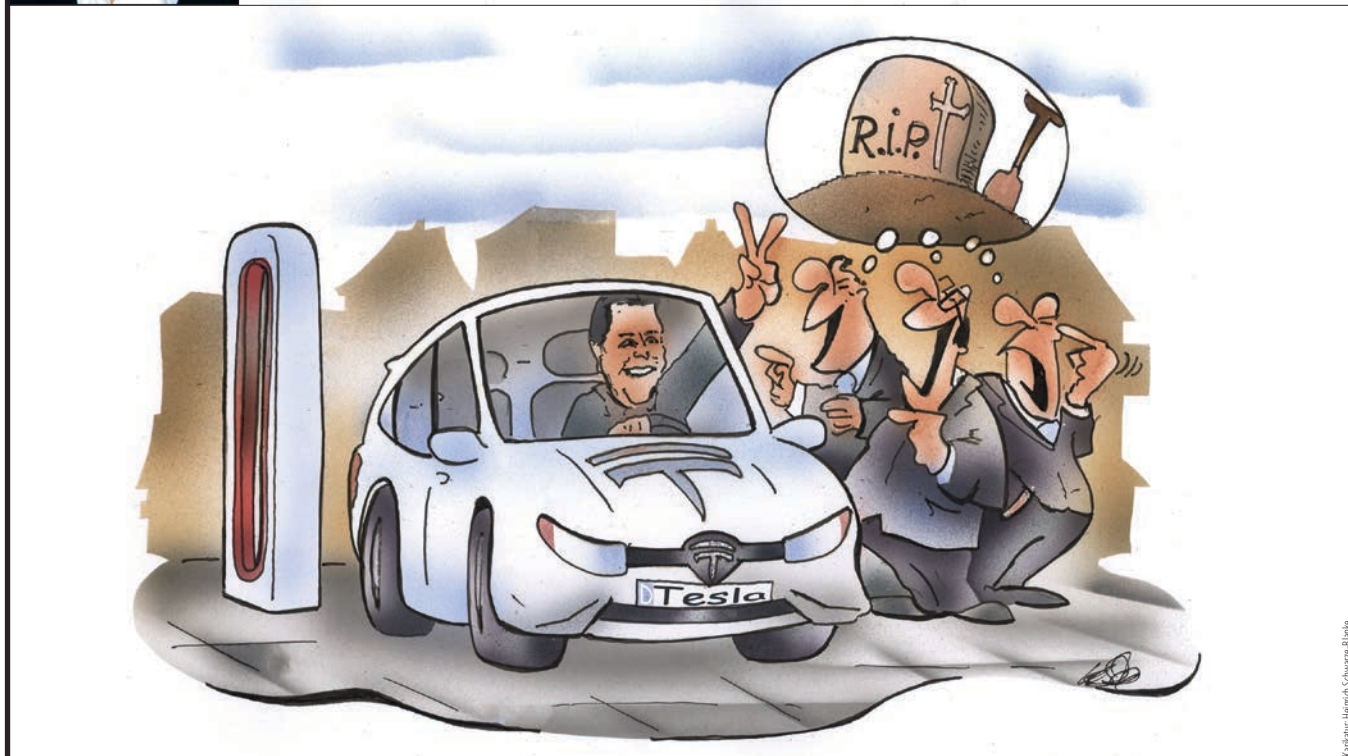




# Totgesagte leben länger

Dr. Lederers Management-Tipps



Konkard: Heintz/Schwarze-Blatte

Die Geschichte beginnt im Frühjahr 2003 in Palo Alto im Silicon Valley. Fünf Jahre später kam das weltweit erste vollelektrische Serienfahrzeug mit Lithium-Ionen-Akku auf den Markt, wenn auch in geringen Stückzahlen. Weitere vier Jahre später folgte eine Oberklassenlimousine und nochmals fünf Jahre darauf ein Mittelklassefahrzeug, beide vollelektrisch. Das sind die groben Eckpunkte und Sie ahnen es bereits: die Rede ist von Tesla. Dass die Entwicklung so verlaufen und gutgehen würde, war keineswegs vorhersehbar, schließlich mussten in bester Startup-Manier Finanzierungsrunden abgehalten und Investoren überzeugt werden.

Wer glaubte vor fast 20 Jahren an Elektroautos und deren Markterfolg? Offensichtlich nur Draufgänger oder Verrückte. Daher kam es auch, wie es kommen musste: Die etablierten Automobilhersteller winkten ab und belächelten den Newcomer. Wie konnte man auch auf die Idee

kommen, knapp 7.000 Laptopbatterien in einen Roadster zu stecken? Zudem schien ihnen die wirtschaftliche Entwicklung Recht zu geben: Statt zur Profitabilität führte der Weg mehrmals zum Beinahe-Konkurs. „Die Pleite ist unvermeidlich“, war daher von Automobilexperten einhellig zu hören. Fakt ist: Heute sieht der weltgrößte Autokonzern aus Niedersachsen in Tesla seinen bedeutendsten Wettbewerber, dem es nachzueifern gilt.

## Neues Denken

Doch was genau macht den Erfolg der Kalifornier aus? Worin unterscheiden sie sich so sehr von traditionellen OEMs, dass sie damit den Benchmark setzen? Im Kern ist es ein neues Denken, wofür die folgenden Facetten entscheidend sind.

• **Ökosystem statt Einzelprodukt:** Wie wichtig ein leistungsfähiges Ladenetzwerk für die Elektromobilität ist, wurde mittlerweile offensichtlich. Dieses zusammen mit den Autos an den Start zu bringen und damit ein Ökosystem zu

schaffen, das ein Haupthindernis in der Kundenakzeptanz beseitigt, ist klug.

• **Standard statt individuell:** Wie lang ist Teslas Aufpreisliste? Kaum der Rede wert. Die Vorteile liegen auf der Hand: Eine denkbar einfache und schnelle Konfiguration sowie eine sehr geringe Varianz, die massiv Kosten spart.

• **Digital statt analog:** Auf Basis einer geeigneten Architektur umfassend zu digitalisieren, ermöglicht Einfachheit, Automatisierung und hohe Effizienz. Beispiele sind OTA-Updates, die Fahrzeug-App und die Online-Buchung von Serviceterminen.

Bekannt und nachahmbar sind diese Prinzipien nun seit Jahren. Der davon ausgehende unternehmerische Nutzen ist direkt greifbar. Inwieweit sie Verbreitung gefunden haben, mögen Sie selbst beurteilen. Hilfreich wäre es. (av) ■

## Autor

**Dr. Dieter Lederer**

Veränderungsexperte, Unternehmer, Investor und Musiker.