



verkoop van verzekeringen, abonnementen aan Tesla-rijders om (semi)automatisch rijden te faciliteren en energieopslagsystemen voor huishoudens en bedrijven.

WINST OMHOOG

Met de omhoogvliegende verkopen zullen ook de winstcijfers toenemen. De afgelopen jaren heeft Tesla aangetoond zowel de bruto- als de operationele winstgevendheid te kunnen verhogen. Dat is wellicht extra bijzonder omdat Tesla de afgelopen jaren juist steeds meer goedkopere modellen verkocht.

Wie een blik op de cijfers werpt, zou haast denken dat we hier te maken hebben met een wonder. In de afgelopen vijf jaar heeft Tesla de gemiddelde verkoopprijs van een auto verlaagd van 90 duizend dollar naar 54 duizend dollar. De brutomarge (zonder zogenoemde *regulatory credits*) leed daar niet onder. Die steeg zelfs van net onder de 20 procent naar 27 procent (zie grafiek hieronder). Het opvoeren van de productie van 103 duizend auto's vijf jaar geleden naar 1,3 miljoen vorig

jaar, ging gepaard met enorme efficiencylagen en kostenvoordelen.

Vooruitgang in batterijtechnologie speelde een cruciale rol bij het verlagen van de productiekosten. En er zijn meer redenen voor de gestegen brutomarge bij Tesla. Naarmate het meer auto's produceerde, kon het goedkoper grondstoffen (zoals lithium, kobalt en nikkel) inkopen, meer robotarmen in fabrieken installeren en software aan klanten verkopen. Topman Herbert Diess van de Duitse autogrootmacht Volkswagen moest eerder tandenknaarsend toegeven dat "Tesla de nieuwe *benchmark*" is als het gaat om efficiency.

Die hogere brutowinst werkt ook positief door in de operationele marge. In dat cijfer zijn behalve inkoopkosten ook kosten voor onderzoek en ontwikkeling (R&D) en personeelskosten meegenomen. De operationele marge steeg zelfs harder, doordat het aantal medewerkers minder hard opliep dan de verkoop van het aantal auto's.

In vijf jaar tijd ging de operationele marge van een

HOGERE MARGES BIJ TESLA ONDANKS LAGERE VERKOOPPRIJS

