



«MG war schon immer eine emotionale Marke»

- **Carl Gotham, Director SAIC Design Advanced, im Interview.**
- **Der britische MG-Designer erklärt, wie das Design neuer Modelle im Design-Studio in London entsteht.**
- **Er gibt Einblicke in die Arbeit seines Design-Teams und einen Ausblick auf den neuen MGS5.**

Wallisellen – 13. Mai 2025 Carl Gotham ist seit 2009 Director SAIC Design Advanced in London und verantwortet damit auch das Design der Marke MG. Wir haben den Briten in Wallisellen beim Schweizer Importeur Astara getroffen und mit ihm über sich, MGs Geschichte und die Zukunft der Marke gesprochen.

Herr Gotham, wie kamen Sie dazu, Auto-Designer zu werden?

Ich bin um Lotus-Sportwagen herum aufgewachsen und so fiel meine Entscheidung ziemlich früh: Mein Vater war Ingenieur und arbeitete bei Lotus. Er brachte jeweils Magazine aus der Lotus-Bibliothek mit, die ich sehr faszinierend fand. Also versuchte ich als Kind, die Skizzen nachzuahmen und bekam schliesslich ein Praktikum im Lotus Design Studio. Schon nach dem ersten Tag wusste ich, dass ich genau das im Leben machen wollte. Ich war total fixiert darauf, diesen Traum zu verwirklichen und begann ein Studium an der Coventry University. Das war damals die einzige Universität in Grossbritannien, die einen Bachelor-Abschluss in Fahrzeugdesign anbot. Ich beendete mein Studium und schaffte den Sprung in die Auto-Industrie.

Wie entsteht heutzutage das Design eines Autos?

Die digitalen Werkzeuge haben den Designprozess innerhalb der letzten 15 Jahren stark beeinflusst. Der Kern unserer Arbeit ist aber immer noch das Skizzieren, Zeichnen und Modellieren von Hand. Dem folgen verschiedene Zwischenschritte auf dem Weg zum Endergebnis. Aus der Skizze entsteht erst eine fertige Illustration, dann ein digitales Modell. Wir Designer zeichnen also unsere Ideen und erstellen ein frühes Konzeptmodell. Schliesslich formen unsere Modellierer ein Ton-Modell in Originalgrösse. Das ist die intensivste Phase des Prozesses, die viel Abstimmung zwischen den Designern und den Modellierern benötigt. Das Modell wird dann bemalt und mit Details wie funktionierenden Scheinwerfern schliesslich zum Leben erweckt.

Wie lange dauert der Design-Prozess für ein neues Modell?

Typischerweise dauert es derzeit etwa zwei Jahre. Vor zehn Jahren waren es eher drei bis vier Jahre. Das Tempo hat sich also fast verdoppelt. Das ist ein Vorteil, weil wir schnell auf Veränderungen reagieren können. Es wird dadurch aber auch schwieriger, Dinge langfristig stabil zu halten. Aber die Welt verändert sich nun mal schnell.“



Was macht für Sie einen MG aus, wenn es um das Design geht?

MG entwickelt sich momentan stark. Wir sprechen von einer schnell wachsenden Marke mit einer hundertjährigen Geschichte. Was wir im Design vermitteln möchten, ist das Emotionale. Denn MG war schon immer eine emotionale Marke, mit einer grossen Fangemeinde weltweit. Die Marke strahlte schon immer Wärme aus und tut es auch heute noch. Trotz des Übergangs in eine technologisch getriebene Ära der Mobilität möchten wir, dass die Designsprache von MG emotional, weich, zugänglich, freundlich und offen bleibt.

Wie beeinflusst der Elektroantrieb das Design?

Wir wollen beim Design keine Kompromisse aufgrund der Technologie eingehen. Natürlich gibt es praktische und technische Einschränkungen. Bestimmte Dinge sind mit einem EV-Antriebsstrang möglich, mit einem Verbrenner nicht. Aber ich denke, in Zukunft wird es optisch immer weniger Unterschiede zwischen den Antriebsarten geben.

Arbeiten Sie mit Designelementen klassischer MG-Modelle?

Ein spannendes Thema. Besonders wenn man sich die im Moment stattfindende weltweite Verschiebung ansieht: Es gibt neue Märkte und neue Marken, die sich neu definieren. Für MG ist die Geschichte der Marke besonders dort wichtig, wo wir in Märkte kommen, in denen wir lange Zeit nicht präsent waren. Wir möchten also wichtige Aspekte des alten MG-Geistes bewahren, aber nicht in der Vergangenheit stecken bleiben.

Im Allgemeinen scheinen die modernen MG-Modelle aus ihrem Team nicht in Richtung «Retro-Design» zu gehen. Warum?

Im Moment stellen wir eine Marke neu auf, die lange Zeit nicht sehr sichtbar war. Wir müssen den nostalgischen Aspekt der Marke sorgfältig behandeln. In Zukunft werden wir vielleicht Möglichkeiten sehen, das Heritage-Element stärker zu betonen, aber im Moment geht es um Fortschritt.

Das Design von Autos hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Wo sehen Sie die nächsten Trends?

Trends kommen und gehen, wobei dies in immer schnellerem Tempo geschieht. In Europa sehen wir noch nicht die volle Wirkung des EV-Trends, der in China sehr sichtbar ist. Ich finde, wir sollten uns nicht zu sehr auf Trends konzentrieren, sondern sie beobachten, ohne darauf angewiesen sein. Viele Marken besinnen sich zurück auf ihr Erbe und ihre Geschichte. Es geht darum, was die Marke bedeutet und was die Kunden in ihr sehen. Dadurch wird Vertrauen aufgebaut. Für MG ist das gut, weil wir grossartige Geschichten und fortschrittliche Technologie haben. Wir sind flexibel und agil, um uns weiterzuentwickeln.



Apropos weiterentwickeln: Mit dem MGS5 rollt bald das nächste Werk ihres Teams auf die Schweizer Strassen. Was erwartet uns?

Der MGS5 ist ein brandneues, vollelektrisches Kompakt-SUV. Es basiert auf der gleichen Plattform wie der MG4. Der MGS5 ist etwas hochwertiger positioniert als der MG4, besonders im Innenraum. Er ist ein wichtiges Auto für uns, weil es in einem sehr beliebten Marktsegment antritt. Das Gesamtkonzept ist etwas reifer und weicher als beim MG4. Der MGS5 fühlt sich etwas mehr mit dem britischen Erbe verbunden. Es ist ein schönes, markantes Auto mit einem Split-Headlamp-Design, das für einen eindrucksvollen Auftritt sorgt.

Zur Person

Carl Gotham ist ein führender Automobildesigner mit über 25 Jahren Erfahrung im Fahrzeugdesign und Absolvent der Coventry University in Grossbritannien. Er hat für zahlreiche Marken im Mobilitätsbereich gearbeitet – darunter in der Automobil-, Nutzfahrzeug-, Motorrad- und Luftfahrtindustrie sowie im Bereich Computerspiel-design. Heute ist er Advanced Design Director bei SAIC MOTOR und leitet ein internationales Team kreativer Designer im SAIC DESIGN ADVANCED Studio im Zentrum Londons.

Während seiner Zeit bei SAIC hatte Carl verschiedene Rollen inne – unter anderem als Interieur- und Exterieurdesigner, Designmanager, Studioleiter sowie als Leiter der Bereiche Advanced und Innovation Design für zahlreiche Serien- und Konzeptfahrzeuge.

Zu seinen wichtigsten Erfolgen bei SAIC zählen der MG Cyberster, ein mehrfach preisgekrönter, zweisitziger, offener, vollelektrischer Sportwagen, sowie der MG4, der MG HS und das Konzeptfahrzeug MG EXE181. Er arbeitet weiterhin eng mit dem SAIC Design Team zusammen – unter anderem mit dem Chief Design Officer Shao JingFeng und dem neu ernannten VP of Design, Jozef Kaban.

Als regelmässiger Juror und anerkannter Kollege in der globalen Automobilbranche ist Carl bekannt für seine nahbare Art, seine leidenschaftliche Haltung und seine strategische Führungsstärke. Sein Ziel ist es, sein kreatives Team kontinuierlich dazu zu motivieren, neue Ideen für die Zukunft des Automobildesigns zu entwickeln und umzusetzen.



Kontakt:

Lucas Alvarez

Public Relations Manager

Astara Central Europe - Switzerland

Astara Mobility Switzerland AG

Richtiplatz 5

CH – 8304 Wallisellen

M +41 79 550 65 46

T +41 44 816 43 50

Über MG

MG wurde 1924 in Grossbritannien gegründet und steht seit jeher für bezahlbare Mobilität mit sportlichem Charakter. Die Marke blickt auf eine traditionsreiche Geschichte im Automobilbau zurück – insbesondere mit ihren ikonischen Roadstern, die MG weltweit bekannt gemacht haben. Heute verbindet MG diese Heritage mit innovativer Technologie und einem klaren Fokus auf Elektromobilität.

In der Schweiz ist MG seit März 2025 offiziell durch den Importeur Astara vertreten. Die Marke bietet eine moderne Modellpalette, die auf Effizienz, Sicherheit und Konnektivität ausgerichtet ist. Dabei gibt sich MG technologieoffen: Das Antriebsportfolio umfasst reine Verbrenner, Hybride und Plug-in-Hybride, sowie rein elektrische Lösungen. MG Motor Switzerland verfolgt das Ziel, nachhaltige Mobilität für alle zugänglich zu machen – mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und umfassenden Serviceleistungen.



Powered by Astara – The Open Mobility Company

Astara ist der offizielle Importeur für MG in der Schweiz.

Astara versteht sich als innovatives Mobilitätsunternehmen, das den Menschen in den Vordergrund stellt und das sich der Nachhaltigkeit verpflichtet.

Mit einem Umsatz von über 5 Milliarden Euro im Jahr 2024 bietet Astara individuelle Mobilitätslösungen an, die auf die verschiedenen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ausgelegt sind, genauso wie auf die unterschiedlichen Voraussetzungen der jeweiligen Märkte. Dies beinhaltet alle Optionen, vom Kauf des Fahrzeugs bis zum Auto-Abo. Ein modernes Mobilitäts-Ökosystem baut auf der Astara-Plattform und einem intelligenten Datenmanagement auf.

Möglich ist all dies dank dem diversifizierten und multikulturellen Team von Astara, das 3'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus fast 50 Nationen vereint. Zurzeit ist Astara in 19 Ländern und auf 3 Kontinenten präsent, in Europa, Lateinamerika und Südostasien.

MOVE. IT'S YOUR RIGHT.

Weitere Informationen über Astara finden Sie unter: www.astara.com