



## Musk's final countdown

Knap hoe Tesla met de modellen S, X en 3 het merk in korte tijd een eigen gezicht heeft gegeven. Ook knap hoe Tesla de distributie strak in eigen hand houdt, waardoor intra-brand concurrentie en kortingspiralen geen kans krijgen. De combinatie van premium brand, fraai design en een unieke propositie in een nichemarkt is meestal voldoende voor commercieel succes. Zeker als er geen concurrentie van betekenis is. Maar Tesla is volgens grootaandeelhouder Musk nog éven een investeringsproject met aantoonbaar perspectief op ongekend rendement. Verbluffend om te zien hoe deze man binnen 14 jaar Tesla als elektrisch merk op de kaart heeft gezet en daarmee de automobiellindustrie over de hele wereld gek maakt. Daarbij is de beurswaarde van Tesla al hoger dan die van Ford en bijna gelijk aan GM – dat vorig jaar 10 miljoen auto's produceerde tegen Tesla's 80 duizend...

Elektrisch rijden heeft de toekomst. Tesla neemt bovendien het voortouw met zelfrijdende auto's en werpt zich op als milieuvorvechter in een wereld waarin nationale overheden uit milieuoogpunt elektrisch rijden van harte ondersteunen. En in de rol van David tegen Goliath kan Tesla rekenen op de sympathie van het grote publiek. Allemaal omstandigheden waardoor dit merk de wind lekker in de rug had.

Maar wat in alle euforie vaak wordt vergeten, is dat Tesla tot op de dag van vandaag nog geen kwartje winst heeft gemaakt: Musk presenteert jaar-in jaar-uit torenhoge verliezen. De middelen om Model 3 in grote aantallen te bouwen, moesten bij gebrek aan eigen geld onlangs nog uit de markt worden gehaald. Ook hebben cruciale kopstukken op het gebied van technologie en research & development de onderneming in de laatste 12 maanden verlaten. De productiekennis is door overname van het Duitse Grohman voor de hoofdprijs ingekocht. En de productie moet nu binnen 7 maanden vertienvoudigen, van duizend naar tienduizend eenheden per week.

Premiummerken als Audi, BMW, Jaguar, Porsche en Volvo betreden nog vóór 2020 het elektrische autosegment. Daarmee krijgt Tesla voor het eerst serieuze concurrentie, want verwende prospects vinden topkwaliteit vanzelfsprekend. Of Tesla in de weinige tijd die nog resteert voor al deze uitdagingen passende oplossingen heeft? Het is niet langer de vraag óf Musk de handdoek in de ring werpt - alleen nog maar wanneer.

**ARJEN DE JONG**, VOORMALIG CEO BMW GROUP NEDERLAND,  
SENIOR ADVISOR BOYDEN GLOBAL EXECUTIVE SEARCH,  
ARJENWDEJONG@GMAIL.COM

31

De productiekennis is voor de hoofdprijs ingekocht.