



8 Millionen pro Zeichen

Steve Jobs war der Meister. Tim Cook steht seinem legendären Vorgänger allerdings kaum nach. Die beiden waren eine Klasse für sich. Bis gestern. Bis zum Montag, dem 30. März. Als Elon Musk sein Bravourstück ablieferte. 900 Millionen Dollar in 115 Zeichen. Und das alles in kaum zehn Minuten. In dieser winzigen Zeitspanne hatte der Chef von Tesla Motors die Börsianer an der Wall Street mit einem 115 Zeichen langen Tweet so elektrisiert, dass die Anleger die Aktie des Elektroauto-Herstellers rauschartig einkauften und um mehr als vier Prozent verteuerten. Was bei einem Marktwert von knapp 23 Milliarden Dollar einen zusätzlichen Börsenwert von 900 Millionen Dollar bedeutet.

Doch was verkündete Musk der Investorengemeinde, um einen derartigen Hype auszulösen? Und da sind wir wieder bei den beiden Apple Chefs. Wenig Inhalt, aber viel Fantasie! Musk kündigte eine neue Produktlinie im sagemunwobenen Konzern an. Und, dass es sich hierbei nicht um ein Auto handelte. Zudem müssten sich die neugierigen Kunden und Aktionäre noch etwas gedulden, denn gelüftet würde das Geheimnis erst am 30. April. Nun ist Elon Musk natürlich im wirklichen wie im digitalen Leben ein äußerst bekannter Mensch. Und so sorgten seine fast zwei Millionen Follower auf Twitter, die den mysteriösen Tweet bis zum Börsenschluss noch tausendfach weiterleiteten, und mehrere tausend positive Bewertungen dafür, dass die Aktie, die in den letzten Wochen etwas schwächelte, einen gelungenen Tag hatte.

Doch so ganz ohne Beigeschmack war das Vorgehen von Musk nicht. Schließlich dürfen Informationen, die für den Börsenkurs eines Unternehmens von Bedeutung sind, vom Vorstand nicht mal so zwischen Tür und Angel an die Öffentlichkeit gegeben werden. Das bekam vor zwei Jahren der Chef von Netflix – Reed Hastings – zu spüren, der von der Börsenaufsichtsbehörde SEC angeklagt wurde. Hastings hatte über seine Facebook Seite

Unternehmensnachrichten veröffentlicht. Im anschließenden Prozess jedoch änderte die SEC ihre bisherige Position und erlaubte den Unternehmen relevante Unternehmensnachrichten über soziale Medien zu veröffentlichen, wenn die Anleger vorher über die Wahl des Mediums informiert worden waren.

Nach der Veröffentlichung schossen die Spekulationen über Teslas neues Produkt natürlich ins Kraut. Experten gehen davon aus, dass es sich bei der Neuheit um ein bereits vor längerer Zeit angekündigtes Batterie-System handelt, bei dem Tesla-Akkus als Energiespeicher für Zuhause genutzt werden. Ein flacher Akku wie der des Model S soll dabei beispielsweise tagsüber generierte Solarenergie speichern, die man dann in der Nacht nutzen kann. Solche Batterien hat Tesla in den letzten zwei Jahren in 250 Haushalten in Kalifornien getestet. Im letzten Jahr begann Tesla dann mit dem Bau einer riesigen Batteriefabrik für fünf Milliarden Dollar. Mit der sogenannten "Gigafactory" in Reno soll die Versorgung der Welt mit Lithium-Ion-Batterien mehr als verdoppelt werden können.

Für besonders erwartungsfrohe Tesla Fans könnten neue Batterien aber zu wenig sein. Schließlich wartet die Welt noch auf die Realisierung solch futuristischer Projekte wie dem „Hyperloop“. Mit Space X, Paypal und Tesla hat Musk aber bereits bewiesen, dass er nicht zu unterschätzen ist. Nicht überliefert ist übrigens, ob Twitter Chef Dick Costolo seinem Vorstandskollegen eine Dankesnachricht für den unbezahlbaren Werbeeffect übermittelte.