

Tesla-Fahrer mit Scham : Wie Elon Musk Geschäfte gefährdet!

Grafikdesigner Patrik Schneider nutzt Elon Musks Tweets, um Verkaufsprognosen für seine Anti-Elon-Sticker zu treffen und reflektiert die Tesla-Scham unter Fahrern.



Der Aufstieg und Fall von Tesla in Deutschland verläuft steiler als die Fahrbahn eines Elektroautos! Die Verkaufszahlen des Herstellers sind dramatisch gefallen, und das hat viel mit dem Verhalten von Elon Musk zu tun. Grafikdesigner Patrik Schneider aus Pforzheim hat die kurvenreiche Entwicklung hautnah erlebt. Er bemerkt, dass seine Anti-Elon-Sticker boomende Verkaufszahlen verzeichnen, kaum nachdem Musk sich in den deutschen Wahlkampf einmischt. „Wenn irgend so ein richtig dummer Take kommt, sehe ich, wie bei mir die Verkäufe hochgehen,“ sagt Schneider und verweist auf die Nachhaltigkeits-Bedenken vieler Tesla-Käufer, die sich schnell von Musk distanzieren wollen, nachdem er die AfD unterstützt, wie **rbb24** berichtet.

Diese Entwicklungen sind nicht verwunderlich, denn die Verkaufszahlen von Tesla sprechen eine deutliche Sprache: Die Neuzulassungen sind im Jahr 2024 auf nur 37.000 gesunken, im Vergleich zu 63.000 im Vorjahr. Die Konkurrenz schläft nicht – BMW übernimmt den zweiten Platz im Elektro-Segment mit 42.066 Neuzulassungen, während die gesamte Elektroautomarktzahl in Deutschland mit 380.609 Autos um fast 144.000 Einheiten im Jahr 2023 gefallen ist. Laut Markus Emmert vom Bundesverband E-Mobilität liegt der Rückgang teilweise an der reduzierten Förderung für Elektroautos sowie an einem vorsichtigen Kaufverhalten in der aktuellen Wirtschaftslage. Doch was steckt hinter Musks Kontroversen und der steigenden „Tesla-Scham“? **The Verge** beleuchtet, wie Musk durch seine politischen Äußerungen und sein Verhalten auf sozialen Medien die Wahrnehmung seiner Marke beeinflusst hat. Diese Auswirkung könnte entscheidend für die Kaufentscheidungen der Verbraucher sein.

Elon Musk wurde bereits als kontroverse Figur charakterisiert, die in der Unternehmensgeschichte von Tesla einen erheblichen Einfluss hatte. Abgesehen von seiner Anfänglichen Rolle als Investor, übernahm er schnell die Kontrolle und verdrängte Mitgründer wie Martin Eberhard. Diese strategischen Manöver könnten langsam auf Musks Markenimage zurückfallen, besonders in einem Markt wie Deutschland, wo Verbraucher zunehmend Wert auf eine ethisch vertretbare Kaufentscheidung legen. Für Patrik Schneider ist klar: „Sollte sich in dem Unternehmen nichts ändern, dann gibt es für mich keinen Tesla mehr.“ Trotz seiner Loyalität zu Tesla und der Begeisterung für das Model Y könnte Musk's politische Kontroverse seine Entscheidung nachhaltig verändern, während er sich selbst treu bleiben möchte.

Details	
Quellen	• www.rbb24.de • www.theverge.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de