

Gegenwind und Rückenwind für Tesla

Von Hans-Robert Richarz

Gute und schlechte News bestimmten die vergangenen Wochen für Tesla, Manufaktur hochpreisiger Elektroautos in Kalifornien. Die schlechten Nachrichten zuerst: Unternehmens-Chef und -Gründer Elon Musk musste sich im letzten Quartal des abgelaufenen Jahres mit einem nahezu zusammengebrochenen Absatz in China abfinden. Die großen Hoffnungen, mit denen der charismatische Multi-Milliardär und seine Kollegen das Geschäft im Reich der Mitte gestartet hatten, erwiesen sich als Luftnummer - trotz der dortigen neun aus dem Boden gestampften Niederlassungen in sechs Großstädten.

Zunächst waren die ersten Tesla-Fahrzeuge aufgrund großer Schwierigkeiten sowohl in der US-Produktion als auch beim Zoll mit erheblicher Verspätung eingetroffen. Dann machten sich frustrierte Tesla-Kunden lautstark Luft, in Beijing protestierte der offensichtlich besonders verärgerte Unternehmer Yu Xinquan auf landestypische Art wie das "Wall Street Journal China" zu berichten wusste: Weil er sich bis zur Lieferung seines Autos mit einem Vorführgewagen begnügen sollte, zertrümmerte der Millionär höchstpersönlich und öffentlichkeitswirksam vor laufenden Fernsehkameras die Frontscheibe des Autos. „China ist der einzige Ort in der Welt wo wir exzessive Lagerbestände haben“, musste Elon Musk daraufhin einräumen. Tesla schickte daher ein Drittel seiner chinesischen Beschäftigten nach Hause,

Anfang April blies dem Unternehmen zu allem Überfluss auch noch erheblicher Gegenwind aus heimischen Gefilden ins Gesicht. Im US-Bundesstaat West Virginia unterzeichnete Gouverneur Earl Ray Tomblin ein Gesetz, das Tesla de facto verbietet, seine Fahrzeuge im sogenannten "Mountain State" in den Appalachen zu verkaufen. So wie in mindestens fünf weiteren Staaten darf dort kein Autohersteller mehr - so wie es bei Tesla von Anfang an weltweit Gang und Gäbe ist - seine Fahrzeuge direkt an die Kundschaft verkaufen. Bei jedem Deal muss ein lizenzierter Zwischenhändler eingeschaltet sein.

Diese Vorschrift trifft Tesla in West Virginia hart. Nicht, weil in diesem Staat besonders viel zu holen wäre: Mit einem durchschnittlichen Haushaltseinkommen von 42 581 Dollar pro Jahr zählt er zu den fünf ärmsten der USA. Einen Tesla, der hier mindestens 70 000 Dollar kostet, können sich nur wenige leisten. Wesentlicher ist die mit seiner strategischen Lage verbundene Ansteckungsgefahr auf die Nachbarschaft, die Hauptstadt Washington und die reicheren Staaten Ohio, Pennsylvania, Virginia, Maryland und Kentucky. Weil in Texas, Arizona und Maryland Direktverkäufe ebenfalls auf der schwarzen Liste stehen, unterhält Tesla dort nur Schaufenster für seine Autos, um die Kundschaft auf den Geschmack zu bringen.

Die Unterschrift des Gouverneurs aus der Hauptstadt Charleston hat wegen der Begleitumstände das, was man in süddeutschen Landes mit „Gschmäcke“ bezeichnen würde. „Mein Job ist es, für Arbeitsplätze zu sorgen“, verkündete Earl Ray Tomblin lautstark, musste dann aber zugeben: „Zu meinem Freundeskreis zählt eine ganze Reihe von Autohändlern.“ Dass auch Bill Cole, Präsident des Senats von West Virginia, der allerdings beim Gesetz nicht mit abstimmt, selbst ebenfalls gleich mehrere Autohäuser besitzt, ließ er vorsichtshalber unerwähnt.

„In seiner Wahlkampagne hat sich Tomblin noch für die Grundsätze des freien Markts eingesetzt“, klagte Tesla-Vizepräsident Jim Chen. „Jetzt aber verhindert er Konkurrenz und schützt das Monopol der Autohändler.“ Die Bürger von West Virginia hätten das Recht zu wählen, wie und bei wem sie ihre Autos kaufen wollten. „Wir werden um den Zugang zu einem freien Markt kämpfen“, versprach Chen und verwies auf den US-Bundesstaat New Jersey, wo es ebenfalls ein Contra-Tesla-Gesetz gab, das aber jetzt nach erheblichen Protesten sowohl des Unternehmens als auch von Tesla-Fans aufgehoben wurde.

Und jetzt die gute Nachricht: Mit einem Aprilscherz katapultierte Tesla Anfang des Monats seinen Aktienkurs über Nacht in die Höhe. Das Unternehmen war plötzlich auf einen Schlag 125 Millionen Dollar mehr wert.

Zunächst hatte Elon Musk die Absatzzahlen des ersten Quartals 2015 verkündet: Statt wie geplant 9500 Autos brachte Tesla 10 030 Fahrzeuge an die Frau und den Mann, 55 Prozent mehr als im gleichen Quartal 2014. Insgesamt hofft der Chef in diesem Jahr 55 000 Elektrofahrzeuge weltweit los zu werden.

So weit, so wahr. Doch dann verbreitete seine Presseabteilung zum 1. April die Meldung, dass ein neues Modell namens "W" in Vorbereitung sei, schränkte aber umgehend ein, es handle sich nicht um ein Auto, sondern als Antwort auf Apple um eine Armbanduhr:

„Dieses unglaubliche Gerät von Tesla zeigt nicht nur die Zeit, sondern auch das Datum“, hieß es weiter. Das dazugehörige Foto zeigte eine Armbanduhr, aus der ein Big-Ben im Mini-Format ragte.

Den Nachrichtenagenturen Reuters und Bloomberg reichten die Begriffe „Model“ und „W“ für eine Eilmeldung, was prompt den Aktienmarkt in New York in Aufruhr versetzte. 400 000 Anteilscheine wechselten innerhalb kurzer Zeit den Besitzer. Inzwischen hat sich zwar der Hype gelegt, dass ein Aprilscherz die Ursache war, hat sich herumgesprochen. Doch der Kurs hat sich mittlerweile auf um die 200 Euro pro Aktie eingependelt. Namhafte New Yorker Analysten – zum Beispiel Ben Kallo von der Investment-Firma Robert W. Baird – glauben sogar, dass er demnächst bei 250 Euro liegen könnte.
(ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Tesla Model S.



Tesla Model S.

MODEL W



Tesla "Model W"



Governor Earl Ray Tomblin, West Virginia.



Tesla-Vice President James Chen.
