TESLA

Gegen jede Wahrscheinlichkeit

Große Ideen verändern die Welt erst, wenn aus ihnen Wirklichkeit wird.

Brandon Ranuka

TESLA

Gegen jede Wahrscheinlichkeit

Wie Elon Musk die Autowelt herausfordert und das Unmögliche möglich macht

DCB

1. Auflage 2026
© 2026 Brandon Ranuka

DCB Verlag
TaunusTurm, Taunustor 1
60310 Frankfurt am Main, Deutschland
info@dcb-verlag.de · www.dcb-verlag.de

Druck: Libri Plureos GmbH
Friedensallee 273, 22763 Hamburg

ISBN 978-3-98674-306-2 (Paperback)
ISBN 978-3-98674-307-9 (E-Book)

Umschlagmotiv: KI-generierte künstlerische Illustration der Roadster-Vorführung; keine Dokumentarfotografie.

Redaktionsschluss: 18. Oktober 2026.
Unabhängige Veröffentlichung; kein offizielles Buch von Tesla oder Elon Musk.

Inhalt

1. Der Augenblick in der Luft 7

2. Der Außenseiter kommt nicht aus dem Nichts 15

3. Ein Sportwagen gegen ein Vorurteil 23

4. Ein Masterplan ist noch keine Fabrik 31

5. Das Model S verändert den Maßstab 39

6. Die Produktionshölle 47

7. Das Model 3 und die Macht der Stückzahl 55

8. Die Steckdose gehört zur Strategie 63

9. Software auf vier Rädern 69

10. Shanghai beschleunigt die Geschichte 75

11. Das Model Y wird zum Alltagsauto 81

12. Die Fabrik wird zum Produkt 87

13. Geld verdienen nach Jahren des Zweifels 93

14. Das Diesel-Desaster 101

15. Volkswagen zwischen Aufbruch und Softwarekrise 109

16. Mercedes und BMW: Können ohne klare Richtung? 115

17. China wartet auf niemanden 121

18. Grünheide wird zum Gegenbeweis 127

19. Der Cybertruck polarisiert 135

20. Semi und die schwere Aufgabe 141

21. Mehr als Autos: Teslas Energiesystem 147

22. Cybercab und Robotaxi 153

23. Optimus: KI mit Armen und Beinen 167

24. Musks Uhr und der Preis seiner Persönlichkeit 177

25. Zurück am Bogen 183

Zeittafel 189

Quellen und Anmerkungen 197

Weitere Bücher aus dem Verlag 205

KAPITEL 01

Der Augenblick in der Luft

Ein Auto verlässt die Straße. Normalerweise beginnt mit diesem Satz ein Unfallbericht. Hier beginnt damit eine Liebeserklärung an den Mut, etwas Unwahrscheinliches zu versuchen.

Am 15. Oktober 2026, auf dem SpaceX-Testgelände im texanischen McGregor, zeigt Tesla einen neuen Roadster. Ein weißer, kantiger Sportwagen fährt an einer gewaltigen gekrümmten Rampe hinauf, gerät über Kopf und löst sich vom Bogen. Für einen kurzen Moment hat er keine Fahrbahn mehr unter den Rädern. Gebläse und Druckgasdüsen gehören zu der Technik, die Tesla bei der Vorführung erläutert. Der Wagen dreht sich in der Luft und kommt wieder auf den Boden. Es ist eine inszenierte Demonstration eines Prototyps. Es ist zugleich ein ziemlich eindrucksvoller Augenblick. [1]

Man kann vor diesem Bild stehen und sofort eine Liste von Einwänden beginnen. Wozu soll das gut sein? Wer braucht so etwas? Wie teuer wird es? Welche Behörde erlaubt es? Kann ein solcher Wagen überhaupt ein vernünftiges Verkehrsproblem lösen?

Die Fragen sind berechtigt. Keine davon nimmt diesem Moment seine eigentümliche Kraft.

Denn für den Bruchteil einer Sekunde ist die alte Reihenfolge außer Kraft. Erst wird etwas für unmöglich gehalten. Dann wird lange erklärt, weshalb es unmöglich bleiben wird. Schließlich macht jemand einen Teil davon möglich, und plötzlich handelt die Diskussion nur noch davon, ob es vernünftig gewesen sei, es zu versuchen.

Elon Musk kennt diese Reihenfolge. Seine Karriere besteht zu einem erheblichen Teil daraus, sie durcheinanderzubringen.

Ein Bild für eine ganze Geschichte

Tesla drang in eine Industrie ein, die sich über Jahrzehnte gegen neue Wettbewerber abgeschirmt hatte. Dabei veränderte das Unternehmen ein Produkt, das Millionen Menschen längst als technisch ausgereift empfanden. Ein Auto war ein Auto. Es brauchte einen Motor, einen Tank, eine Werkstatt und eine Marke mit Geschichte. Tesla stellte die Frage, ob diese Geschichte auch eine Fessel sein könnte.

Musk überschätzt Zeitpläne. Er macht Ankündigungen, deren Genauigkeit mit ihrer Lautstärke nicht immer mithält. Er kann Menschen begeistern und vor den Kopf stoßen, manchmal mit demselben Satz. Einige seiner Ideen werden Produkte, andere bleiben Versprechen, verändern ihre Gestalt oder verschwin-

den von der Tagesordnung. Gerade deshalb lohnt sich der Blick auf das, was wirklich entstanden ist.

Wir leben in einer Gegenwart, in der es leicht geworden ist, Gründe gegen einen Versuch aufzuzählen. Es gibt Ausschüsse für Risiken, Präsentationen über Hindernisse und kluge Sätze darüber, weshalb das Neue am Alten scheitern muss. All das kann notwendig sein. Aber es baut noch kein Auto. Es errichtet keine Fabrik und erzeugt keine einzige Batteriezelle.

Musk besitzt eine andere Begabung. Er kann aus einer Möglichkeit eine Zumutung machen: Wenn die Physik etwas nicht verbietet, warum behandeln wir es dann wie ein Naturgesetz, dass es nicht geschehen kann? Die Antwort darauf kostet häufig mehr Zeit, Geld und Nerven, als seine ersten Ankündigungen vermuten lassen. Doch manchmal steht am Ende eben tatsächlich ein Fahrzeug auf der Straße. Oder für einen kurzen Moment darüber.

Der neue Roadster eignet sich deshalb als Anfang dieser Geschichte. Er ist übertrieben, technisch ambitioniert und von jahrelangem Warten begleitet. Er ist ein Versprechen, das sichtbarer geworden ist, ohne schon in allen seinen Teilen eingelöst zu sein. An ihm lassen sich Begeisterung und Vorsicht gleichzeitig festhalten.

Zurück zu einem sehr irdischen Sportwagen

Fast zwei Jahrzehnte vor dem texanischen Bogen hatte Tesla ein bescheideneres Problem: Das erste Auto musste zuverlässig auf der Erde fahren.

Der ursprüngliche Roadster wurde im Juli 2006 als Prototyp vorgestellt. Die reguläre Produktion begann im März 2008. Schon diese beiden Daten erzählen etwas über das Unternehmen. Zwischen dem öffentlichen Bild eines Produkts und seiner Herstellung liegt eine Welt, in der sich Maschinen, Lieferanten, Geld und Geduld bewähren müssen. In seiner damaligen Mitteilung sprach Tesla von einem elektrischen Sportwagen mit einer Beschleunigung von null auf 60 Meilen pro Stunde in 3,9 Sekunden. Das war die Sprache des Begehrens. [2]

Der Wagen sollte keine rollende Entschuldigung sein. Kein Fahrzeug, das man aus Pflichtgefühl kaufte und anschließend seinen Freunden mit einer langen Rede über Verzicht erklären musste. Er sollte Spaß machen. Der elektrische Antrieb bekam eine andere Rolle: Er war der Grund für die Faszination.

Das war eine kulturelle Intervention in eine technische Branche. Wer die Bedeutung eines Autos nur in seinen Teilen sucht, übersieht den größeren Teil des Geschäfts. Menschen kaufen auch Vorstellungen von sich selbst. Freiheit. Erfolg. Unabhängigkeit. Abenteuer. Tesla bot eine neue Vorstellung an: Man konn-

te die Zukunft fahren und dabei ausgesprochen lebendig wirken.

Der erste Roadster war teuer und selten. Er bewies keine sofortige Wirtschaftlichkeit eines weltweiten Massenmarkts. Aber er verschob eine Grenze im Kopf. Aus dem elektrischen Fahrzeug, das man vielleicht irgendwann vernünftig finden könnte, wurde ein Fahrzeug, das man jetzt gern besitzen wollte.

Diese Verschiebung war kostbarer, als seine Stückzahl vermuten ließ.

Die eigentliche Unwahrscheinlichkeit

Ein Sportwagenhersteller kann eine Nische finden. Eine neue weltweit tätige Automarke aufzubauen, ist eine andere Aufgabe. Sie verlangt Fabriken, Kapital, Ersatzteile, Software, Vertrieb, Werkstätten, Genehmigungen, Logistik und einen langen Atem. Jeder Bereich kann das gesamte Vorhaben zu Fall bringen. Ein schönes Fahrzeug überbrückt keinen fehlenden Geldzufluss. Ein begeisterter Käufer ersetzt keine funktionierende Lieferkette.

Tesla musste darüber hinaus eine Gewohnheit ändern, die älter war als fast alle seine Mitarbeiter. Der Fahrer tankte seit Generationen an einer Tankstelle. Er musste nun lernen, Strom in seinen Alltag einzubauen. Der Käufer kannte den Händler mit Verkaufsraum und Werkstatt. Er sollte nun zunehmend direkt beim Hersteller bestellen. Das Auto veränderte sich

früher vor allem beim Wechsel einer Modellgeneration. Es sollte nun auch nach dem Kauf neue Funktionen erhalten.

Wer darin nur einen anderen Motor sah, hatte den Umfang des Angriffs unterschätzt.

Es wäre falsch, diesen Angriff als Werk eines einsamen Mannes zu erzählen. Tesla entstand 2003 durch Martin Eberhard und Marc Tarpenning. Musk kam 2004 als maßgeblicher Investor und Verwaltungsratsvorsitzender hinzu und übernahm 2008 die operative Führung. Ingenieure, Mitarbeiter, Kapitalgeber und Partner machten aus der Idee ein Unternehmen. Musks außergewöhnliche Rolle wird durch diese Tatsachen größer verständlich, nicht kleiner. Er musste Talente zusammenführen, Entscheidungen erzwingen und immer wieder Geld und Glauben für ein Vorhaben beschaffen, das beides rasch verbrauchte. [3]

Sein Beitrag lag nicht darin, die gesamte Geschichte vor seiner Ankunft auszulöschen. Er lag darin, aus einem unwahrscheinlichen Anfang eine Industriegeschichte zu machen.

Das Recht auf Begeisterung

Wer heute über Musk schreibt, bewegt sich schnell zwischen Fangemeinde und Anklagebank. Es scheint mitunter nur zwei Möglichkeiten zu geben: alles zu

feiern oder alles als Täuschung zu lesen. Beide Perspektiven verschenken das Interessanteste.

Musk übernimmt sich oft und findet erstaunlich häufig dennoch einen Weg, einen wesentlichen Teil seines Vorhabens zu verwirklichen. Dieses Vorgehen hat einen Preis: für Mitarbeiter, Kunden, Investoren und manchmal für ihn selbst. Ein erfolgreiches Ergebnis macht nicht jede Methode richtig. Ein misslungener Termin macht nicht jede Vision wertlos.

Die Geschichte von Tesla braucht beides. Den Blick nach oben, der den Bogen und das Auto in der Luft sieht. Und den Blick nach unten, auf den Hallenboden, auf dem die Produktionsprobleme gelöst werden müssen.

Wir werden deshalb durch Fabriken und Vorstandsetagen gehen, durch die Euphorie neuer Modelle und die Enge fast leerer Kassen. Wir werden den deutschen Herstellern begegnen, die technisch enorm viel konnten und dennoch zu oft die falschen Schlüsse zogen. Wir werden auch sehen, dass sie keine einheitliche Masse waren: Manche halfen Tesla, manche lernten von Tesla, manche unterschätzten Tesla. Dieselmanipulation, Softwareprobleme und verzögerte Investitionen sind unterschiedliche Geschichten. Gerade ihre Unterschiede machen die Bilanz aufschlussreich.

Der rote Faden bleibt ein Mann, der die Entfernung zwischen einem Wunsch und einer Werkhalle

ungewöhnlich ernst nimmt. Häufig setzt Musk den Termin zu früh. Manchmal setzt er das Ziel zu hoch. Aber er setzt etwas in Bewegung.

Der Roadster berührt wieder den Boden. Die schwierigste Frage beginnt nach der Landung: Was muss geschehen, damit aus diesem Bild ein Produkt wird?

Um die Antwort zu verstehen, müssen wir dorthin zurück, wo Tesla noch kein Symbol war. Zu einer kleinen Firma, einem teuren Sportwagen und einem Außenseiter, dessen Zuversicht damals weit größer war als seine Erfahrung im Autobau.