



Elon Musk weiss, wie er Anleger glücklich macht. Hier 2022 an der Eröffnung der Tesla-Fabrik in Berlin Brandenburg. Foto: Patrick Pleul (Keystone)

# Elon Musk, Weltmeister der Ankündigungen

**E-Auto-Pionier in Abwärtsspirale** Der Tesla-Chef steht unter Druck. Um die Anleger bei Laune zu halten, setzt er auf ein bewährtes Rezept und macht grosse Versprechungen.

**Daniel Zwick**

Es war eine der peinlichsten Shows von Tesla-Chef Elon Musk: Er werde einen humanoiden Roboter auf den Markt bringen, schon im kommenden Jahr, versprach der Firmenchef 2021 auf dem «AI Day» von Tesla. Dann kam die «Innovation» auf die Bühne: ein Tänzer im schwarz-weißen Ganzkörperanzug. 45 Sekunden lang zappelte er zu Technomusik. Mehr Technologie war nicht zu sehen.

Inzwischen arbeiten Teslas Ingenieure tatsächlich an dem Roboter, Optimus genannt. Doch dessen Fähigkeiten sind noch sehr überschaubar. «Fake it till you make it» («Tu so als könntest du es, bis du es schaffst») – so lautet ein Leitspruch der Start-ups aus dem Silicon Valley. Teslas Roboter-Videos aus den vergangenen Jahren passen perfekt dazu.

In anderen Bereichen hat Elon Musk geliefert, das kann keiner bestreiten. Tesla baut das derzeit meistverkaufte Auto der Welt, den Tesla Model Y. Das Unternehmen ist in wenigen Jahren vom Start-up auf 140'000 Mitarbeiter weltweit gewachsen und hat fast die Verkaufszahlen des Konkurrenten Audi erreicht. Tesla hat die globale Autoindustrie völlig durcheinandergewirbelt.

Jetzt aber stehen die Amerikaner massiv unter Druck. Im ersten Quartal hat das Unternehmen zum ersten Mal seit 2020 weniger Autos verkauft, der Gewinn ist eingebrochen. Musk hat die Preise im vergangenen Jahr drastisch gesenkt, trotzdem schwächelt der Absatz weiter. Der Aktienkurs ist empfindlich gefallen. Nun soll ein Personalabbau um zehn Prozent die Kosten senken.

Ausserdem setzt Musk auf sein bewährtes Rezept und verspricht einen Innovationssprung. Sein nächstes grosses Ding: das Robotaxi. Allerdings folgten

Musks grossen Ankündigungen – gern mit dem Pathos des Weltenretters vorgetragen – meist Durststrecken, oft sogar sehr lange. Beim Cybertruck, dem Pick-up von Tesla, war es so, beim elektrischen LKW Semi, dem eigenen Supercomputer, den grösseren Wunderbatterien. Musk ist der Weltmeister, wenn es um grosse Ankündigungen geht. Das ist Teil seines Erfolgs.

## Nächste Innovation: Robotaxi

So wie der humanoide Roboter gilt das autonom fahrende Auto als Königsdisziplin der künstlichen Intelligenz (KI). Schon seit Jahren arbeitet Tesla daran, nun hat Musk für den 8. August eine Präsentation angekündigt. Bereits am Donnerstag enthüllte Tesla die dazugehörige App und verkündete den Namen des Robotaxis: CyberCab.

Der neueste Quartalsbericht des Konzerns liest sich wie eine Herleitung zur anstehenden Präsentation. Im Abschnitt zur neuen Version V12 des Fahrerassistenzsystems «Full Self Driving» (FSD) heisst es: «Dieses System wurde anhand von Daten aus einer Flotte von über einer Million Fahrzeugen trainiert und nutzt KI, um die Fahrzeugsteuerung (Lenkrad, Pedale, Blinker usw.) zu beeinflus-

sen, anstatt jedes Fahrverhalten fest zu programmieren. V12 markiert eine neue Ära auf dem Weg zur vollständigen Autonomie.»

Reicht das für ein Robotaxi? Nein, sagt ein hochrangiger Manager eines Zulieferers: «Tesla ist technisch nicht in der Lage, ein System zu bauen, das über einen Fahrerassistenz auf Level 2 hinausgeht.» Mit Level 2 sind nach der Definition der US-Ingenieursvereinigung SAE Assistenzsysteme gemeint, bei denen ein menschlicher Fahrer jederzeit die Kontrolle behalten muss.

Die Ankündigung von Musk sei «ein Hoax», also eine Ente, sagt der Industriensider. Weil Teslas «Full Self Driving» rein auf Kameras fusse, werde es keine Zulassungsbehörde der Welt für den Einsatz in einem Robotaxi genehmigen.

## Konkurrenz überholt Tesla

Neben diesem grundsätzlichen technischen Problem hat die Tesla-Story vom überlegenen Autopiloten noch einen weiteren Schönheitsfehler: Gleich mehrere Konkurrenten haben den Elektroautohersteller beim autonomen Fahren überholt. Mercedes-Benz und BMW besitzen Zulassungen für Assistenten, bei denen die Fahrer auf der Autobahn die Hände vom Steuer nehmen und beispielsweise Filme sehen können. Daneben gibt es die Google-Schwesterfirma Waymo und die Intel-Tochter Mobileye, die echte Robotaxis bereits auf der Strasse testen.

Dennoch bleibt Musk nichts anderes übrig, als den Hype um die KI-Fähigkeiten von Tesla zu befeuern. An der Börse wird KI mit Billionen bewertet, die Fantasie rund um intelligente Computer lockt Anleger und Anlegerinnen an und hält sie bei der Stange. Wäre Tesla dagegen nur eine reine Autofirma, so wie Volkswagen, dann liesse sich der Börsenwert von mehr als 450 Milliarden

Dollar nicht mehr rechtfertigen. Noch glauben Anleger an eine grosse Zukunft.

Am Kapitalmarkt ist Tesla mehr wert als die deutschen Autohersteller zusammen – auch weil es Musk immer wieder schafft, das Wesen der Firma neu zu interpretieren. Tesla ist für ihn und seine Fans eben kein Autohersteller, sondern eine Mission zur Rettung der Welt. Die Idee, mit E-Autos den Klimawandel zu bekämpfen, vertreten inzwischen allerdings auch andere Unternehmen. Also schwenkt Musk auf KI – mit dem Robotaxi und dem humanoiden Roboter als den prominentesten Anwendungsfällen.

Gerade die Roboter werden derzeit hoch gehandelt. Investoren gieren nach Beteiligungen in diesem Bereich – eigentlich gut für den Aktienkurs von Tesla. Nur lässt die Konkurrenz dem Elektro-Pionier nicht mehr so viel Vorsprung wie früher. Sowohl BMW als auch Mercedes kooperieren mit Start-ups, die humanoide Roboter an die Montagelinien in den Fabriken bringen sollen. Die Branchenanalysten von CB Insights schätzen den Tesla-Roboter zwar als weiter entwickelt ein als die meisten Konkurrenten – mit Ausnahme des unbestrittenen Technologieführers Boston Dynamics –, doch Zweifel daran sind angebracht.

Im Januar veröffentlichte Musk ein Video, in dem der Roboter ein T-Shirt zusammenlegte. Kurz danach musste er zugeben, dass Optimus so etwas «noch nicht autonom tun kann». Im Video wird die Maschine ferngesteuert. Künftig werde sie diese Aufgabe aber in zufälligen Umgebungen erledigen können, ohne Tisch mit vielen T-Shirts. Fake it till you make it.

## Bürohr

Der bekannte Zürcher Jelmoli schliesst bekanntlich Ende des Jahres. Das Warenhaus war der Besitzerin, der Swiss Prime Site unter Chef **René Zahnd**, nicht mehr profitabel genug. Damit geht eine über 100-jährige Geschichte zu Ende. Das weckt in manch einem nostalgische Gefühle. In einem eigens eingerichteten Webshop für das Inventar soll man sich deshalb ein «Stück Jelmoli nach Hause» holen können.



Der Shop ist in zwei Kategorien unterteilt: besondere Stücke, die versteigert werden, wie etwa eine Tischuhr von Patek Philippe mit einem Anfangsgebot von 8000 Franken. Andere können direkt gekauft werden. Wer wollte nicht schon immer ein altes Jelmoli-Werbeplakat aus dem Jahr 1935 für 240 Franken oder

einen Espressolöffel für 2 Franken – garantiert kam er im Jelmoli zum Einsatz. Das Inventar zeigt auch, dass man durchaus versuchte, auf die sich wandelnden Bedürfnisse der neuen Generation einzugehen: Das Buch «Gen Z: Für Entscheider:innen» findet sich unter den Produkten. Sogar mit Widmung von Autorin **Yaël Meier**. Wer will da nicht zugreifen?

Nach unliebsamen Nachrichten ist es ein beliebtes Mittel, auf die Medien einzudreschen. Dieser Versuchung ist diese Woche **Thomas Gubler** erlegen, der nach dem unfreiwilligen Abgang von **Raphael Gugerli** als Interimschef der Migros-Tochter Delica eingesetzt wurde. In einer internen Mitteilung schrieb er: «Letzte Woche stand die Delica kurzfristig im Fokus vieler Schweizer Medien - Raphaels Abgang und Coffee-B wurden debattiert, ohne dass die Medien bei der Migros-Industrie oder bei uns nachgefragt hätten.» Damit führt Gubler seine Angestellten in die Irre, denn Medienleute werden sowohl auf den Websites von Migros-Industrie und Delica angewiesen, ihre Fragen an den Migros-Genossenschaftsbund zu richten. Was mehrere Medien auch getan haben. Gubler würde sich besser darauf konzentrieren, an der Qualität zu arbeiten. Denn wie er in der Mitteilung an die Mitarbeitenden schreibt, gibt es zu viele Reklamationen. Da «müssen wir Gas geben, um wieder in den grünen Bereich zu kommen», lautet seine Ansage.

Erfolg ist relativ. Das muss sich auch Swiss-Steel-Präsident **Jens Alder** gedacht haben, als er in der «Finanz und Wirtschaft» lesen durfte, dass für die Stahlwerke Ascometa doch noch ein Käufer gefunden

worden, was ein Erfolg für Swiss Steel sei. Relativ ist der Erfolg darum, weil Alder vor einem Monat den Versuch, die Stahlwerke nach Italien zu verkaufen, entnervt aufgegeben und Ascometa in den Konkurs geschickt hat. Nun kauft der italienische Konkurrent Acciaierie

Venete die Werke aus der Konkursmasse, und Swiss Steel kriegt praktisch nichts. Zur Erinnerung, 2018 hat Swiss Steel die Werke für 300 Millionen Franken gekauft, und die sind jetzt definitiv verloren.

Als der Berner Wirtschaftspräsident **Peter V. Kunz** im letzten Sommer das erste Übersichtswerk zum Tierrecht der Schweiz veröffentlichte und dieser Redaktion dazu ein Interview gab, wurde Kritik laut: Kunz erwecke den Eindruck, dass er ein Rechtsgebiet beackere, das bisher brachlag. Dabei sei die

Stiftung Tier im Recht seit vielen Jahren auf diesem Gebiet tätig. Richtig ist, dass die Stiftung sich vor allem dem Tierschutzrecht widmet, während Kunz umfassend zu allen Rechtstiteln, die Tiere anbelangen, forsch, lehrt und schreibt. Wie auch immer: Spannungen zwischen den beiden Parteien gibt es keine. Denn nun hat Kunz im «Beobachter»-Verlag ein Buch «Tierrecht» als Ratgeber geschrieben, das sich an juristische Laien wendet. Es erscheint am 31. Mai. Als Mitherausgeberin tritt dabei die Stiftung Tier im Recht auf. Um es tierisch zu sagen: Die Stiftung tut das allen Unkenrufen zum Trotz.



## Tesla auf Talfahrt

Aktienkurs in US-Dollar



Grafik: can / Quelle: Google Finance