

Es geht noch tiefer

Elektro-Marktführer Tesla reagiert auf die massiven Absatzprobleme in Deutschland und sorgt mit immer neuen Rabatten für Unruhe. Doch das Risiko dieser Preispolitik ist beträchtlich.

LENNART WERMKE
AUTOMOBILWOCHE, 22.7.2024

GRÜNHEIDE. Die Stimmung im neu eröffneten Techno-Club (siehe Seite 23) unter dem deutschen Tesla-Werk in Grünheide dürfte in diesen Tagen gedämpft sein. Nach jahrelangen Erfolgsmeldungen auf dem deutschen Markt kämpft der Elektroautopionier im ersten Halbjahr 2024 mit deutlich sinkenden Absatzzahlen. In der Bilanz des Kraftfahrt-Bundesamts liegt Tesla 41,6 Prozent unter dem Halbjahreswert von 2023.

Nur 21.249 Neufahrzeuge wurden in Deutschland in diesem Jahr bisher zugelassen. 16.662 Model Y, 4.194 Model 3 und nur geringe Stückzahlen der teureren und inzwischen veralteten Model S (213) und Model X (180). Die Reaktion des US-Unternehmens: Die im vergangenen Jahr mit einer Senkung des Listenpreises für das Model Y um 9000 Euro eingeleitete Rabattschlacht wird noch einmal forciert.

Umweltprämie eingeführt

Bereits im Juni brachte Tesla seine „Umweltprämie“ zu den Kunden, durch die vorkonfigurierte Lagerfahrzeuge des Model Y noch einmal um 6000 Euro rabattiert werden. Das volumenstarke Crossover-SUV ist damit in der Basisversion mit Hinterradantrieb ab 38.990 Euro zu haben. Als Wartezeit auf das neue Fahr-



Abgestellte Tesla-Modelle nahe dem Werk in Grünheide: Der Elektroautopionier kämpft gegen die Absatzkrise auf dem deutschen Markt.

zeug gibt Tesla auf seiner deutschen Website gerade einmal zwei Wochen an.

Der Grund: Noch im Mai standen Tausende unverkaufte Model Y auf dem Flugplatz Neuhardenberg in Märkisch-Oderland unweit der Tesla-Fabrik in Grünheide. Die Halde soll laut Tesla bald geschlossen werden.

Doch auch andere Modellvarianten sind günstig zu haben. Die mit einer größeren Batterie ausgestattete Long-Range-Version gibt es für rund 43.000 Euro, und selbst die leistungsstärkste Model-

Y-Performance-Variante kostet nur noch rund 54.000 Euro.

„Die Konkurrenz gibt mittlerweile Vollgas in der Elektromobilität, was sich deutlich im Markt zeigt. Teslas Vormacht- und Pionierstellung ist merklich zurückgegangen. Je mehr Elektrofahrzeuge auf den Markt drängen, desto härter wird das Umfeld für Tesla“, sagte Peter Nagel, Automobilexperte bei anp Management Consulting, der *Automobilwoche*. Auf das harte Umfeld reagieren die Tesla-Vertriebler mit anhaltenen Rabatten. Die ursprünglich

nur bis zum 30. Juni geplante „Umweltprämie“ in Deutschland wurde Anfang Juli „bis auf Weiteres“ verlängert.

Schmerzgrenze erreicht

Der Einstiegspreis von 38.990 Euro für ein Model Y in Grundausstattung wird also der neue Standard für Tesla-Kunden Nagel: „Es ist ein Tanz auf dem Drahtseil. Der Preis ist sicher nach wie vor ein attraktives Mittel, aber es gibt eben eine Schmerzgrenze. Es darf nicht der Eindruck entstehen,

dass die Fahrzeuge verramscht werden.“

Das große Risiko für den US-Hersteller: Bestandskunden werden verprellt, weil der Restwert ihres bereits gekauften Fahrzeugs stetig absinkt. Auch Vermieter haben sich bereits von Tesla-Beständen verabschiedet. Dieses Restwertisiko ist der Hauptgrund, warum sich europäische Hersteller bisher gegen einen Preiskampf mit Tesla sträuben. Ob Teslas Rabattschlacht Erfolg hat, zeigt sich spätestens bei den Vertriebszahlen Ende des Jahres.