



EKONOMI

## Bilbranschen tar upp kampen med Tesla – tio år efter första modellens lansering

5 MARS 2020 **TEXT: LOUISE FAUELLE** FOTO: TT

Drygt tio år efter att Tesla lanserade sin första elbil försöker resten av bilbranschen hinna i kapp.

Under en ceremoni i Shanghai tar Elon Musk några tafatta danssteg på scenen. Glädjedansen får stor spridning, eftersom han själv senare lägger ut ett filmklipp på Twitter. Det är i början på året som storägaren och vd:n för den amerikanska elbilstillverkaren Tesla deltar vid ceremonin på den nya fabriken i Kina. Med dansen inleds också ett nytt kapitel för företaget: för första gången tillverkas Teslas senaste bilmodell i Kina och kan därmed alltså säljas på den stora och viktiga kinesiska marknaden.

På börsen tar även Teslas aktie rejäla glädjeskutt och en knapp månad senare, den 4 februari, rusar aktien med 36 procent på två dagar. Det senaste halvåret har Teslas aktiepris gått från drygt 200 dollar till närmare 800 dollar (14/2). Det innebär ett börsvärde som med råge övertrumfar de

anrika fordonsjättarna Volkswagen, Daimler och Ford, trots att dessa har en omsättning och försäljning som är uppemot tiofalt större än Teslas. Förutom etableringen i Kina förklaras aktierusningen med att Tesla i höstas redovisade vinst för första gången någonsin. I sin senaste kvartalsrapport summerar bolagets ledning att 2019 var en »väändpunkt«.

– Efter att genom åren ha haft problem med produktionen och med att få ut sina bilar på marknaden fick de under tredje och fjärde kvartalet förra året i gång volymen. Från att Tesla har haft mycket fokus på sin teknologi, visar de nu att de även tjänar pengar och växer, säger Hampus Engellau, fordonsanalytiker på Handelsbanken.

**En annan förklaring till att Tesla** har en haussad värdering på börsen jämfört med traditionella bilföretag är just att det inte är ett klassiskt bilföretag. Medan bilindustrin generellt sett är lågt värderad på börsen – delvis på grund av höjda krav på minskade koldioxidutsläpp, vilket har lett till skenande forskningskostnader för att få fram elbilar och hybrider – värderas Tesla mer som ett techbolag.

Martin Sköld, docent vid Handelshögskolan i Stockholm, beskriver Tesla som en mix: dels ett varumärkesbetonat livsstilsbolag, likt amerikanska techjätten Apple dels som ett företag som tillverkar batterier och utvecklar AI-teknologi för självkörande fordon; dels som en tillverkare av personbilar. – De sticker ut i en gammal bilbransch och det är det som har gjort att de har fått blickarna på sig. Men om man tittar på deras bilproduktion motiverar den inte hysterin på börsen. Ordet hajp ligger nära till hands, säger Martin Sköld.

**Trots att Tesla är en** jämförelsevis liten aktör på bilmarknaden (de levererade knappt 370 000 bilar under 2019) har de skapat sig ett starkt varumärke som har blivit närmast synonymt med elbilar. En anledning till detta är att de var pionjärer på området. 2008 lanserade det då relativt nystartade företaget sin första modell: Tesla Roadster. Det blev världens första serietillverkade, helt elektriska sportbil. Året dessförinnan hade Svenskt el- och hybridfordonscentrum, ett nationellt centrum för forskning och utveckling av el- och hybridfordon, startat i Sverige.

– Tesla visade att det gick att göra en elbil med tillräcklig räckvidd och som folk var villiga att köpa. Det var den första helt elektrifierade bilen som verkligen slog igenom, säger Linda Olofsson, doktor i teknisk fysik och föreståndare för Swedish electromobility centre – som Svenskt el- och hybridfordonscentrum bytte namn till 2017.

Sedan Tesla Roadster kom ut på marknaden har det hänt mycket på elbilsfronten. Från att det har varit en nischad teknik som relativt få trodde på, till att bli en självklar del i alla de stora bilföretagens produktion. Detta som en konsekvens av de skärpta utsläppskraven men också av en ökad efterfrågan från kunderna. När Swedish electromobility centre startade var det långt ifrån alla som trodde på elektrifieringen. Nu har det svängt helt, upplever Linda Olofsson.

– Det senaste decenniet har det skett ett skifte från en skepsis mot elektrifieringen till att de flesta tror att det är framtiden, säger hon.

När forskningscentret startade låg fokus på tekniken i fordonet. Nu, när det tekniska till stor del är på plats, tittar de främst på att få alla system runt omkring elbilen att fungera.

– I dag vet vi att det går att göra bra elbilar. Den aktuella frågan för framtiden är hur hela värdekedjan kan bli hållbar: från hur batterierna som används kan återvinnas på ett bra sätt till hur infrastrukturen kring laddstolpar utformas och att elen som används till bilarna kommer från hållbara källor. Alla de här bitarna måste fungera för att elbilar ska kunna slå igenom på allvar.

Linda Olofsson tror att det är fullt realistiskt att alla bilar i framtiden kommer att vara eldrivna, men att det lär ta tid. Dels för att all infrastruktur ännu inte är på plats, dels för att de bensin- och dieseldrivna bilar som fortfarande säljs, och som kommer att säljas det närmaste decenniet, förmodas leva kvar i 20–30 år till.

– En av de stora utmaningarna för tillverkarna just nu är att ta fram modeller som är ekonomiskt möjliga att köpa för den stora massan. Och det arbetet är i full gång, säger hon.

**Vad gäller prislappen** ligger Tesla fortfarande högt. Deras senaste, Model 3, är ett försök till att nå ett medelklassegment, men bilen kostar ändå drygt en halv miljon kronor. Det är för högt för att kunna nå en massmarknad.

Numera har också konkurrensen ökat enormt. De senaste åren har i princip alla bilföretag investerat stora pengar i utvecklingen av elbilar i olika former. I år lanseras nya modeller av bland andra Volvo, Peugeot, Volkswagen, Audi, Lexus och BMW.

Hampus Engellau, fordonsanalytikern på Handelsbanken, tror att Tesla kommer fortsätta att vara en framgångsrik tillverkare av elbilar i premiumsegmentet. Men att bolaget ska kunna bli ett nytt Volkswagen, i dag en av världens största biltillverkare, är mindre troligt.

Antalet sålda elbilar beräknas ligga på runt 10 miljoner år 2025, enligt forskningsfirman Bloomberg new energy finance (BNEF). I ljuset av detta måste Tesla öka sin produktionssiffra avsevärt från dagens knappa 370 000 bilar för att knipa betydelsefulla marknadsandelar i framtiden.

– Allt kommer att landa i vem som blir bäst på att effektivt producera elbilar som folk har råd med. Det är många som vill vara med i det här racet.

Tesla är det mest välkända varumärket i västvärlden men Kina är i dag störst på elbilar. De har många lokala, renodlade elbilsproducenter som går direkt ut på den här marknaden; de börjar med batteriet och ritas bilen utifrån det, säger Engellau.

**I elbilsracet har** Tesla och de traditionella fordonstillverkarna olika styrkor och svagheter. Martin Sköld på Handelshögskolan i Stockholm lyfter fram det inarbetade industriella tankesättet som de gamla bilföretagens trumfkort. Många har hundra års historia av att producera bilar effektivt och med god lönsamhet. De vet hur man erbjuder kunderna en stor valfrihet, även om de ännu inte lyckats få fram elbilar med samma kapacitet och räckvidd som Tesla.

Tesla å sin sida har länge tampats med förluster och försenade leveranser. Trots detta har bolagets investerare stark tilltro och aktien har alltså spurtat förbi samtliga konkurrenter. Enligt Martin Sköld har Teslas vd en nyckelroll.

– Elon Musk är en extrovert person och de som gillar honom tycker att det är okej att löften inte infrias. Han är en frisk fläkt, han utmanar, han är kaxig och han kör produktlanseringar, som Steve Jobs gjorde med Apple. Folk älskar att han sticker ut hakan, säger Martin Sköld och tillägger:

– De traditionella bilmärkena har företagsledare som folk i allmänhet aldrig har hört talas om. Det är lite som att jämföra Zlatan med någon okänd mittfältare.

Det är en öppen fråga hur Tesla på sikt kommer att hävda sig i konkurrensen mot de gamla jättarna. Swedish electromobility centres Linda Olofsson ser två parallella spår som samtliga aktörer i fordonsbranschen står inför i dagsläget. Det ena handlar om elektrifieringen, det andra har med den autonoma körningen att göra. Bägge, men i synnerhet det senare, är förenade med ett krävande och kostsamt utvecklingsarbete.

– Framtidens vinnare blir de som klarar av båda de här bitarna. Konkurrensen är redan hård och den kommer att bli ännu hårdare, säger hon.