martin oder Bentley: ich glaube nicht mehr an eine Nische, wenn man von 8-10.000 Fahrzeugen pro Jahr redet. Wenn man solche Spitzen als Normalität ansieht, und sein Geschäft darauf ausrichtet, kann es schnell passieren, dass man plötzlich 70% seines Absatzes verliert. Wir denken, unser Markt sind 800, max. 1000 potentielle Kunden, die es pro Jahr zu bedienen gilt. In dieser Grössenord-

nung kann man sehr flexibel reagieren. Auf Spitzen ebenso, wie auf Zeiten, in denen es mal nicht so gut läuft.

*Achim: Wenn ich mir meine eigenen Erfahrungen mit Morgans der letzten 12 Jahre vor Augen halte, muss ich feststellen, dass die Qualität immer besser wurde. Worin liegt das Geheimnis?*

**Matthew:** Da gibt es eigentlich kein Geheimnis. Man kann viele Verbesserungen auch gar nicht sehen, wenn man durch die Fabrik läuft. Natürlich ist die Lackierhalle und die neue Aero-Halle auffällig, aber die Verbesserungen, die Charles vor etwa 12 Jahren im Management und der Organisation angestossen hat, haben einen sehr, sehr grossen Schritt in die heutige

## „Der Erfolg des 4/4 Sport überrascht mich nicht. Wer braucht heute mehr Sportwagen?“

Qualität und Produktivität bedeutet. Wir sind nun viel stärker im IT Bereich ausgerüstet, haben ein sehr effizientes Komponenten Management und ein ausgetüfteltes Garantie und Qualitätssystem: alle zwei Monate werden alle Meldungen von Kunden eingehend geprüft und fliessen bei Bedarf umgehend in die Produktion oder den Einkauf ein. Der Zukauf von Einzelteilen macht uns hierbei die grösste Sorge: viele Teile sind so speziell und in der geringen Stückzahl gar nicht in der Qualität zu bekommen, wie wir sie benötigen. Wenn wir dann Dinge ändern, und hochwertige Grossserien-Teile einsetzen, wird uns oft vorgehalten, dies aus Kostengründen zu tun. Aber es geht dabei wirklich nur um Qualität und Verfügbarkeit!

*Achim: Die MMC hat gerade den 125.000 £ Aero Sports präsentiert: das richtige Auto zur falschen Zeit?*

**Matthew:** Ich glaube nicht! Diese Klientel ist nicht so sehr von der Rezession betroffen, wie leider viele andere. Von den geplanten 175 haben wir mittlerweile die Hälfte verkauft – zusammen mit den zunehmenden Verkäufen der anderen Modelle müssen wir uns darauf einstellen, dass die Wartezeit wieder etwas ansteigen wird!

*Achim: Zurück zu unserem ersten Gespräch in Castle Combe über die Zukunft der „Traditionals“ und dem US-Geschäft: Wie sind die Aussichten?*

**Matthew:** Gar nicht so schlecht: die bestehenden europäischen Vorschriften zur Sicherheit werden wir wohl auch auf längere Sicht mit den Traditionals einhalten können. Hier macht uns mehr Sorge, dass alle Nachweise für die Emissions- und Verbrauchswerte nicht vom Motorenhersteller, sondern von uns erbracht werden müssen. Viele denken, man nehme einen Grosserien-Motor, dessen Zertifikate und schon kann man ein neues Auto zulassen. Dem ist leider nicht so. In der Regel dauert der ge-

samte Abnahmeprozess 15-18 Monate – und wenn sich dann 2 Jahre später die Vorschriften ändern, geht alles wieder von vorne los...Das bindet unsere Mitarbeiter und kostet zudem noch eine Stange Geld!

In den USA werden die Traditionals niemals mehr zugelassen werden – und wenn, müssten wir eine neue Fabrik bauen, so gewaltig ist dort die Nachfrage. Aber mit dem neuen Aero Sports haben wir den unglaublich anspruchsvollen US Sicherheitstest bestanden: Hier wird mit zwei gleichen Autos ein Auffahrunfall bei 80mls simuliert. Die Insassen müssen zwar einen solchen Unfall nicht überleben, aber aus den Wracks darf kein Tropfen Flüssigkeit austreten! Nach dem Versuchs-Unfall werden beide Fahrzeuge „auf den Kopf“ gelegt, und auch dann: Benzin, Wasser und Öl dürfen ihre vorgesehenen Behältnisse nicht verlassen.

Keine einfache Aufgabe für die Konstrukteure – sogar Range Rover musste die komplette Heckpartie neu konstruieren, um diesen Test zu bestehen.

*Achim: In Europa dagegen ist ja wohl der 4/4 Sports mittlerweile zum Bestseller avanciert. Eine Überraschung für den Marketing-Manager?*

**Matthew:** Absolut nicht – ich bin zwar kein Hellseher, habe diesen Erfolg aber erwartet. Oder, in einem Satz: Wer braucht heutzutage mehr Sportwagen als den 4/4 Sport? Es ist ein absolut fantastisches Auto und es macht einen Heidenspass, hiermit über die Landstrassen zu „jagen“ – und jagen wirklich in Anführungsstrichen: man muss nicht wirklich schnell fahren, um ein Fahrgefühl zu erleben, wie man es mit anderen Autos womöglich erst auf der Rennstrecke hat. Gleichzeitig braucht man weniger Benzin und produziert entsprechend weniger Abgase, als viele Autos der kleineren Mittelklasse – nicht umsonst rangiert der 4/4 Sport in einer wissenschaftlichen Studie auf Platz 3 der umweltfreundlichsten Fahrzeuge weltweit – noch vor dem so geschickt vermarktetem Prius. Viele Kunden scheinen das auch so zu sehen – unsere Bestellungen reichen bis weit in das nächste Jahr.

*Achim: Das ist das richtige Stichwort: am Comer See, in der „Villa d`Este“ wurde der „Life Car“ präsentiert. Wie ernst ist das Engagement in neue Technologien?*

**Matthew:** Das nehmen wir sehr, sehr Ernst. Und zwar nicht als Marketingmassnahme – hierbei hilft es uns natürlich auch – aber wir wollen einer der ersten Sportwagen-Hersteller sein, die diese Art neuer Technologien auf den Markt bringt. Hierbei setzen wir nicht auf die Elektro / Plug-in Technologien, die sind sicherlich das Richtige für reine Stadtwagen. Ein Sportwagen aber wird wohl kombinierte Hybrid-Technologien benötigen. Bei uns arbeitet ein sehr kompetentes

Team aller Entwicklungsbeteiligten sehr konsequent und ausschliesslich an einer entsprechenden Lösung – aber wir werden wohl noch etwa 3 Jahre warten müssen, bis wir hier ein akzeptables Fahrzeug präsentieren können.

*Achim: Angesichts all der Vielzahl von Neuerungen und den ja eher negativen Erfahrungen bei der Vorstellung des Aero (und auch des Roadsters): wieviel Veränderungen darf die MMC ihren Kunden zumuten?*

**Matthew:** Ja, hier haben wir in der Vergangenheit viel gelernt. Allerdings muss man dabei den Aero und den Roadster differenziert betrachten. Der Aero war für seine Vorstellung sicherlich ein Schritt zu weit in die Zukunft, oder, wenn man so will, etwas zu früh.

## „NO! Einen Traditional auf einem Aero-Chassis wird es nicht geben“

Mittlerweile hat sich dieser Typ eines Morgans aber etablieren können, was man auch daran sieht, wie der Aero Max und der Aero Super Sports von unseren Kunden angenommen werden. Aber es stimmt, es war eine lange und harte Zeit. Wir waren aber beharrlich und uns sicher, auf dem richtigen Weg zu sein. Der heutige Erfolg gibt uns nun recht. Wir stehen hier in Goodwood vor dem +4+, auch er war seiner Zeit zu weit voraus. Wer weiss, was aus ihm geworden wäre, wenn man seinerzeit die gleichen Möglichkeiten gehabt hätte, auch an diesem Modell festzuhalten?

Anders ist es mit dem Roadster. Hier waren wir gezwungen, mit dem Wegfall des Rover V8 einen anderen Motor zu verwenden – und einen passenden V8 gibt es eben nicht. Ausserdem ist festzuhalten, dass der grösste Teil der ablehnenden Kommentare aus Deutschland kam. Das ist auch nicht weiter

verwunderlich, gerade in Deutschland hat der +8 in den 70igern DAS Image eines Morgan geprägt, dort ist ja auch bis heute der grösste Anteil der 8er zugelassen. Es ist immer schwer, einer solchen Ikone einen gebührenden Nachfolger zu stellen – aber wir hatten einfach keine andere Wahl. Ähnlich wie beim Aero hat sich aber auch das gewandelt – wir produzieren mittlerweile so viele Roadster wie seinerzeit +8.

*Achim: Vom täglichen Geschäft hin zu den schöneren Dingen: Mit dem Aero Super Sports ist man einer der führenden Fahrzeuge in der FIA GT 3 Meisterschaft. Wie sind die weiteren Pläne für den Motorsport?*

**Matthew:** Nun, als MMC werden wir uns weiterhin in der FIA GT3 engagieren, dies ist für uns auch ein wichtiges Marketinginstrument, um unsere Marke zu unterstützen. Darüber hinaus werden wir weiterhin unsere Kunden mit speziellen Paketen bedienen, mit denen sie ihre Autos „rennfertig“ machen können. Für den Roadster z. B. ist in Kürze die Vorstellung eines Kompressor-Modells vorgesehen und auch für den 4/4 Sport gibt es weitere „track packs“. Neben der FIA GT3 haben wir keine Werkseinsätze geplant.

*Achim: Beim letzten Rennen in Estoril wurden beide Wagen mit 10sec Zeitstrafe belegt, was war passiert?*

**Matthew:** Die FIA hat neue Geräuschlimite eingeführt und alle mussten ihre Auspuffanlagen anpassen. Neben der Geräuschmessung bei der technischen Abnahme, die auch wir bestanden haben, mussten in der Woche zuvor auch die entsprechenden Konstruktionsunterlagen eingereicht werden, was wir getan haben. Da aber am Eingangstag der Unterlagen gerade ein Feiertag war, wurden diese eben nicht bearbeitet – und als „zu spät eingereicht“ angesehen. In solchen Fällen sieht das Reglement eine Zeitstrafe vor.

*Achim: Viel Aufwand für einen „Trainingsausflug“ nach Portugal...*

**Matthew:** That`s racing! Aber um die Kosten dennoch einigermaßen und angemessen im Griff zu haben, sind wir im 1. Lauf nach dem Minimum von 3 Runden zurück in die Box gefahren und haben unsere Sachen gepackt. Trotzdem: Schade, die Punkte, die wir auch dort sicherlich hätten einfahren können, werden uns fehlen.

*Achim: Eine letzte Frage, auch wenn sie das grösste Geheimnis in Malvern betrifft: Wird es einen „Traditonal body“ auf dem Aero Chassis geben?*

**Matthew:** Definitiv: NO! Zum einen sehen wir derzeit -auch mittelfristig- überhaupt keine Gefahr, dass die aktuellen Traditionals in Europa nicht mehr zugelassen werden. Von daher besteht also auch kein Anlass, so etwas zu machen. Andererseits müsste für solch ein Auto die gesamte Heckpartie neu

konstruiert werden, und selbst dann sähe dieses Modell nicht mehr so aus, wie ein Morgan aussehen sollte. Wir konzentrieren uns lieber darauf, neben unserer 4/4 und Roadster Palette – die wir solange wie irgend möglich bauen wollen- neue und aufregende Sportwagen zu entwickeln, so wie jetzt den Aero Sports!

*Achim: Matthew, herzlichen Dank für das Gespräch!*