

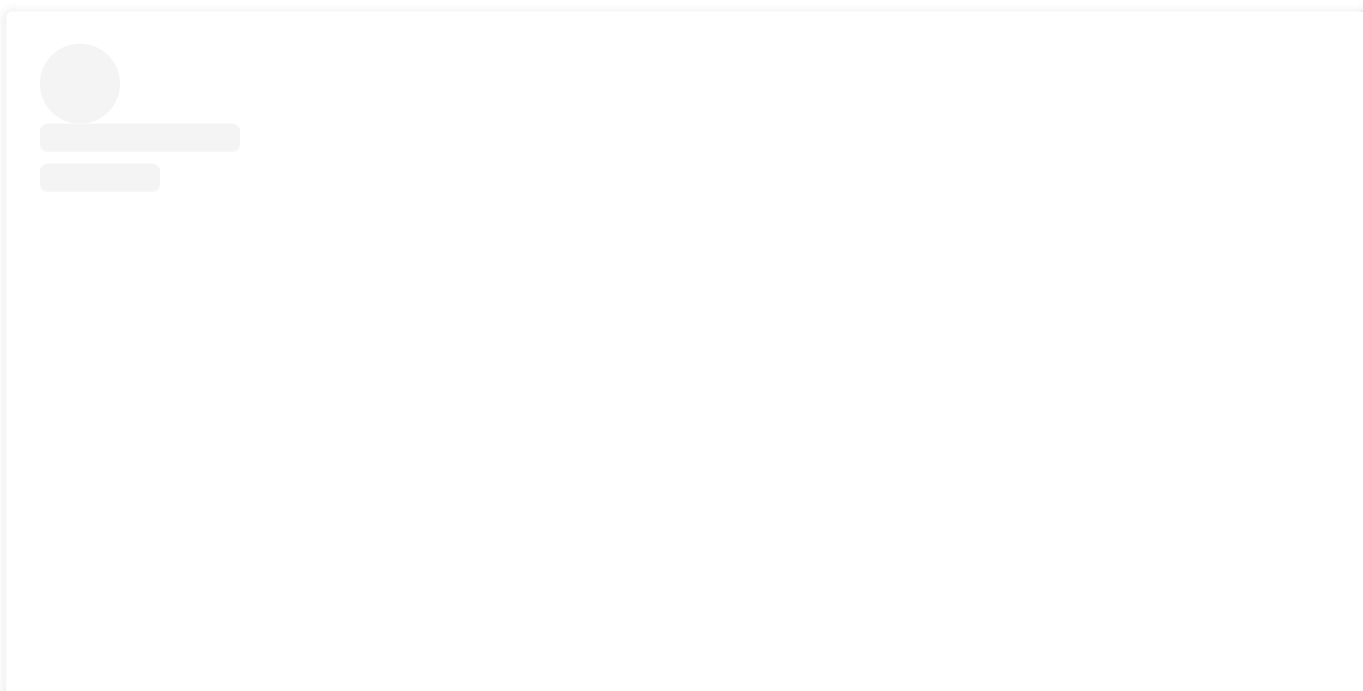


Elon Musk hat sich in den letzten Jahren nicht nur als Tech-Genie, sondern auch als polarisierende Figur in der Politik etabliert. Seit seiner offenen Unterstützung für Donald Trump und seinem überraschenden Einstieg in dessen Regierung wächst weltweit der Widerstand – auch in Frankreich. Besonders auffällig: Selbst eingefleischte Tesla-Fans wenden sich von der Marke ab.

„Ich habe es gekauft, bevor Elon verrückt wurde!“

Ein Satz, der in den USA mittlerweile auf unzähligen Aufklebern zu sehen ist – oft auf der Rückseite eines Teslas. In den sozialen Medien häufen sich Bilder dieser Sticker, die den Unmut der Tesla-Besitzer ausdrücken, die sich mit Musks politischem Kurs nicht mehr identifizieren können.

Dass Prominente diese Bewegung anführen, überrascht kaum. Die US-Sängerin Sheryl Crow hat ihre Tesla-Trennung spektakulär inszeniert. Auf Instagram postete sie ein Video, in dem sie ihrer elektrischen Limousine mit melancholischer Musik im Hintergrund Lebewohl sagt. Ihr Kommentar dazu? „Meine Eltern haben mir beigebracht, dass man wird, was man umgibt. Also: Adieu, Tesla!“ Den Verkaufserlös spendet sie an die öffentlich-rechtliche US-Radiostation NPR, die ihrer Aussage nach durch den „Präsidenten Musk“ bedroht sei.





[Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an](#)



Ein Beitrag geteilt von Sheryl Crow (@sherylcrow)

Frankreich entdeckt den Tesla-Boykott

In Europa ist die Debatte angekommen – und auch hier gibt es erste Konsequenzen. Auf französischen Online-Marktplätzen tauchen nun Sticker auf, die Musk karikieren und ihn mit seiner neuen politischen Rolle als „Doge“ (angelehnt an die Kryptowährung Dogecoin) ins Lächerliche ziehen.

Loïc aus der Bretagne fährt aktuell sein zweites Tesla Model 3. Eigentlich war klar, dass er das Leasing erneut verlängern würde. Doch nun hat er seine Meinung geändert: „Ich kann doch nicht weiter Geld in ein Unternehmen stecken, das sich so klar auf die Seite der Rechten schlägt. Das widerstrebt mir zutiefst.“

Sein Umdenken geht aber über Tesla hinaus. „Dass sich viele Amerikaner jetzt so deutlich von Europa distanzieren, hat mich zum Nachdenken gebracht. Vielleicht ist es an der Zeit,



stärker auf europäische Marken zu setzen.“

Eine Petition gegen Musk

Nicht nur ehemalige Tesla-Fahrer schließen sich dem Protest an. Philippe Vernay, selbst kein Tesla-Besitzer, hat auf Change.org eine Petition gestartet. Titel: **„Boycotter Tesla - Toucher au porte-monnaie d’Elon Musk“** (Tesla boykottieren – Elon Musk finanziell treffen).

Für ihn ist die politische Einflussnahme des Unternehmers inakzeptabel: „Es war ein Schock, ihn plötzlich in dieser Rolle zu sehen. Ich wollte nicht einfach nur still vor mich hin ärgern, sondern aktiv etwas tun.“

Sein Hauptargument? Musk sei nicht nur ein Politiker oder Unternehmer, sondern vor allem ein Händler. Und Händler müssen verkaufen. „Eine Marke ist auch ein Statement. Und ich glaube, viele Leute wollen sich überlegen, was sie mit ihrem Kauf eigentlich aussagen.“

Einbrechende Verkaufszahlen

Die Protestbewegung zeigt Wirkung. Laut der französischen **Plateforme Automobile**, die die Interessen der Autoindustrie vertritt, sind Teslas Verkaufszahlen in Europa eingebrochen:

- **Spanien:** -75 %
- **Frankreich:** -63 %
- **Deutschland:** -60 %

Zufall oder Boykott? Fakt ist: Immer mehr potenzielle Käufer stellen sich die Frage, ob sie mit einem Tesla noch das richtige Zeichen setzen.

Tesla ist ohne Frage ein innovatives Unternehmen – aber kann es sich Elon Musk leisten, seine Kundschaft zu verprellen?

Von C. Hatty