

Buikpijn van Tesla



Column

Frans Debets, directeur Debetsbv

Het elektrisch rijden is voor de traditionele autobedrijven een lastige verandering. De romantiek van de mannen met benzine in hun bloed bevordert de omslag niet. Vroeger hadden zij een foto van een Ferrari boven hun bed. Moeten zij zich inzetten voor wat ze minachtend 'opgevoerde golfkarretjes' noemen?

Maar nu heeft de e-auto een held, Elon Musk, de drijvende kracht achter Tesla. In korte tijd creëerde hij een nieuw automerk en veroverde hij een plekje in het segment dat gedomineerd wordt door de oude topmerken. De eerste nieuwsgierige kopers meldden zich in 2012, maar ook in de volgende jaren bleven de kopers geïnteresseerd.

In 2015 werden er 50.000 verkocht, waarvan 1891 in Nederland. En ook dit jaar zijn er hier weer

kopers, in het eerste halfjaar werden ongeveer 800 Tesla's verkocht. Toch niet slecht voor een 'golfkar' van rond de 80.000 euro.

Het nieuwe model Tesla 3 wordt goedkoper en moet bereikbaar worden voor de massa. De productie is nog niet echt begonnen, maar de eerste 370.000 bestellingen zijn al binnen. Het plan van Musk is om over een paar jaar 500.000 auto's te verkopen.

Gaat Tesla dat redden? Een bijzonder aspect is dat het succesvolle Tesla nog steeds met verlies draait. Per auto wordt er ongeveer 4000 dollar toegelegd. Hoe lang kan een bedrijf dat volhouden? De aandeelhouders blijven geloven dat hun investering eens zal renderen, de beurskoers blijft redelijk op peil en voorlopig heeft Tesla nog geld genoeg om de verliezen op te vangen.

Tesla is niet alleen autofabrikant, maar wil ook de batterijen leveren. Om de markt voor batterijen te vergroten verkoopt Tesla nu de Powerwall, een batterij zo groot als een koelkast voor het opslaan van zelfgeproduceerde stroom. En nu heeft Tesla het zonnepanelenbedrijf SolarCity overgenomen. Hiermee lijkt een logische keten in één hand te komen. Zoals Apple destijds de computer en de telefoon cool en hip maakte, zo kan de Tesla-groep de elektrische auto en de zonnepanelen misschien ook cool en hip maken en een klantengroep binden die bereid is veel te betalen voor het coole product.

Eén aspect mag echter niet onderschat worden. De verkoop van elektrische auto's en zonnepanelen wordt vooral bepaald door het stimuleringsbeleid van de overheden. Naarmate de verkoop groeit zal het beroep op de overheidsmiddelen toenemen. Hoe lang kunnen en willen regeringen dit volhouden?

Nederland streeft naar 200.000 elektrische auto's in 2020. Dat lij-

Een bijzonder aspect is dat het succesvolle Tesla nog steeds met verlies draait

ken we makkelijk te halen, we zitten nu al op 100.000. Het doel van 2025 is een miljoen auto's, de grote sprong voorwaarts komt dus na 2020. De minister van Financiën heeft er nu al buikpijn van, want dat gaat een hoop geld kosten. Maar

de fiscale cadeautjes verminderen kan eigenlijk niet, want dan worden de elektrische auto's niet verkocht. Het effect van de fiscale versoeringen van dit jaar is inmiddels duidelijk, de verkoop liep sterk terug.

Uiteindelijk gaat het erom dat we minder CO2 uitstoten met het vervoer. Met eenvoudige maatregelen zouden we het autovervoer makkelijker kunnen terugdringen en schonner kunnen maken. Maar de meeste aandacht en geld gaan nu uit naar de nieuwe technieken.

Ondertussen rijden er nu al weer 120.000 auto's meer in Nederland dan vorig jaar en het aantal kilometers dat een auto per jaar rijdt, blijft hoog. Het benzine- en dieselvebruik stijgt weer. Het aantal auto's ouder dan 25 jaar daalt een beetje, maar het zijn er nog steeds bijna 300.000. Zijn de miljarden die we inmiddels spendeerden aan elektrisch vervoer slim besteed? Kunnen we niet beter inzetten op minder vervoer in plaats van ander vervoer? Tussen nu en 2025 mag u een antwoord verwachten.