Aktienanalyse

Facebook Inc.

ISIN US30303M1027

Erstellt am 20.12.2018, 21:00 Uhr,
von Thomas Senf, Betriebswirt

Urheberrechte

Die Analyse ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien des gesamten Inhalts oder von Teilen.

© Thomas Senf 2018

Haftungsausschluss

- **Die Aktienanalyse stellt keine Anlageberatung oder Empfehlung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren im Sinne von § 85 WpHG dar. Es wird keine Anlageentscheidung zu einem Finanzinstrument vorgeschlagen.**
- Es gelten ergänzend die weiteren finanzsenf.de-Bestimmungen zu Haftungsausschluss und Datenschutz.
- Die Analyse wurde von mir allein mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Alle wesentlichen Quellen werden angegeben und von mir als zuverlässig erachtet. Die Analyse stellt meine persönliche Einschätzung dar.
- Eine Garantie, Gewährleistung oder Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Analyse und der zur Verfügung gestellten Inhalte und Informationen kann zu keiner Zeit übernommen werden.
- Die Analyse und die selbst ermittelten Kennzahlen basieren in der Regel auf Informationen aus den Jahresabschlüssen des Unternehmens (Bilanzanalyse) und/ oder auf Daten von morningstar.com. Die Daten können im Einzelfall fehlerhaft sein.
- Es wird mit Werten und Zahlen aus der Vergangenheit gearbeitet. Werte und Entwicklungen der Vergangenheit sind keine Garantie für zukünftige Entwicklungen und können daher als Grundlage einer Anlageentscheidung nicht geeignet sein.
- Stellen Sie vor dem Kauf oder Verkauf eines Wertpapieres stets eigene Recherchen und Überlegungen an.
- Sollten Sie sich die Analyse zu eigen machen, so handeln Sie eigenverantwortlich auf eigenes Risiko.
- Bitte beachten Sie, dass Wertpapiere grundsätzlich mit Risiko verbunden sind und im Wert schwanken können. Ein Totalverlust des eingesetzten Kapitals kann nicht ausgeschlossen werden. Die Dividende eines Unternehmens ist nicht garantiert, kann gekürzt oder ganz gestrichen werden.
- Die Analyse ersetzt nicht eine fachliche Beratung durch einen qualifizierten und zugelassenen Fachmann und richtet sich ausschließlich an Privatanleger mit Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland.
- Eine Haftung, gleich aus welchem Rechtsgrund, wird nicht übernommen. Soweit es rechtlich möglich ist, sind Schadensersatzansprüche ausgeschlossen.
- Die Verwendung geschützter Markennamen, Handelsnamen, Gebrauchsmuster und Markenlogos stellt keine Urheberrechtsverletzung dar, sondern dient als illustrativer Hinweis. Auch wenn diese an den jeweiligen Stellen nicht als solche gekennzeichnet sind, gelten die entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen. Die verwendeten Markennamen und -logos sind Eigentum der Hersteller und unterliegen deren Copyright Bestimmungen. Informationen hierzu entnehmen Sie bitte den Hinweisen der Hersteller auf deren Webseiten

Inhaltsverzeichnis

Hinweise zur Analyse

1. Unternehmensprofil
2. Branchenanalyse
3. Geschäftsmodell
4. Anteilseigner
5. Management
6. Vermögen und Finanzen
7. Dividende
8. Chancen und Risiken
9. Bewertung
10. Chartanalyse
11. Fazit

Urheberrechte **Haftungsausschluß** **Offenlegung von Interessenkonflikten** **Abkürzungsverzeichnis** **Quellen**

FINANZSENF.DE

Hinweise zur Analyse

- Die Aktienanalyse basiert auf den Prinzipien der Fundamentalanalyse und des Value Investing und richtet sich an langfristig orientierte Privatanleger in Deutschland.
- Alle Kennzahlen sind, sofern nichts anderes angeben ist, selbst berechnet und um Ausreißer bereinigt.
- Basis der Kennzahlen sind die Jahresgeschäftsberichte des Unternehmens und Daten von morningstar.com. Quartalsberichte fließen in die Berechnung der TTM ein.
- Alle historischen Kennzahlen werden auf Basis des historischen Jahresdurchschnittskurses berechnet.
- Für die Berechnung der Wachstumsraten von Umsatz, Gewinn und Dividende wird das geometrische Mittel verwendet.
- Es werden grundsätzlich vorsichtige und konservative Annahmen bei Schätzungen getroffen („Margin of Safety“).
- Der Fair Value (faire Wert) einer Aktie wird auf Basis unterschiedlicher Bewertungsverfahren geschätzt. Eine aktuelle Übersicht und Erläuterung der verwendeten Bewertungsverfahren kann hier eingesehen werden.

1. Unternehmensprofil | Key Facts

Website	https://investor.fb.com/home/default.aspx
Firmensitz	Menlo Park, Kalifornien (USA)
Gründung	04.02.2004 (IPO 18.05.2012)
Sektor	Technologie
Branche	Internet / Werbung
Marktkapitalisierung	USD 385,1 Mrd.
Mitarbeiter	33.606 (30.09.2018)
Geschäftsjahresende	31.12.
Analysewährung	USD

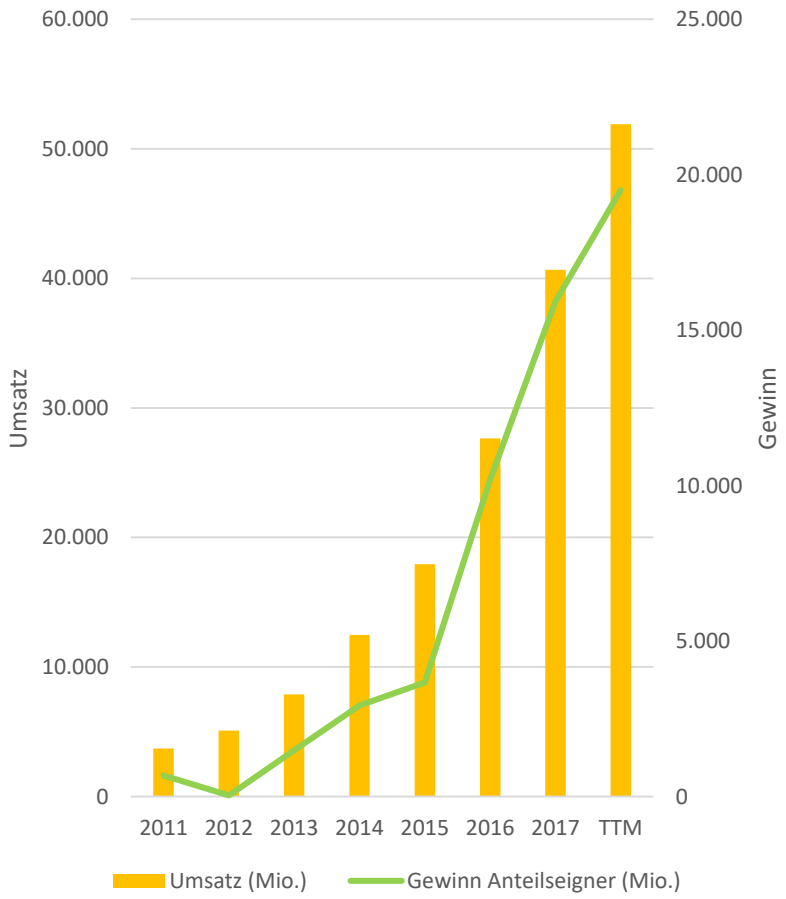
1. Unternehmensprofil | Kurzbeschreibung

- Facebook (kurz FB) ist das **weltweit größte soziale Online-Netzwerk** mit mehr als zwei Milliarden aktiven Nutzern pro Monat.
- Die Benutzer treten auf unterschiedliche Weise miteinander in Kontakt und tauschen Nachrichten, Fotos und Videos aus.
- Das Ökosystem der Firma besteht hauptsächlich aus der **Facebook** (Plattform), **Instagram,** dem **Facebook-Messenger, WhatsApp** und wird ergänzt um Produkte für virtuelle Realität (**Oculus**). Mit Facebook Watch wird derzeit ein Videodienst aufgebaut.

- Facebook erzielt nahezu seinen **gesamten Umsatz mit Werbung**, die von Dritten auf Facebook und Instagram geschaltet wird.

1. Unternehmensprofil | Finanzkennzahlen

Umsatz- und Gewinnentwicklung



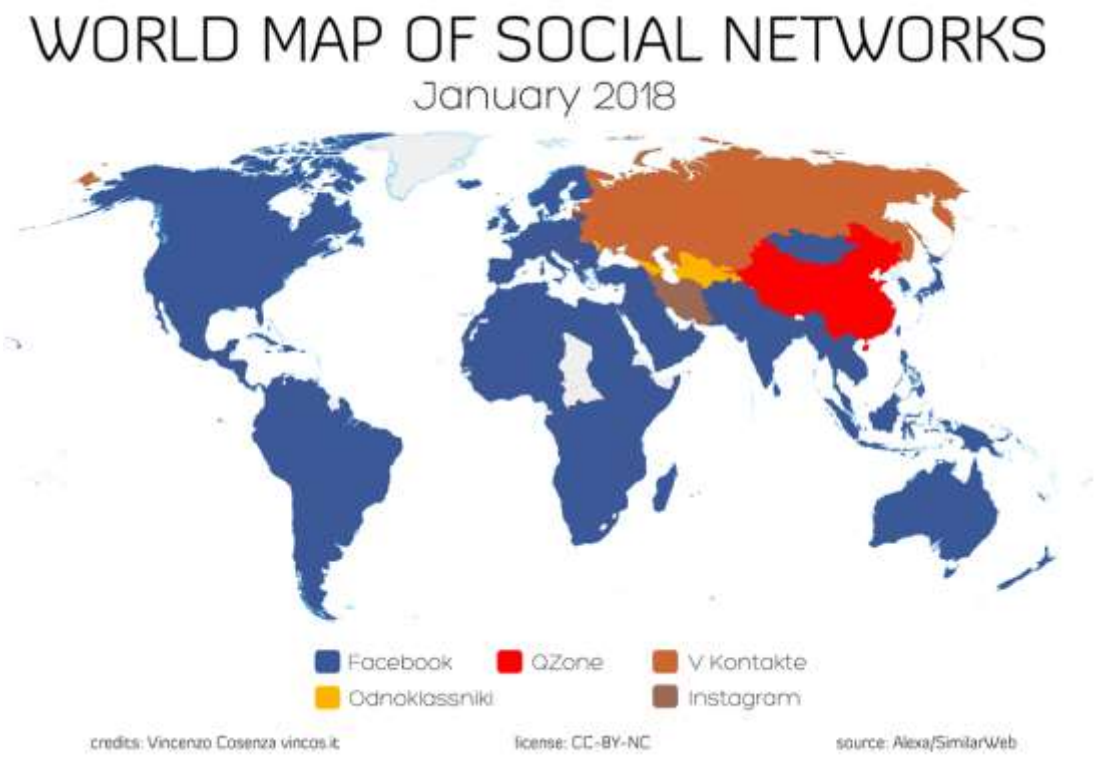
Geschäftsjahr 2017

Umsatz	USD 40,7 Mrd.
Nettogewinn	USD 15,9 Mrd.
Eigenkapitalrendite	23,8%
Gesamtkapitalrendite	21,3%
Eigenkapitalquote*	84,7%
Dividende je Aktie p.a.	-
• **zahlweise**	-
• **Ausschüttungsquote**	-

* Substanzquote (ohne Goodwill)

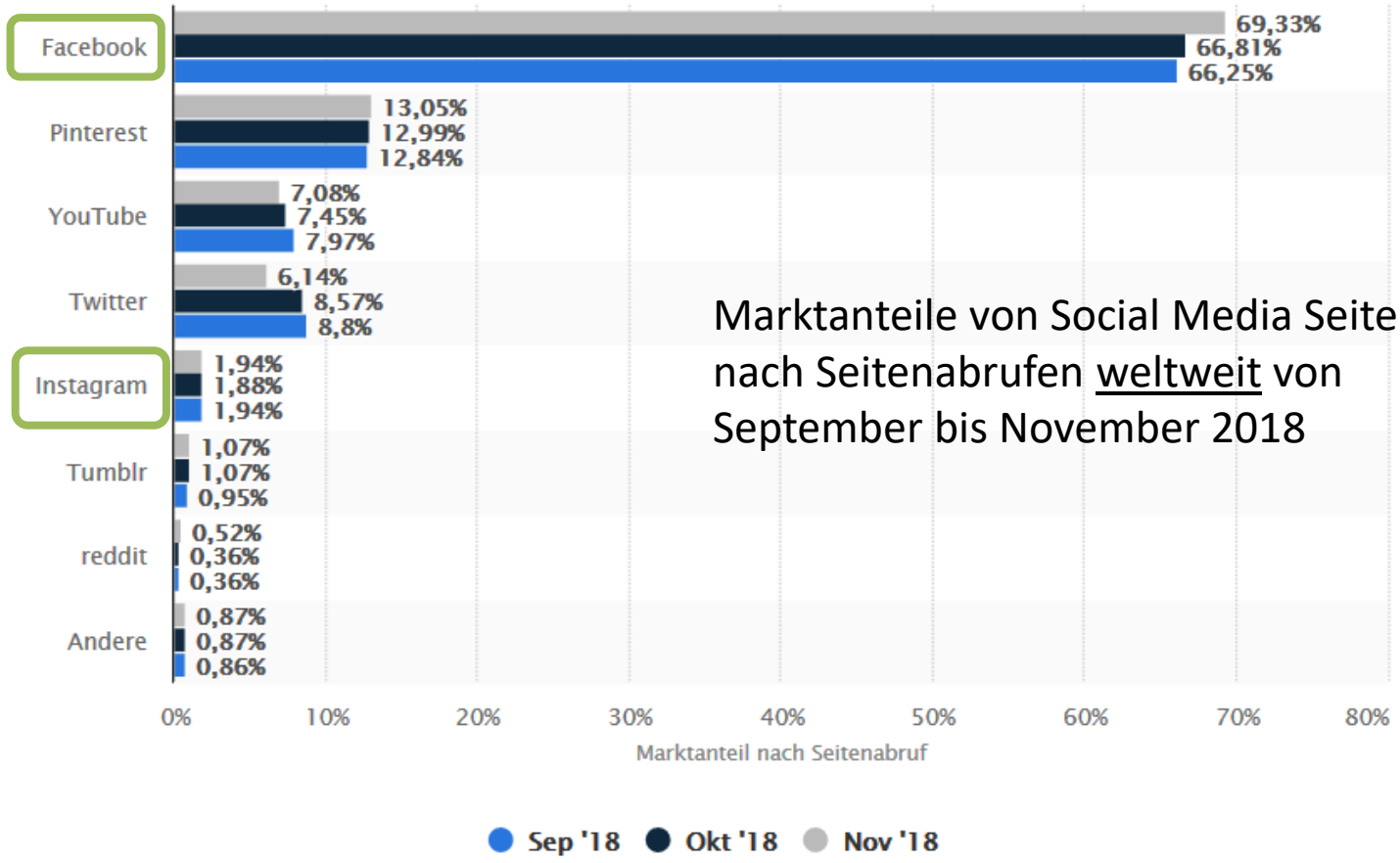
(**!**) FB wurde durch die **US-Steuerreform** im Jahr 2017 mit einem **einmaligen Steueraufwand in Höhe von USD 2,8 Mrd.** belastet. Dieser Steueraufwand ist in allen Kennzahlen dieser Analyse enthalten.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung



Facebook ist das **weltweit dominierende soziale Netzwerk** mit Ausnahme von einigen Ländern in Vorderasien, Russland und China. Der Zugang zu Facebook wird nur in China, Nordkorea und dem Iran vollständig blockiert.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

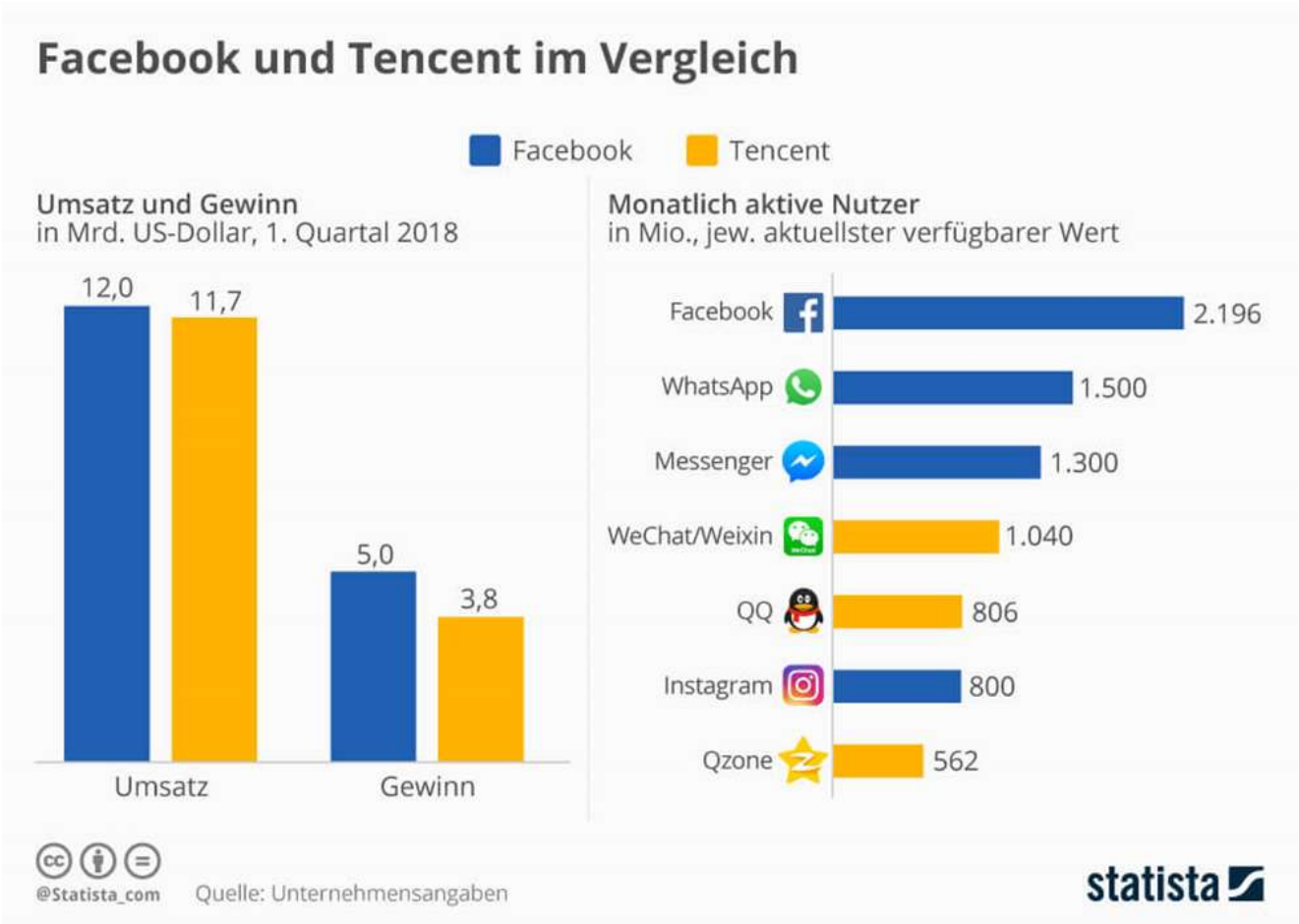


Marktanteile von Social Media Seiten nach Seitenabrufen <u>weltweit</u> von September bis November 2018

Quelle: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/241601/umfrage/marktanteile-fuehrender-social-media-seiten-weltweit/

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung



Quelle: https://infographic.statista.com/normal/infografik_10724_facebook_und_tencent_im_vergleich_n.jpg

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

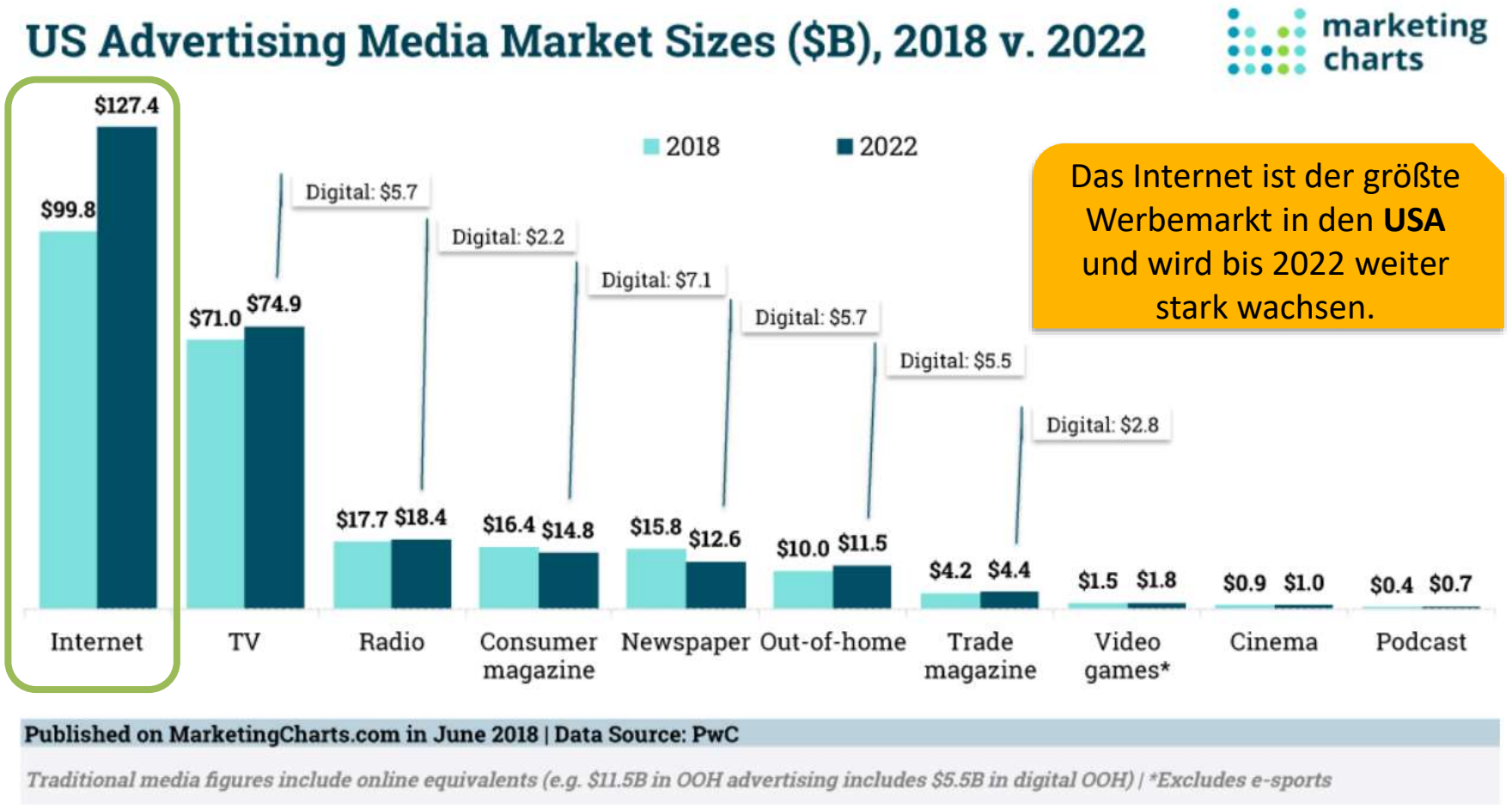
- Facebook erzielt 98% seiner Umsätze mit Werbung und davon 88% mit **Werbung auf mobilen Endgeräten**.
- Die Entwicklung des weltweiten **Werbemarktes „Mobiles Internet“** ist daher für Facebook von **zentraler Bedeutung** und soll im folgenden genauer für die USA und Deutschland analysiert werden.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

Der **weltweite Markt** für **mobile Werbung** (Mobile Internet) wird zwischen 2017 und 2020 um **21,5% p.a.** wachsen. Das Desktop Internet wird verlieren.

Quelle: https://www.zenithmedia.com/insights/global-intelligence-issue-06-2018/mobile-share-of-advertising-market-to-exceed-30-in-2020/

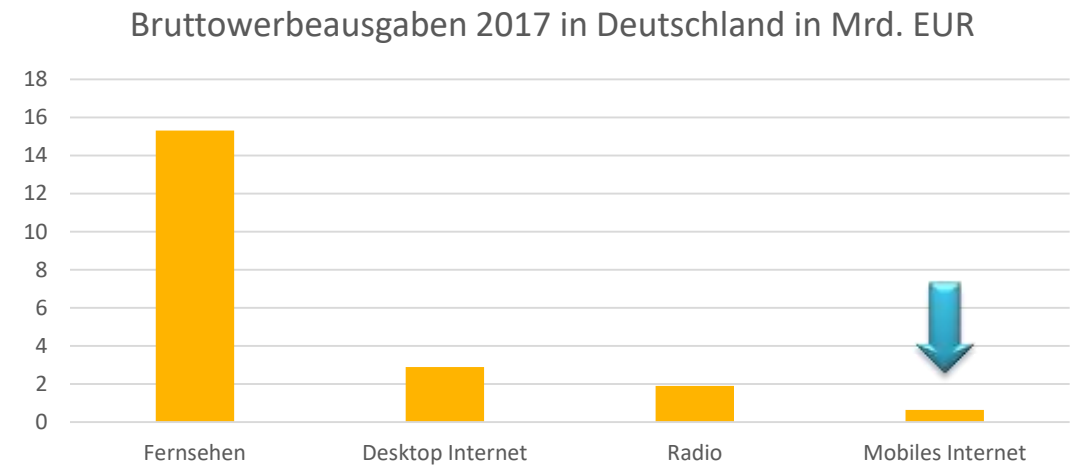
2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

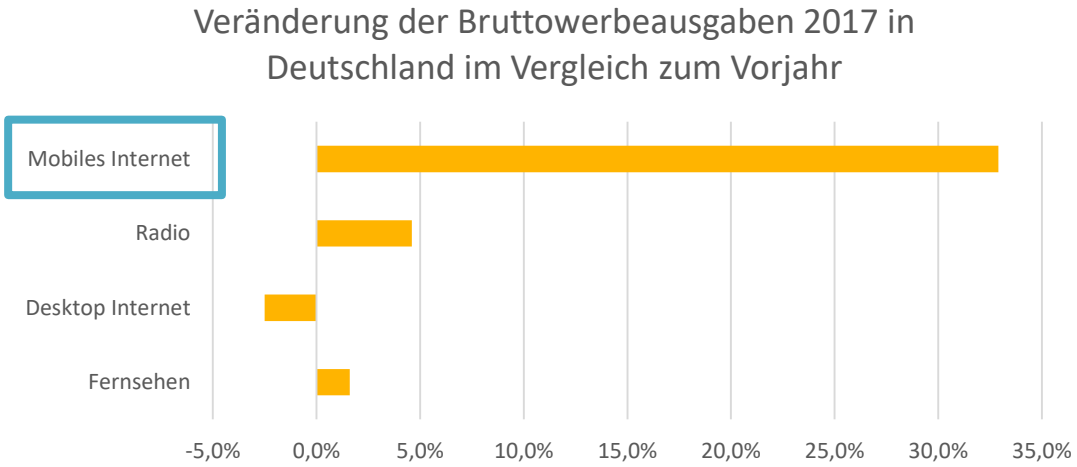


Das Internet ist der größte Werbemarkt in den **USA** und wird bis 2022 weiter stark wachsen.

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung



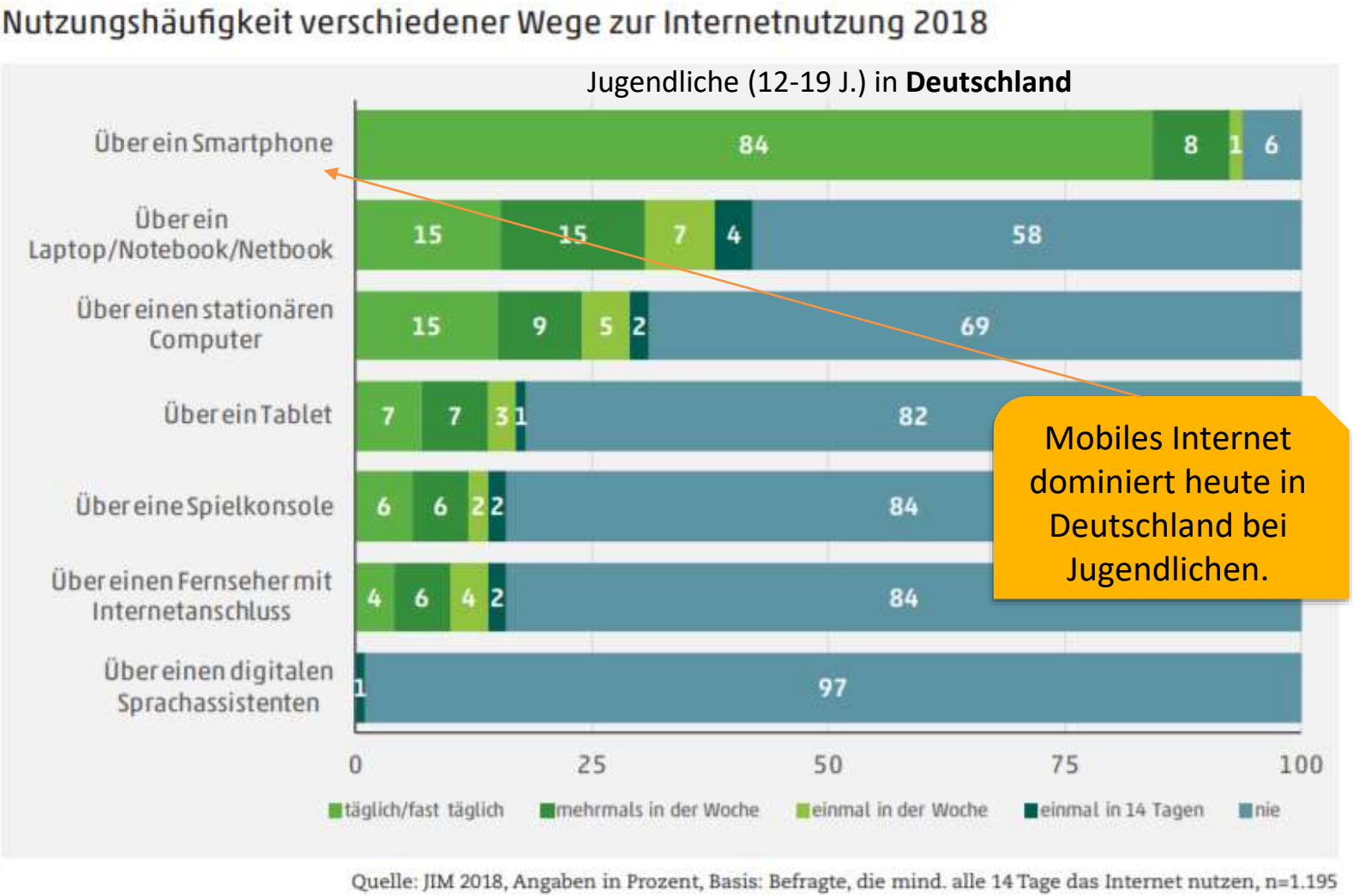


- In Deutschland hat der Gesamtwerbemarkt ein Volumen von EUR 31,8 Mrd. gemessen an den Bruttowerbeausgaben (+1,8% im Vergleich zum Vorjahr).
- Der Werbemarkt mobiles Internet ist mit EUR 0,6 Mrd. erst schwach entwickelt, wächst jedoch mit hohem Tempo (+32,9% im Vergleich zum Vorjahr).
- Quelle: https://www.nielsen.com/de/de/press-room/2018/advertising-market-2017-recorded-stable-growth.html

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

- Insbesondere die Nutzung von Facebook & Co. durch **Jugendliche in Deutschland** im Alter von 12-19 Jahren soll im folgenden analysiert werden.
- Zum einen liegen hier belastbare Zahlen der repräsentativen JIM-Studie vor, die den Medienumgang in Deutschland seit 1998 jährlich untersucht und als Langzeitprojekt angelegt ist. Zum anderen ist das Medienverhalten der Jugendlichen von heute, dass Medienverhalten der Erwachsenen von morgen, wie die historischen Entwicklung in diesem Medienbereich vermuten lässt:
  - Im Zeitraum 2004 bis 2008 war der Instant Messenger „**ICQ**“ das vorherrschende Online-Kommunikationsmedium bei Jugendlichen. Mitte der 2000er wurden Communities wie „**SchülerVZ**“ immer beliebter. Etwa 2010 nutze über die Hälfte der Jugendlichen „SchülerVZ“, das dann aber sehr schnell von Facebook verdrängt wurde.
  - **Facebook** erreichte seinen **Höhepunkt bei Jugendlichen im Jahr 2012** und zählte zu dieser Zeit fast 80% der Jugendlichen in Deutschland als Nutzer.
  - Mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones wurde „**WhatsApp**“ immer beliebter und Facebook verlor bei Jugendlichen rasch an Bedeutung und wird heute überwiegend nur noch von älteren Jugendlichen genutzt.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung



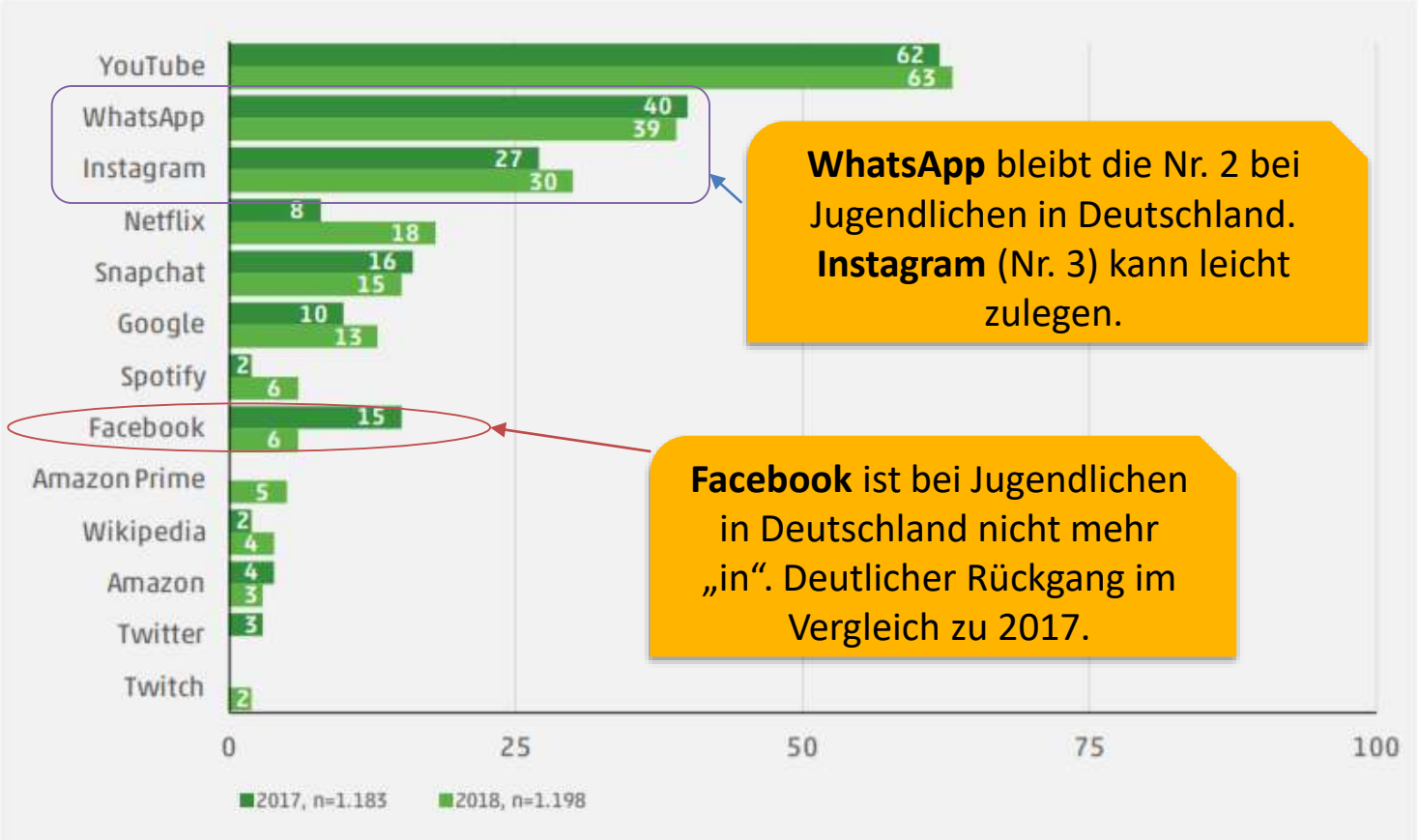
Quelle: JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen, n=1.195

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

Liebste Internetangebote 2018

– bis zu drei Nennungen – Jugendliche (12-19 J.) in **Deutschland**

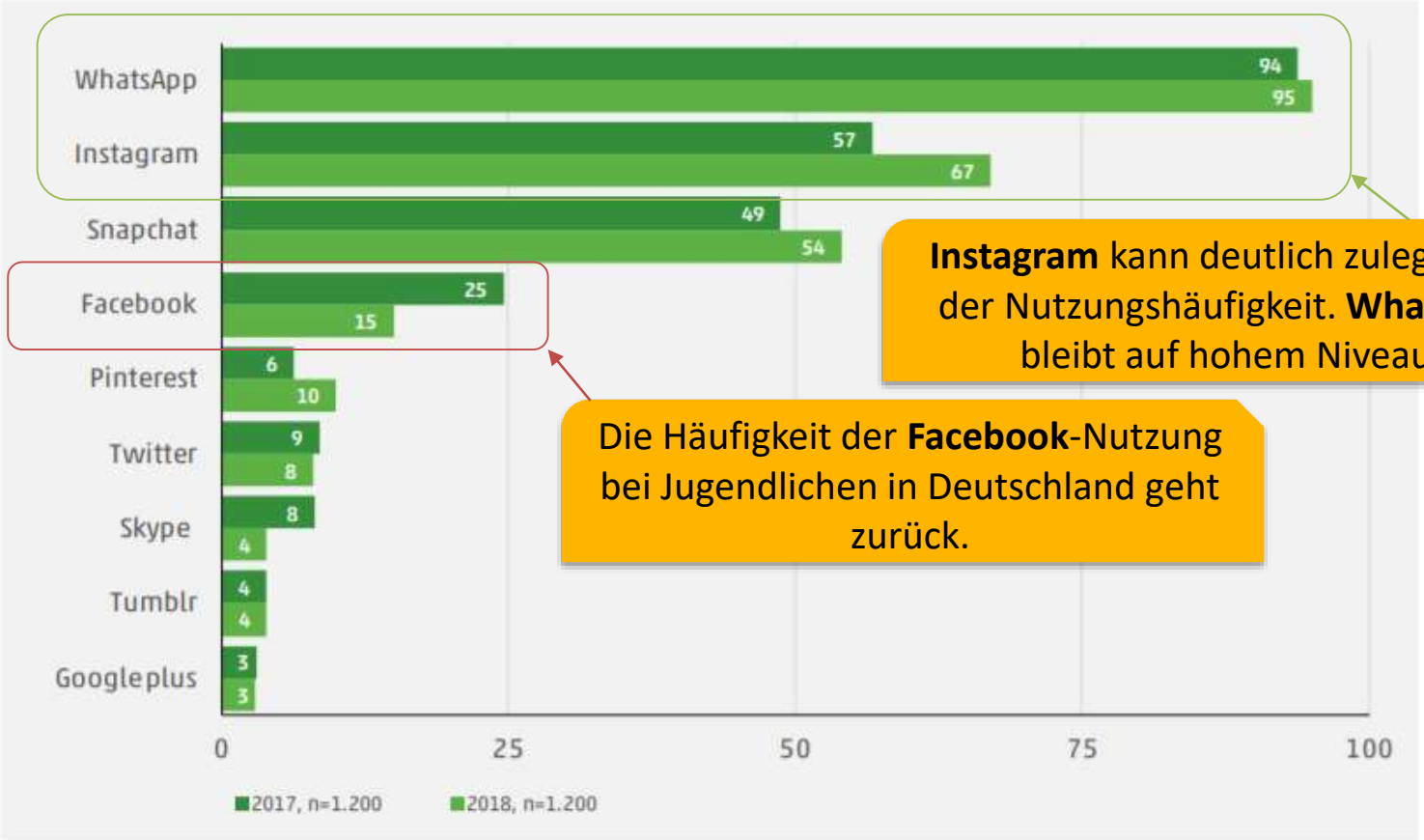


Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, Nennung ab 2 Prozent (Gesamt), Basis: Internetnutzer

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2018

– täglich/mehrmals pro Woche – Jugendliche (12-19 J.) in **Deutschland**

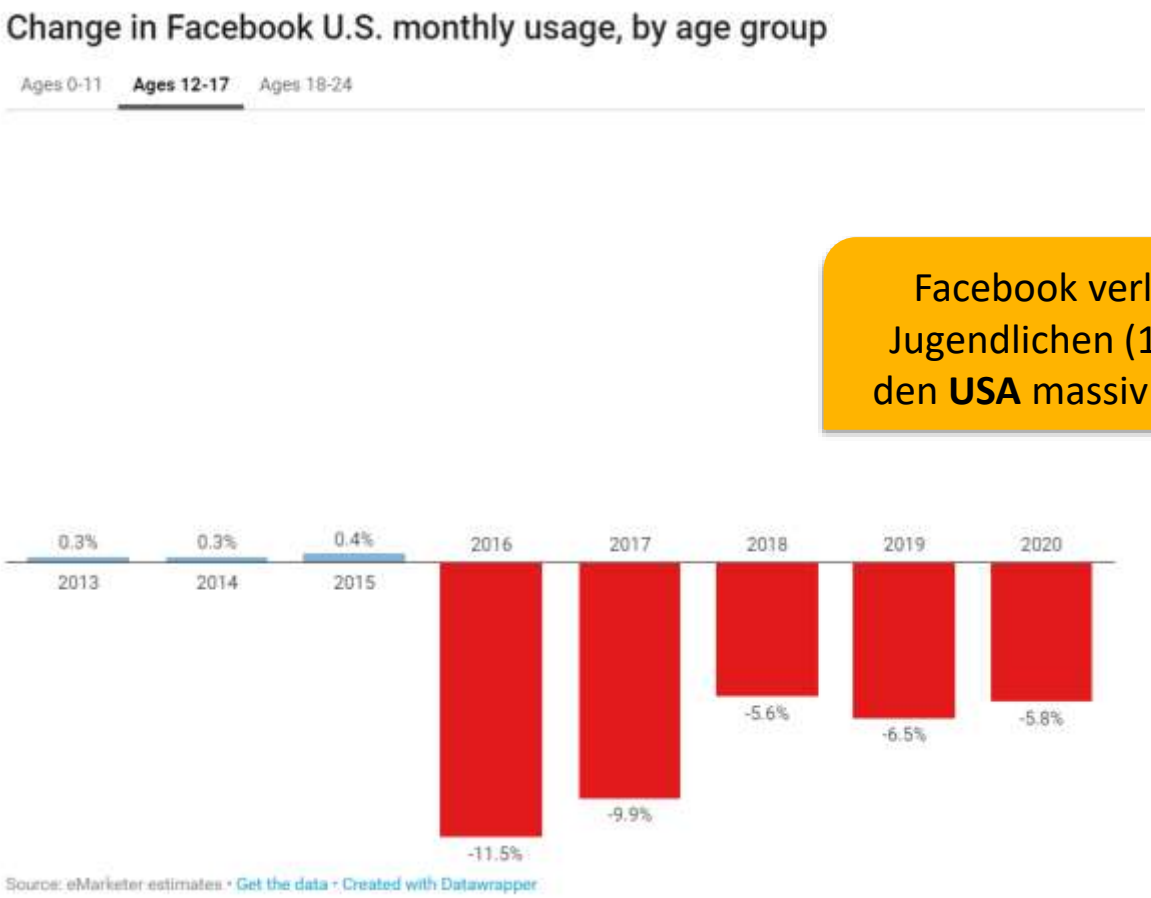


Instagram kann deutlich zulegen bei der Nutzungshäufigkeit. **WhatsApp** bleibt auf hohem Niveau.

Die Häufigkeit der **Facebook**-Nutzung bei Jugendlichen in Deutschland geht zurück.

Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

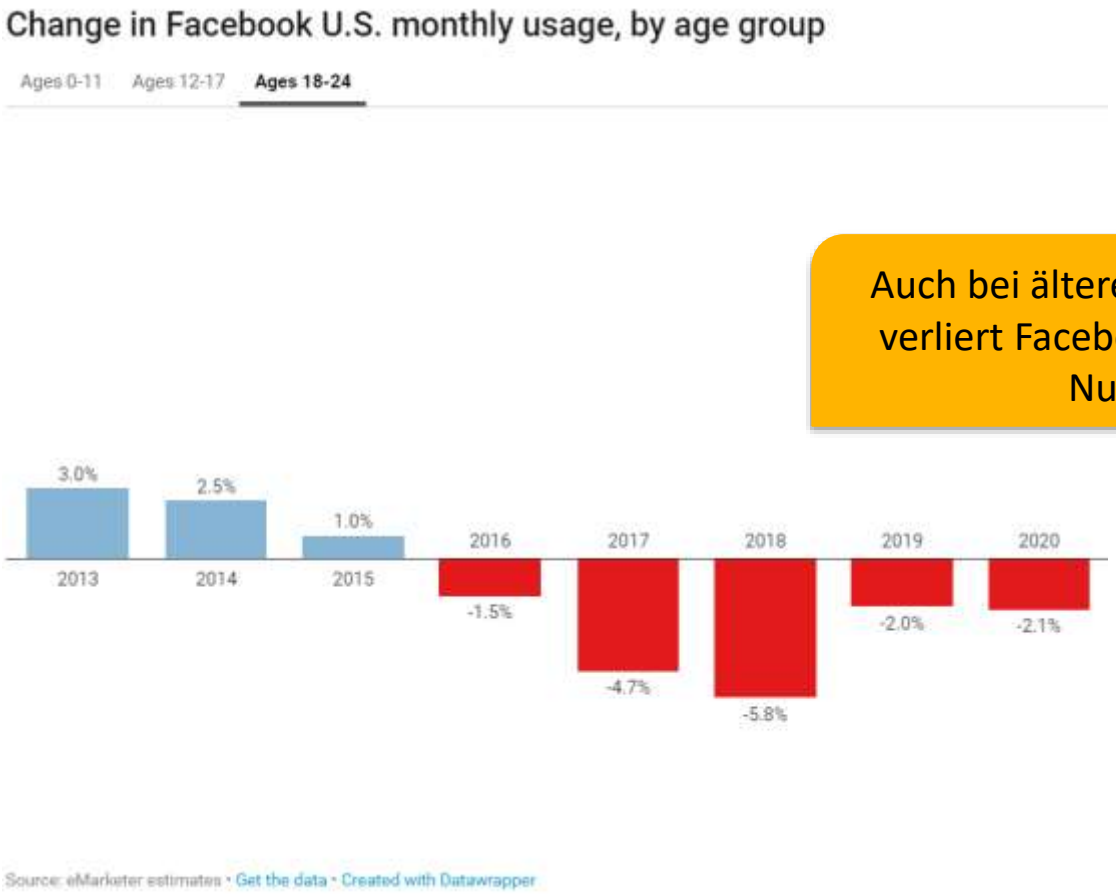


Facebook verliert auch bei Jugendlichen (12-17 Jahre) in den **USA** massiv an Bedeutung.

Quelle: https://www.recode.net/2018/2/12/16998750/facebooks-teen-users-decline-instagram-snap-emarketer

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

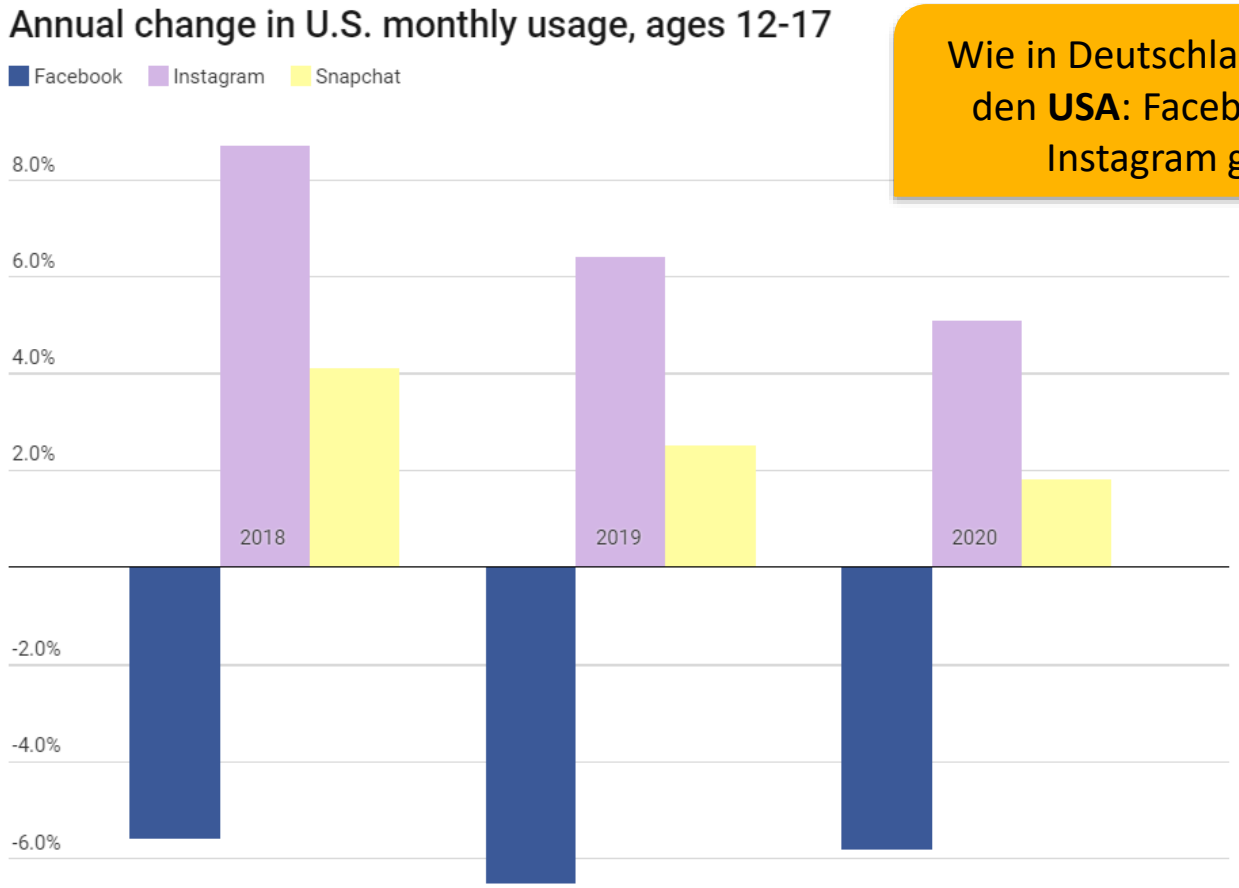


Auch bei älteren Jugendlichen verliert Facebook in den **USA** Nutzer.

Quelle: https://www.recode.net/2018/2/12/16998750/facebooks-teen-users-decline-instagram-snap-emarketer

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung



Wie in Deutschland, so auch in den **USA**: Facebook verliert. Instagram gewinnt.

Quelle: https://www.recode.net/2018/2/12/16998750/facebooks-teen-users-decline-instagram-snap-emarketer

FINANZSENF.DE

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

- Weltweit ist **Facebook weiterhin** das **dominierende** soziale Netzwerk, **verliert jedoch** insbesondere bei Jugendlichen in Deutschland und den USA **an Bedeutung**. **Instagram** profitiert von diesem Trend.
- Das Hauptmotiv für die Nutzer von **Instagram** besteht demnach darin, am per Foto und Video dokumentierten Alltag von Personen aus dem persönlichen Umfeld teilzuhaben: 82% folgen häufig Leuten, die sie persönlich kennen. Weniger interessant ist offenbar der Alltag von Stars oder Promis – hier bestätigt nur ein Drittel eine häufige Nutzung. (Zitat aus JIM-Studie 2018 für Deutschland)

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

- **Facebook ist** aus Marketingsicht **eine Werbeplattform**, **die ihre Nutzer sehr gut kennt.**
- Auf Basis persönlicher Nutzerdaten wie Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Wohnort, Arbeitgeber, usw. sowie dem Nutzerverhalten, wie zum Beispiel dem Verteilen von „Likes“ für Beiträge und Nachrichten auf Facebook, hat Facebook über die Jahre einen immensen Datenschatz angesammelt und entsprechende Nutzerprofile angelegt.
- Die genaue Kenntnis des Nutzers bietet Werbekunden die Möglichkeit eine Zielgruppe gezielt und mit nur **sehr geringen Streuverlusten** über personalisierte Werbeanzeigen anzusprechen.
- Dies stellt einen **fundamentalen Vorteil** gegenüber Werbung in Printmedien, dem Fernsehen oder Radio dar. Bei diesen Medien besteht für die Werbekunden eine sehr hohe Unsicherheit, ob die Zielgruppe mit der Werbeanzeige oder dem TV-Werbespot überhaupt erreicht wird. Durch die geringen Streuverluste können die Werbetreibenden mit einem viel geringeren Werbebudget ihre Zielgruppe erreichen.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

- Im Marketing wird zwischen Push-Marketing und Pull-Marketing unterschieden.

- Die Darstellung macht deutlich: Alphabet (Google), erzielt zwar auch einen sehr hohen Anteil seiner Umsätze (>85%) mit Online-Werbeanzeigen (in den Suchergebnissen der Google-Suche), ist aufgrund des Prinzips von Push- und Pull-Marketing aber kein direkte Bedrohung für Facebook im Bereich Push-Marketing.
- Eine Bedrohung hätte das soziale Netzwerk von Alphabet **Google+** werden können. Anfang Oktober 2018 wurde nach einer Datenpanne jedoch die vollständige Einstellung von Google+ bekanntgegeben. Google+ konnte sich nie durchsetzen und gegen Facebook behaupten.

2. Branchenanalyse | Internet/ Werbung

- Derzeit baut Facebook einen eigenen Videodienst (Facebook Watch) auf. Facebook Watch ist eine Mischung aus Facebook, YouTube, TV und Netflix und passt nicht richtig in eine bestimmte Kategorie.
- Facebook Watch ist der Versuch von Facebook wieder attraktiver für Nutzer zu werden und vom wachsenden Trend mobiler Videodienste zu profitieren. Gleichzeitig erschließt man sich weitere Werbekunden und greift Alphabet mit der Videoplattform YouTube an.
- Auch Amazon könnte mit Amazon Advertising eine wachsende Bedrohung für Facebook im Online-Werbemarkt darstellen. Werbeanzeigen in Amazon Sucherergebnissen und Produktdetailseiten (Pull-Marketing) sollten jedoch für Alphabet (Google) eine weit größere Bedrohung darstellen.

2. Branchenanalyse | Fazit | Finanzsenf

- ICQ, SchülerVZ, StudiVZ, Lokalisten, Google+ und auch Facebook – **kein Online-Kommunikationsmedium ist für die Ewigkeit gemacht**!
- **MySpace** war von 2006 bis Anfang 2009 das größte soziale Netzwerk weltweit. Im Juni 2006 wurde die MySpace Website mit 100 Millionen Nutzern in den USA sogar **häufiger aufgerufen, als die Website von Google!** Heute ist MySpace in völliger Bedeutungslosigkeit verschwunden.
- Die Nutzerzahlen von Facebook bei Jugendlichen in Deutschland und den USA sind stark rückläufig. Für ältere Nutzer liegen keine belastbaren Zahlen vor.
- Der neue Shooting-Star ist Instagram. WhatsApp als Instant Messenger der Platzhirsch. Beide Anwendungen gehören zum Facebook-Konzern und können helfen, einen Nutzerrückgang bei Facebook (Plattform) zu kompensieren.
- **Mobile Internetwerbung ist ein weltweiter Wachstumsmarkt** mit hohen Wachstumsraten von über 21,5% p.a. bis 2020. Der Facebook-Konzern ist hervorragend aufgestellt um von diesem Trend zu profitieren.
- Facebook hat mit der Facebook-Plattform, Instagram und WhatsApp ein **marktbeherrschende Stellung** und ist aktuell ohne ernsthafte Konkurrenz.

3. Geschäftsmodell | Übersicht

- Facebook möchte **Menschen** und die Welt näher **zusammenzubringen** (Mission).
- Zu Facebook gehören die unten dargestellten Produkte und Dienstleistungen, die jedoch alle in einem **einzigen Segment** zusammengefasst und von CEO Mark Zuckerberg strategisch geführt werden.

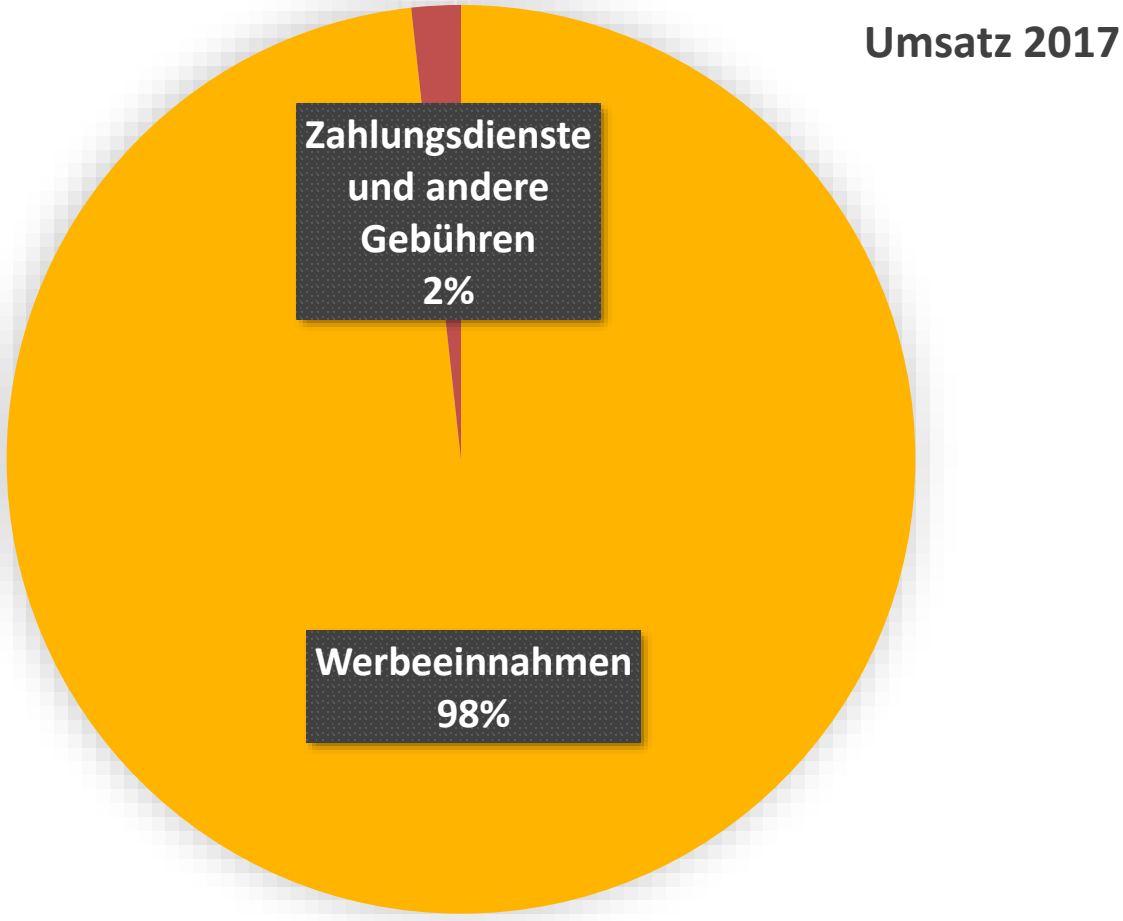
Facebook	Instagram	Messenger	WhatsApp	Oculus
• Soziales Netzwerk • **2,3** Mrd. MAU	• Audiovisuelle Plattform • **1** Mrd. MAU	• Instant-Messaging-Dienst • **1,3** Mrd. MAU	• Instant-Messaging-Dienst • **1,5** Mrd. MAU	• Produkte und Plattform für virtuelle Realität

Quelle: Nutzerzahlen https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites (Stand 8/2018)

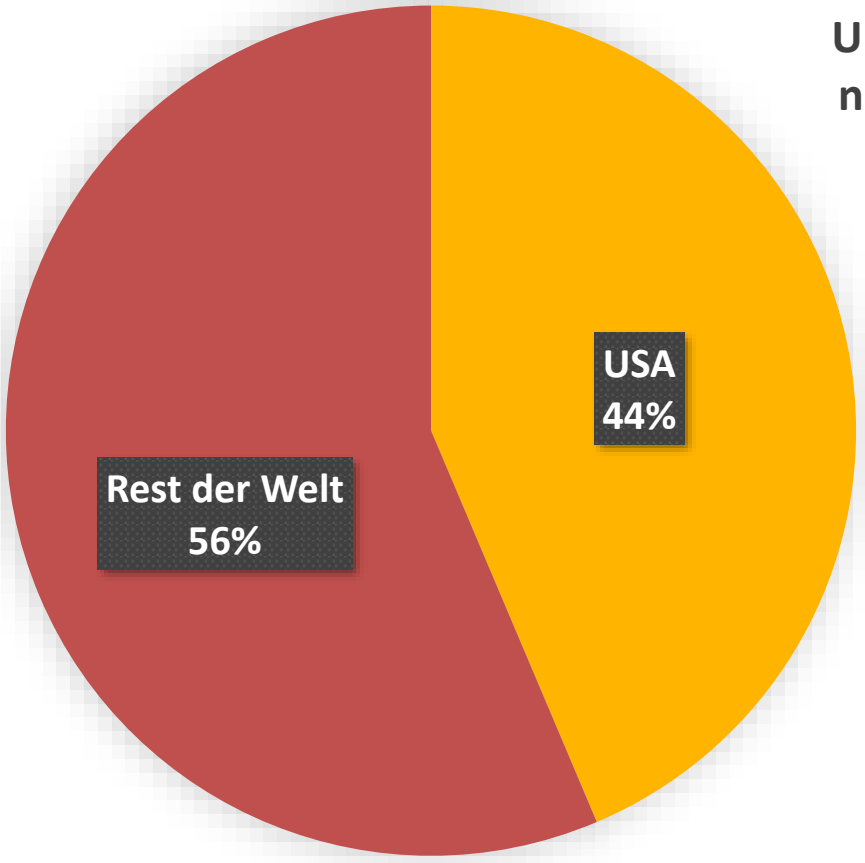
MAU… Monthly Active Users (Monatlich aktive Nutzer)

- Facebook erzielt **98% der Umsätze durch Werbung** von Dritten auf seinen Plattformen Facebook, Instagram und in geringerem Umfang im Messenger.
- **88% der Werbeumsätze** werden durch Werbung auf **mobilen Endgeräten** erzielt.
- Facebook hat keinen Kunden, der mehr als 10% zum Gesamtumsatz beiträgt.

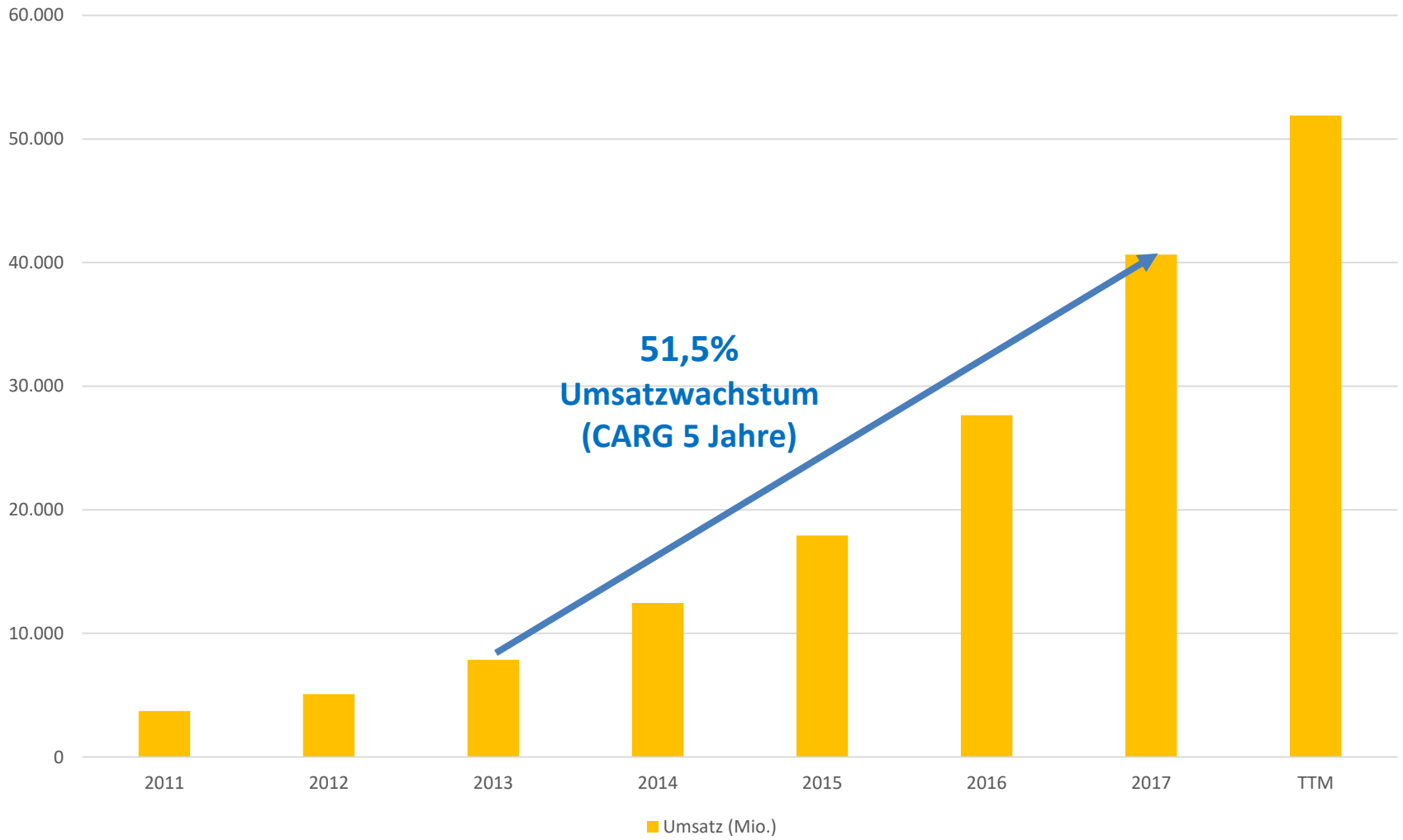
3. Geschäftsmodell | Umsätze



3. Geschäftsmodell | Umsätze



3. Geschäftsmodell | Umsätze



FINANZSENF.DE

3. Geschäftsmodell | Datenschutz

- **Nutzer und deren Nutzerdaten sind das wichtigste Gut** für Facebook. Sie dienen als Basis der Monetarisierung und sind die Grundlage des Geschäftsmodells.
- Leider geht Facebook mit den Nutzerdaten sehr profitorientiert und sorglos um. Der Datenschutz wird dem Profitstreben häufig untergeordnet, wie diese **Chronologie** zeigt:
  - **November 2003**: In einer ersten Version diente die Seite unter dem Namen „Facemash“ bei ihrer Gründung 2003 als öffentliches Bewertungstool für die Attraktivität von Mitstudierenden an Zuckerbergs Universität Harvard. Nach Beschwerden und einer Vorladung vor den Verwaltungsrat Harvards entschuldigte sich Zuckerberg, nahm die Seite vorerst wieder offline und überarbeitete das Konzept.
  - **September 2006**: Der Newsfeed wird eingeführt. Jede Äußerung die bisher privat war, ist plötzlich öffentlich und ohne Vorwarnung sichtbar. Nach kurzer Zeit entschuldigt sich Zuckerberg für diesen Fehler und verspricht bessere Datenschutzeinstellungen.
  - **Dezember 2007**: Facebook führt das neue Werbe-Feature „Beacon“ ein. Damit werden Daten von Online-Einkäufen der Nutzer an Facebook übermittelt. Anfangs werden die Einkäufe ohne Zustimmung der User im Newsfeed veröffentlicht. Nach Beschwerden wird eine Opt-Out-Möglichkeit eingeführt. Die Daten werden trotzdem weiter an Facebook übermittelt, sind jedoch nicht mehr sichtbar. …

3. Geschäftsmodell | Datenschutz

- **Dezember 2007**: … Nach dem dies bekannt wird, entschuldigt sich Zuckerberg und bietet ein Opt-in-Verfahren sowie verbesserte Datenschutzeinstellungen an.
- **Mai 2010:** Facebook steht im Verdacht, persönliche Daten an Werbepartner zu senden. Zuckerberg entschuldigt sich öffentlich und verspricht bessere Datenschutzeinstellungen.
- **November 2011:** Eine US-Behörde stellt fest, dass Facebook Nutzer wiederholt falsch und missverständlich über Datenschutzeinstellungen informiert hat. Insbesondere die mangelnde Sorgfalt gegenüber Drittanbietern wird gerügt. Zuckerberg gibt Fehler zu, verweist aber auf unzählige Werkzeuge und Mittel, die Nutzern eine bessere Kontrolle über ihre Daten geben sollen. Facebook muss sich seitdem aller zwei Jahre einem Audit des Datenschutzprogramms unterziehen.
- **Januar 2013:** Durch die neue Funktion Graph Search können in der Vergangenheit geteilte Inhalte in einen größeren Zusammenhang gebracht werden. Facebook entschuldigt sich nicht, gibt aber eine Anleitung heraus, wie man sich besser vor den neuen Suchmöglichkeiten schützen kann.
- **Juli 2014:** Facebook manipuliert den News-Feed von 700.000 Nutzern um zu prüfen, wie sich eine Veränderung auf die Stimmung der Nutzer auswirkt. Facebook entschuldigt sich für den Fehler und gelobt später Besserung.

3. Geschäftsmodell | Datenschutz

- **Frühjahr 2018:** In Myanmar werden über Facebook Hassnachrichten über die Rohingy-Minderheit verbreitet. Zuckerberg behauptet zunächst, Facebook würde diese Nachrichten automatisch erkennen. Später stellt sich heraus, dass Facebook diese Nachrichten nicht selbst erkannt hat. Facebook entschuldigt sich und verspricht bessere Werkzeug um Hassnachrichten zu bekämpfen.
- **April 2018:** Daten von bis zu 87 Millionen Nutzern wurden "unzulässig" mit der britischen Datenanalysefirma **Cambridge Analytica** geteilt. Die Daten sollen unerlaubt für den Wahlkampf des heutigen US-Präsidenten Donald Trump ausgewertet und genutzt worden sein. Zuckerberg entschuldigt sich für den Datenmissbrauch und kündigt eine Reihe von Reformen an. Es werde jedoch einige Jahre brauchen, um die Probleme mit dem Schutz von Nutzerdaten zu beheben. Zuckerberg muss in dieser Sache vor dem US-Kongress und dem EU-Parlament aussagen. Die EU, Großbritannien und die USA haben die Untersuchungen in diesem Fall noch nicht abgeschlossen. Facebook wirkt nur sehr zögerlich bei der Aufklärung des Skandals mit. In Großbritannien wird eine Strafe von 500.000 GBP gegen Facebook verhängt.
- **September 2018:** 50 Millionen Facebook-Profile sind von einem Hackerangriff betroffen. Die Angreifer sollen eine Sicherheitslücke ausgenutzt haben. Das Leck sei geschlossen und das FBI eingeschaltet worden.

3. Geschäftsmodell | Datenschutz

- **November 2018**: Facebook soll eine PR-Firma beschäftigt haben, um Kritiker in Misskredit zu bringen. Facebook kündigte den Vertrag mit der Agentur und verteidigt sich.
- **Dezember 2018:** Die "New York Times" berichtet, dass Microsofts Suchmaschine Bing Zugriff auf die Namen von Facebook-Freunden eines Nutzers und die Streamingdienste Netflix und Spotify auf die privaten Nachrichten hatte. Außerdem wird FB vom Regierungsbezirk Washington D.C. im Zusammenhang mit dem Cambridge Analytica Skandal angeklagt, die Daten von 340.000 Bürgern unrechtmäßig verwendet zu haben.

3. Geschäftsmodell | Datenschutz | Finanzsenf

- Nutzer und deren Daten sind das **wichtigste Gut** von Facebook.
- Facebook geht leichtfertig mit diesem Gut um – seit Jahren! Das Verhalten von Zuckerberg und Facebook im Umgang mit den Nutzerdaten ist arrogant und dumm zugleich, da es die Grundlage des Geschäftsmodells von Facebook langfristig gefährdet.
- Wie Netzpolitik.org festgestellt hat, ist das Schema im Umgang mit Fehlern bei Facebook immer das Gleiche:
    1. Partielles Schuldeingeständnis und Entschuldigung.
    2. Beteuerung des guten Willens.
    3. Hervorhebung schon existierender Werkzeuge, die Nutzer*innen wohl übersehen haben / zu kompliziert fanden.
    4. Ankündigung neuer Werkzeuge und Mechanismen, mit denen Fehler nicht noch einmal passieren sollen.

3. Geschäftsmodell | Datenschutz | Finanzsenf

- Zuckerberg hat im Zuge des Cambridge Analytica Skandals Reformen angekündigt, um den Datenschutz der Nutzer zu verbessern.
- Diese Reformen zeigen sich u.a. durch **massive Investitionen in neue Mitarbeiter/innen**, die überwiegend zur Bekämpfung von Fake-News und dem besseren Datenschutz eingesetzt werden. So stieg der Zahl der FB-Mitarbeiter/innen im Zeitraum 31.12.2017 bis 30.09.2018 von 25.105 um mehr als **ein Drittel** auf 33.606.
- Mich verwundert die hohe Anzahl der Neueinstellungen im Zeitalter von Digitalisierung, Robotics und Automatisation schon ein wenig. Mittelfristig sollte es doch möglich sein, Fake-News durch Algorithmen und künstliche Intelligenz (KI) zu erkennen, so dass langfristig wieder eine Reduzierung der Mitarbeiterzahl denkbar ist, was mit entsprechenden Personalkosteneinsparungen einhergehen würde.

3. Geschäftsmodell | Produkte und Dienstleistungen

Facebook

- Soziales Netzwerk
- **2,3** Mrd. MAU

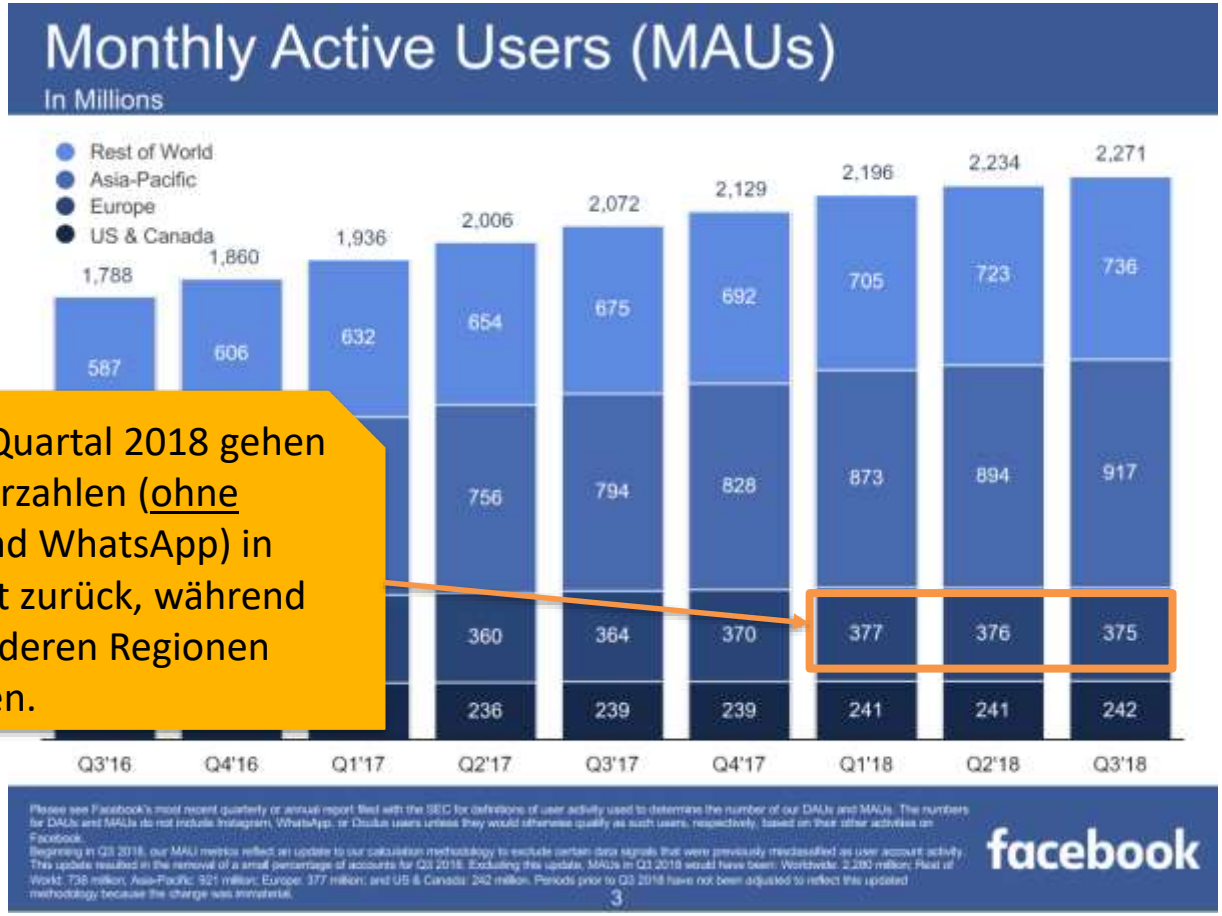
- Werbeanzeigen in der Desktop-Version und in der mobilen App von Facebook stellen die **Haupteinnahmequelle** des FB-Konzerns dar.
- Die Facebook-Plattform ist das älteste und am meisten entwickelte Produkt des FB-Konzerns.
- Im 3. Quartal 2018 waren 1,5 Mrd. täglich aktive Nutzern und 2,3 Mrd. monatlich aktive Nutzern auf der Facebook-Plattform unterwegs.

Instagram

- Audiovisuelle Plattform
- **1** Mrd. MAU

- Instagram wurde 2010 gegründet und 2012 für USD 737 Mrd. von Facebook übernommen.
- Im Februar 2013 hatte Instagram 100 Mio. monatlich aktive Nutzer, im Juni 2018 wurden 1 Mrd. monatlich aktive Nutzer vermeldet.
- Instagram ist derzeit noch **weniger stark monetarisiert** als Facebook. Werbung wird zwischen Fotos und Videos eingeblendet.

3. Geschäftsmodell | Produkte und Dienstleistungen



Seit dem 2. Quartal 2018 gehen die FB-Nutzerzahlen (ohne Instagram und WhatsApp) in **Europa** leicht zurück, während sie in den anderen Regionen weiter steigen.

Quelle: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q3/Q3-2018-Earnings-Presentation.pdf

FINANZSENF.DE

3. Geschäftsmodell | Instagram | Finanzsenf

- Der Erwerb von **Instagram** im Jahr 2012 für nur USD 737 Mrd. (WhatsApp wurde von Facebook im Jahr 2014 für USD 19 Mrd. erworben) ist sicher der bisher **beste Deal** von Mark Zuckerberg gewesen.
- Instagram **wächst sehr schnell** und ist bei jungen Nutzern sehr beliebt.
- Das Umsatzpotential ist noch nicht ausgeschöpft und bietet Luft nach oben.
- **Kritisch** sehe ich, dass Instagram-Inhalte über eine **Schnittstelle** (API) auch von Drittanbietern (z.B. piknu.com, deskgram.net, mystalk.com usw.) genutzt werden können. Dies wirft erneut Fragen zum Datenschutz auf. Gleichzeitig stehen FB die Werbeeinnahmen, die diese Drittanbieter auf ihren Seiten generieren nicht zur Verfügung. Ich habe zu wenig technisches Verständnis um beurteilen zu können, welchen Vorteil diese Schnittstelle für den Facebook-Konzern bietet. Aus meiner Sicht überwiegen die Nachteile einer solchen Schnittstelle.

3. Geschäftsmodell | Produkte und Dienstleistungen

Messenger

- Instant-Messaging-Dienst
- **1,3** Mrd. MAU

- Der Facebook Messenger geht aus der im Jahr 2008 eingeführten Facebook-Chat-Funktion hervor und ist auch als eigenständige App verfügbar.
- Die **Monetarisierung über Werbeanzeigen ist bisher sehr schwach ausgeprägt** und gestaltet sich schwierig aufgrund der privaten Kommunikationsebene dieses Mediums.
- Der zunehmende Einsatz von **Chat-Bots** bietet **interessante neue Möglichkeiten** für Unternehmen mit ihren Kunden in Kontakt zu treten.

WhatsApp

- Instant-Messaging-Dienst
- **1,5** Mrd. MAU

- WhatsApp wurde 2014 für USD 19 Mrd. von Facebook erworben. Die App hat maßgeblich zur Ablösung der SMS beigetragen.
- WhatsApp ist seit 2016 kostenlos und wird bisher von FB **praktisch gar nicht monetarisiert**. WhatsApp liefert daher bisher keinen nennenswerten Umsatzbeitrag.

3. Geschäftsmodell | Produkte und Dienstleistungen

Oculus

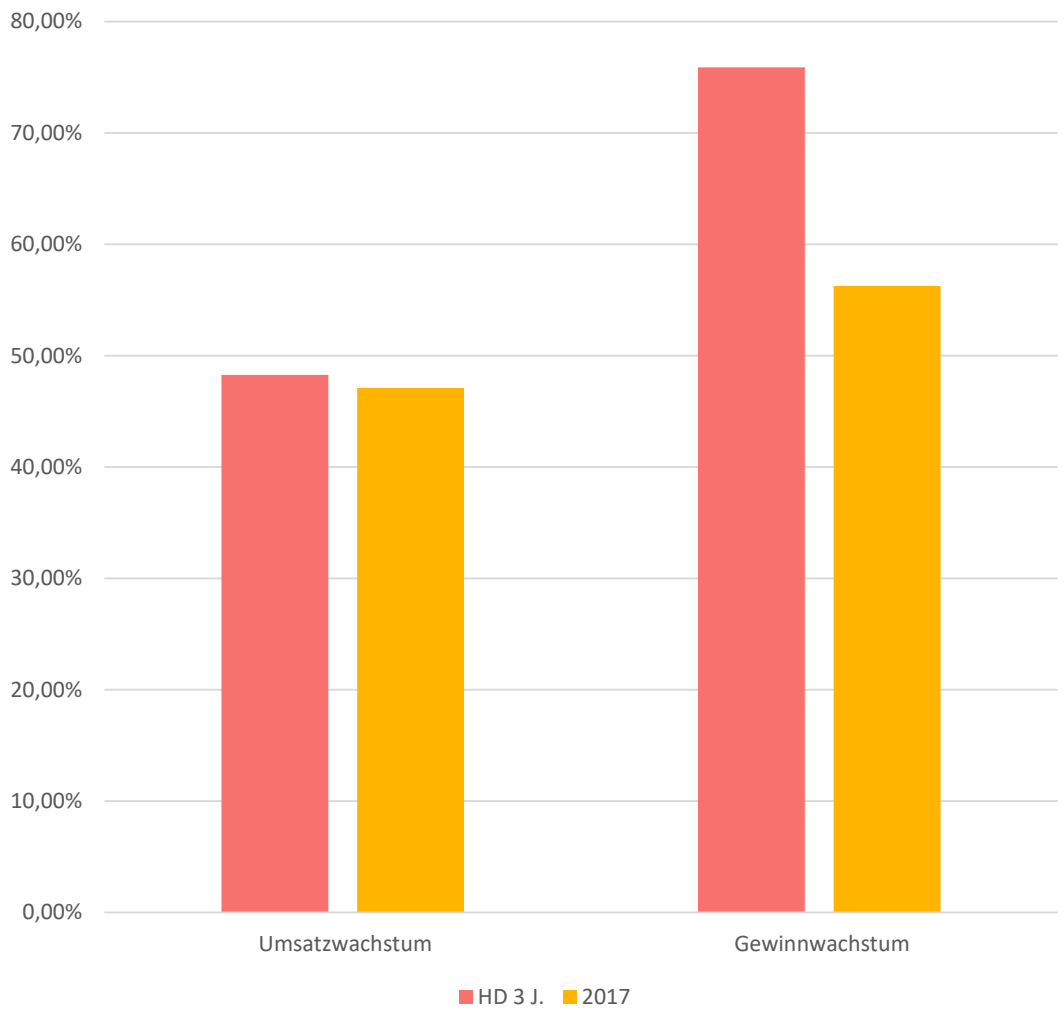
- Produkte und Plattform für virtuelle Realität

- Oculus wurde im Jahr 2014 für USD 2,3 Mrd. von Facebook erworben.
- Oculus bietet hauptsächlich Virtual-Reality-Brillen an, mit denen man in eine virtuelle (digitale) Realität eintauchen kann.
  - „Oculus Rift“, ist eine VR-Brille, die nur zusammen mit einem leistungsstarken PC genutzt werden kann. Sie kostet ca. 400 Euro in Deutschland und wird bisher hauptsächlich im Bereich Gaming genutzt.
  - „Oculus Go“ (Bild links) ist eine VR-Brille, die eigenständig und ohne weitere Hardware genutzt werden kann. Sie kostet in Deutschland ca. 200 Euro.
- Mit Oculus wird Facebook zu einem Anbieter von Hardware, was entsprechende Risken (Produktion, Lagerhaltung, Supply Chain Management usw.) mit sich bringt, mit denen Facebook bislang keinerlei Erfahrung hat.

3. Geschäftsmodell | Oculus | Finanzsenf

- Der Erwerb von Oculus ist der Versuch von Facebook, die hohe Abhängigkeit von Werbeeinahmen zu reduzieren und daher zunächst zu begrüßen. Die bisher erzielten **Umsätze** sind jedoch so **gering**, dass sich im Geschäftsbericht 2017 keinerlei Angaben dazu finden lassen.
- **Virtuelle Realität** wird häufig als „**das nächste große Dinge**“ gepriesen.
- Ich habe mir einige YouTube-Videos zu den Produkten von Oculus angesehen – mein Fazit: Die **Technik** steckt noch **in den Kinderschuhen** und ist eher etwas für technikbegeisterte Early-Adopter. **Kurz- und mittelfristig** sind hier k**eine nennenswerten Umsatzerlöse** zu erwarten. **Langfristig** ist sicher **Potential vorhanden**, dass jedoch durch weitere, massive Investitionen in Forschung & Entwicklung erst gehoben werden muss.
- Ob Oculus im Facebook-Konzern gut aufgehoben ist, darf bezweifelt werden, da Facebook bislang keinerlei Erfahrung mit der Produktion und dem Vertrieb von Hardware hat. Oculus-Produkte werden von Facebook aus meiner Sicht bisher nur schwach beworben.

3. Geschäftsmodell | Wachstumsanalyse



- Umsatz und Gewinn konnten in den letzten Jahren zu Rekordraten gesteigert werden.
- Diese hohen Wachstumsraten werden sich in Zukunft nicht aufrecht halten lassen.
- Analystenschätzungen auf finanzen.net gehen von einem durchschnittlichen **Gewinnwachstum je Aktie** von **11,5% p.a**. bis 2022 und einem **Umsatzwachstum** von **ca. 20% p.a.** aus.
- Die Umsatzschätzung deckt sich mit dem erwarteten Marktwachstum (21,5%) laut Branchenanalyse.

3. Geschäftsmodell | Buffett-Burggraben-Test

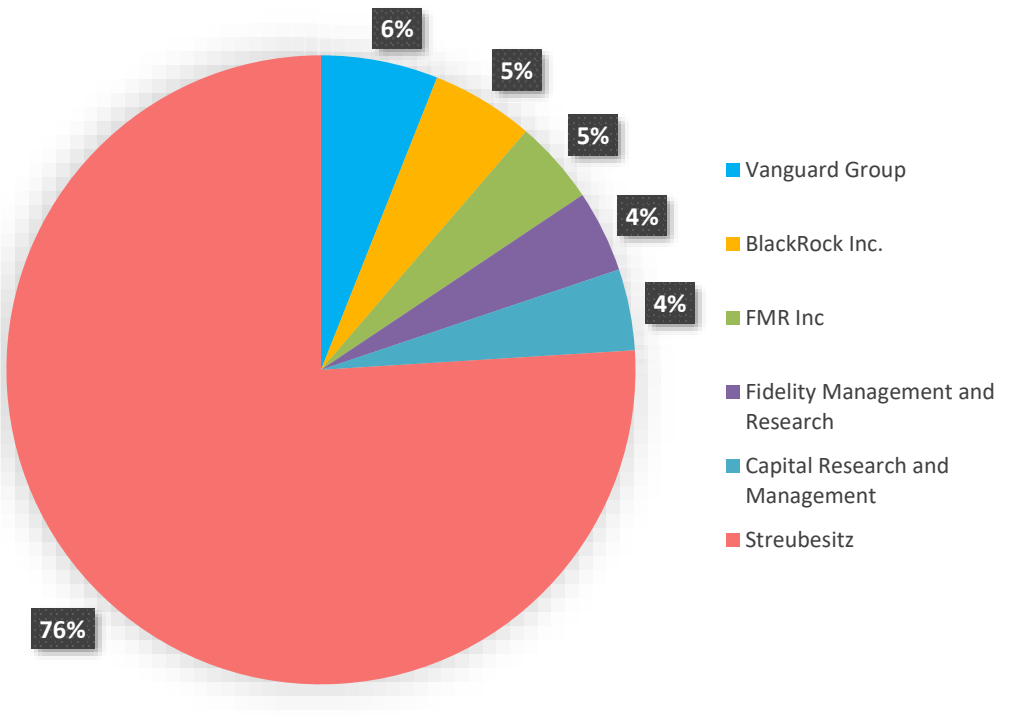
Hat das Unternehmen einen langfristigen und dauerhaften Wettbewerbsvorteil?
(Buffett - Burggraben –Test)

Es gibt keinen ähnlichen Ersatz für das Produkt/ die Dienstleistung?	Nein
Produkt/ Dienstleistung kann nicht leicht gewechselt werden?	Ja
Es besteht ein Monopol/ Oligopol?	Ja
Starke Marke(n)?	Nein
Bedeutsame Patente und immaterielle Werte?	Ja
Netzwerkeffekte?	Ja
Skaleneffekte und Kostenvorteile?	Ja
Preismacht?	Ja

3. Geschäftsmodell | Fazit | Finanzsenf

- Allein auf Basis der Checkliste „Buffett-Burggraben-Test“ ergibt sich für Facebook ein breiter und tiefer Burggraben.
- Die Vergangenheit hat jedoch gezeigt, dass soziale Netzwerke nicht für die Ewigkeit gemacht sind. Die rückläufigen Nutzerzahlen bei jüngeren Facebook-Nutzern belegen dies.
- Facebook hat jedoch mit Instagram, WhatsApp und dem Facebook Messenger Produkte mit einer riesigen Nutzerzahl im Portfolio, die für zukünftige Umsätze sorgen können und bisher kaum oder nur schwach monetarisiert sind.
- Die Datenskandale haben die Reputation von Facebook beschädigt. Allerdings ist aus meiner Sicht trotz allem nicht mit einem Exodus der Nutzer zurechnen. Es fehlt einfach eine Alternative außerhalb des Facebook-Konzern. Ein möglicher Absprung von Werbekunden ist aus meiner Sicht auch eher unwahrscheinlich, da sie letztlich vom großzügigen Umgang mit den Nutzerdaten profitieren und FB immer noch digitalen Zugang zu Milliarden von Menschen hat.

4. Anteilseigner | Aktionärsstruktur



(Struktur der A-Aktien)

- Facebook hat zwei verschiedene Aktienarten ausgegeben:
  - A-Aktien verfügen über eine Stimme pro Aktie und sind börsennotiert (Nasdaq).
  - **B-Aktien** verfügen über **10 Stimmen pro Aktie** und sind nicht börsennotiert. Zum 31.12.2017 hielten 52 Aktionäre B-Aktien von Facebook. Die B-Aktien werden im Wesentlichen **von führenden FB-Managern und FB-Mitarbeitern gehalten**.

5. Management

CEO	Mark Zuckerberg	Alter	34
Im Unternehmen seit:	2004	Im Amt seit:	2004
Beteiligungsquote am Unternehmen:	60%*		

Vita:	
	- 2002-2004 Studium Informatik und Psychologie an der Havard University (ohne Abschluss, erhielt jedoch 2017 die Ehrendoktorwürde) - Gründung von Facebook (2004) - Zuckerberg ist neben seiner Funktion als CEO auch Vorsitzender (Chairman) des Board of Directors (Verwaltungsrat, ähnlich dem deutschen Aufsichtsrat) - * Aufgrund eines dualen Systems von A- und B-Aktien besitzt Zuckerberg zwar nicht die Mehrheit der Aktien, jedoch die Mehrheit der Stimmrechte. Laut US-Medien verfügt er insgesamt **über 60% der Stimmen** und ist damit **beherrschender Aktionär bei Facebook**.

5. Management

COO	Sheryl Sandberg	Alter	49
Im Unternehmen seit:	2007	Im Amt seit:	2008
Beteiligungsquote am Unternehmen:	ca. 1%		

Vita:	- 1993-1995 Havard Business School (MBA mit höchster Auszeichnung) - 1995-1996 McKinsey - 1996-2001 Stabschefin im US-Finanzministerium - 2001-2006 Vizepräsidentin im Online-Verkauf bei Google - Sandberg **verantwortet seit 2007 bei Facebook** als COO (Chief Operating Officer) **das operative Geschäft** des Facebook-Konzerns. - Sie ist eine der reichsten Frauen der Welt und Vertreterin einer neuen amerikanischen Frauenbewegung.

5. Management | Fazit | Finanzsenf

- **Zuckerberg beherrscht und kontrolliert Facebook als Aktionär, CEO und Vorsitzender des Verwaltungsrates**. Gegen seinen Willen geht bei Facebook nichts. Die beherrschende Stellung von Zuckerberg wird immer wieder von Anteilseignern und Finanzexperten angemahnt. U.a. wird gefordert, dass Zuckerberg den Vorsitz im Verwaltungsrat aufgeben soll. Bisher lehnt er dies jedoch strikt ab.
- **Sandberg** ist eine sehr fähige Managerin, die letztlich das heutige Geschäftsmodell von Facebook erst entwickelt und etabliert hat.
- Ohne Sandberg wäre Facebook heute sicher nicht so erfolgreich. Ohne Sandberg gebe es aber auch vielleicht nicht so viele Skandale, wobei nicht klar ist, ob Sie allein die Schuld trägt, schließlich führen alle Wege über Zuckerberg. Medien bezeichnen das Verhältnis von Zuckerberg und Sandberg aktuell als sehr schwierig, was auf die zahlreichen Skandale der letzten Monate und Jahre zurückgeführt werden kann.
- Nicht zuletzt die New York Times kritisiert das Verhalten des Facebook-Managements, dass hauptsächlich aus „**verzögern, verweigern und ablenken**“ besteht.

5. Management | Fazit | Finanzsenf

- ***„Es fehlt an einem echten moralischen Einsatz. […] Sie müssten einfach nur kontrollieren, dass man da wirklich mit seinen Freunden kommuniziert – und nicht von Leuten mit all ihren Botschaften beschallt wird. Es würde natürlich etwas kosten, all diese Posts zu kontrollieren. Und das würde vermutlich den Gewinn etwas drücken. Deshalb tun sie nicht allzu viel.“*** (Steve Wozniak, Mitbegründer von Apple)

- ***„Manager werden für einen Bruchteil dessen gefeuert, was diese zwei angerichtet haben.“*** *Scott Galloway, ein Marketingprofessor an der New York University über Mark Zuckerberg und Sheryl Sandberg.*

5. Management | Fazit | Finanzsenf

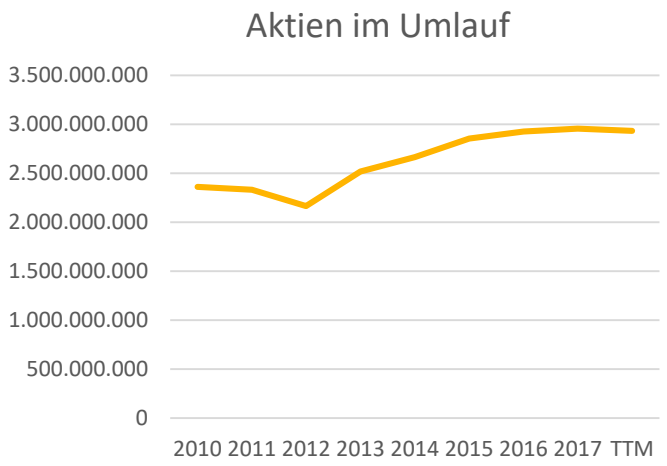
- Meines Erachten ist die Entlassung von **Sandberg** überfällig und würde sicher der Facebook-Aktie einen Auftrieb geben, wie auch von einigen US-Analysten vermutet wird.
- Die Stellung von **Zuckerberg** im Unternehmen ist **zu mächtig**. Sie wird sich jedoch nur verändern, wenn Zuckerberg freiwillig Macht abgibt, was leider nicht sehr wahrscheinlich ist. Ein Rücktritt als CEO oder die Abgabe des Vorsitzes im Verwaltungsrat würde ich ebenfalls sehr begrüßen.
- Im **Finanzsenf-Qualitätscheck** wird das **Management** trotz der insgesamt erfolgreichen Unternehmensentwicklung der letzten Jahre als **nicht (mehr) vertrauenswürdig eingestuft.**
- Das die Skandale Facebook bisher nicht ernsthaft geschadet haben, ist auch auf die marktbeherrschende Stellung des Unternehmens zurückzuführen. Es gibt einfach keine echte Alternative zu Facebook, WhatsApp & Co.
- Die monopolartige Stellung von Facebook wird von den Regulierungsbehörden im Zuge der Aufarbeitung der hiesigen Datenskandale sicher hinterfragt werden, was für Facebook sicher nicht von Vorteil sein wird.

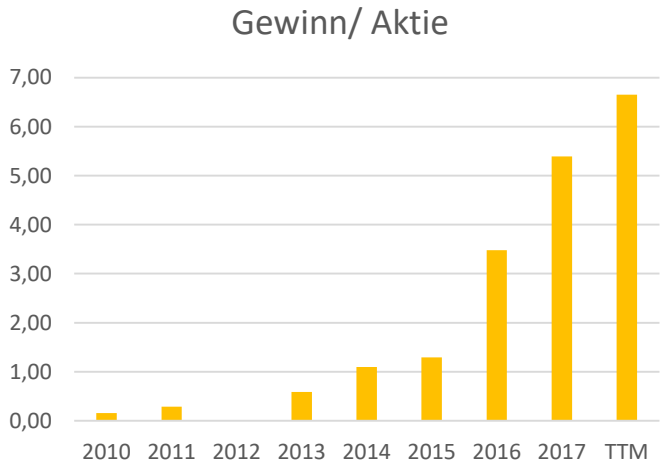
6. Vermögen und Finanzen | Vermögen

- Bei einer Bilanzsumme von USD 92,5 Mrd. verfügt Facebook über USD 9,6 Mrd. Cash und USD 31,6 Mrd. Cash ähnliche Wertpapiere wie Geldmarktfonds und US-Staatsanleihen. 45% des Unternehmensvermögens bestehen damit aus Cash- oder Cash ähnlichen Forderungen.
- Auf den Goodwill von USD 18,3 Mrd. entfallen USD 15,3 Mrd. auf WhatsApp und USD 1,5 Mrd. auf Oculus.

- Facebook verfügt über eine sehr starke Bilanz.
- Die Werthaltigkeit des Goodwill ist aus Sicht von Finanzsenf gegeben. WhatsApp ist eine der am genutzten Apps der Welt. Die App ist bisher kaum monetarisiert und bietet daher noch einiges Potential.
- Die sehr hohen Cash-Reserven speisen sich aus einem sehr hohen Free-Cashflow. Facebook könnte ohne Probleme größere Übernahmen tätigen. Es gibt jedoch kaum geeignete Übernahmeziele für Facebook innerhalb des Bereichs Social Media. Facebook hat schlicht schon fast alles aufgekauft, was es in diesem Bereich zu kaufen gibt. Das Übernahmeangebot im Jahr 2013 von USD 3 Mrd. für Snap Inc. (Snapchat) stieß beim Snap Management auf Ablehnung und hätte sicher auch wettbewerbsrechtliche Probleme mit sich gebracht.

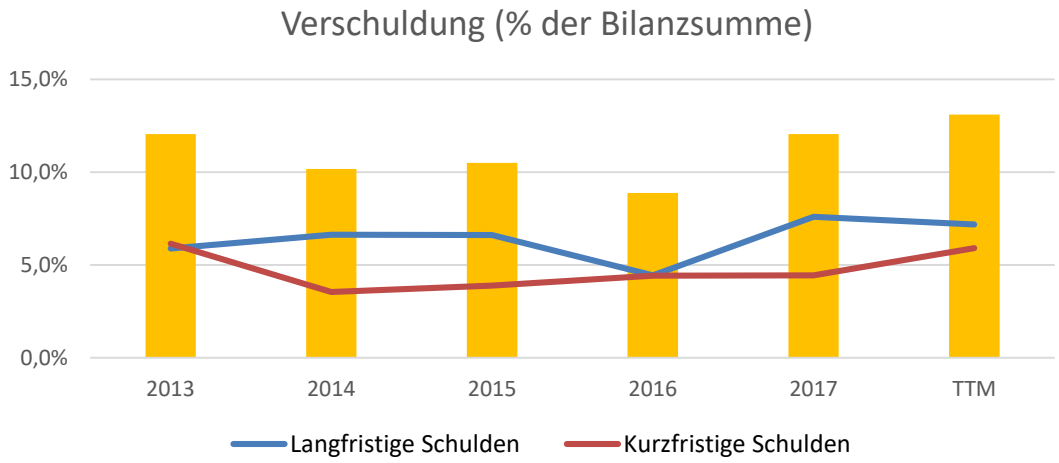
6. Vermögen und Finanzen | Eigenkapital

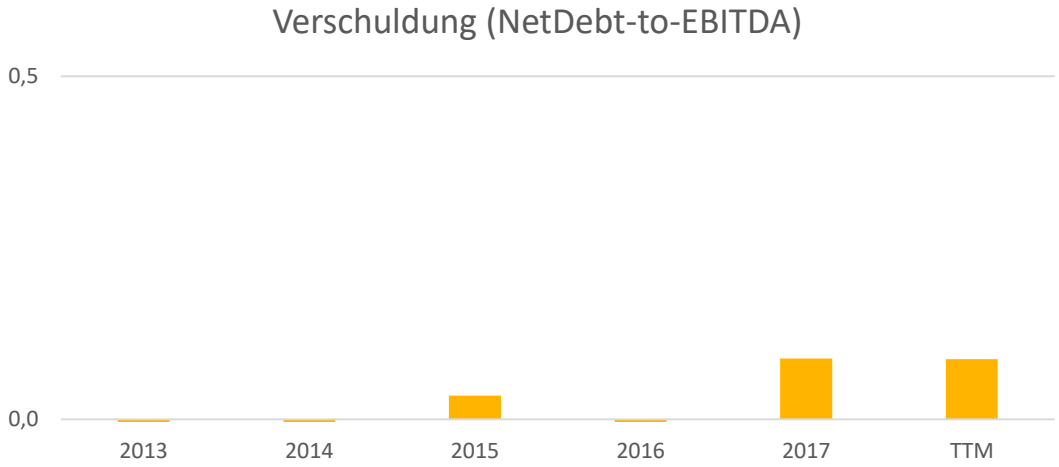




- Facebook ist erst seit 2012 börsennotiert. Nach dem Börsengang kam es zu einem leichten Anstieg der Aktien im Umlauf (A-Aktien) unter anderem auch durch die Akquisition von WhatsApp im Jahr 2014, bei der neue Aktien zur Finanzierung ausgegeben wurden. Seit 2015 ist die Anzahl der Aktien im Umlauf weitestgehend konstant.
- FB hat im November 2016 ein zeitlich unbefristetes Aktienrückkaufprogramm (nur A-Aktien) in Höhe von USD 6 Mrd. beschossen. Im Jahr 2017 wurde 13 Mio. A-Aktien im Wert von USD 2 Mrd. zurückgekauft. Anfang Dezember 2018 wurde das **Aktienrückkaufprogramm** um USD 9 Mrd. auf **USD 15 Mrd**. erhöht.
- Der Gewinn pro Aktie stieg in den letzten drei Jahren (CAGR) um fast 76% p.a.!

6. Vermögen und Finanzen | Fremdkapital

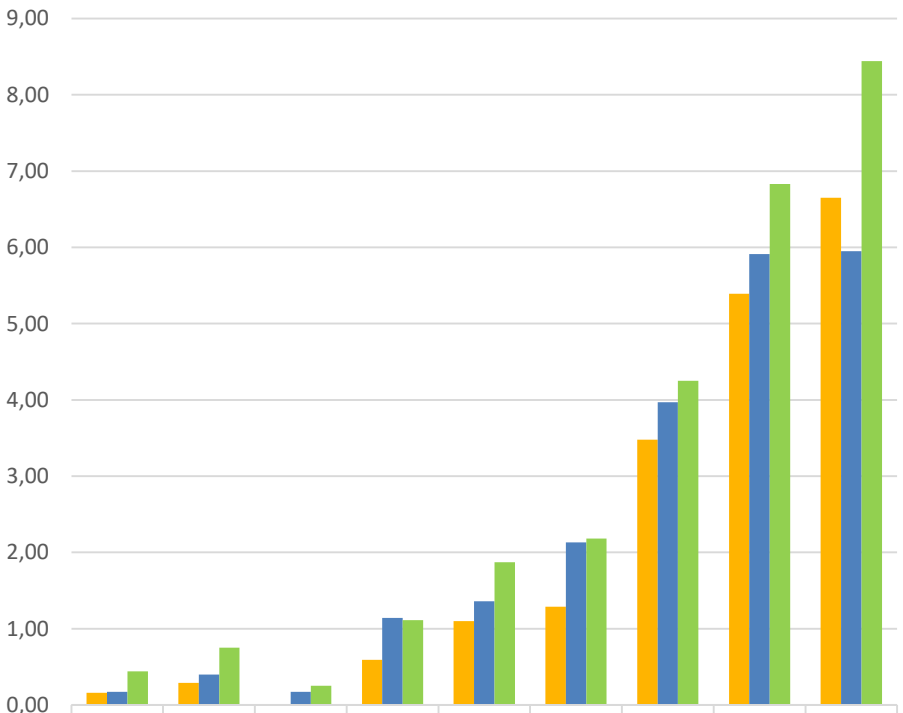




- Facebook ist praktisch schuldenfrei und weist keine langfristigen Verbindlichkeiten in der Bilanz aus.

FINANZSENF.DE

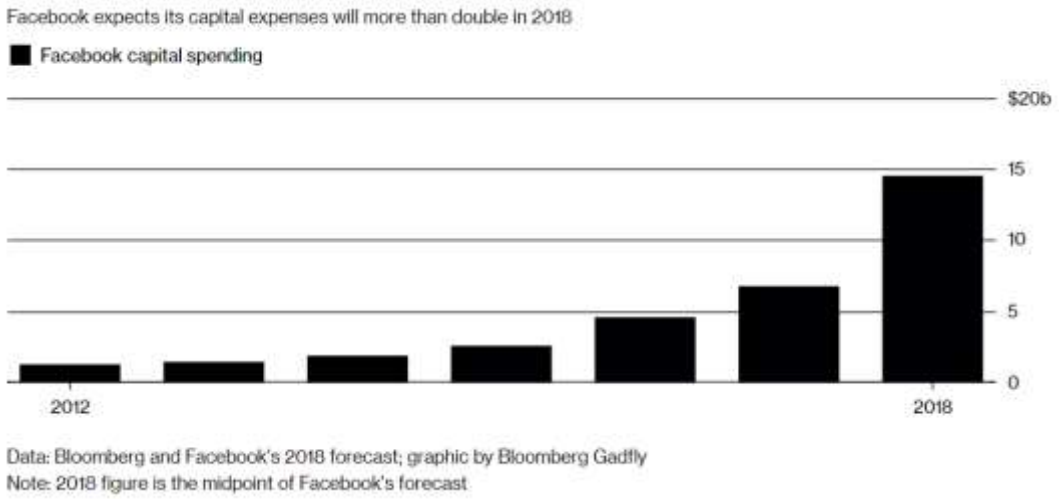
6. Vermögen und Finanzen | Cashflow



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	TTM
Gewinn/ Aktie	0,16	0,29	0,01	0,59	1,10	1,29	3,48	5,39	6,65
FCF / Aktie	0,17	0,40	0,17	1,14	1,36	2,13	3,97	5,91	5,95
EBIT/Aktie	0,44	0,75	0,25	1,11	1,87	2,18	4,25	6,83	8,44

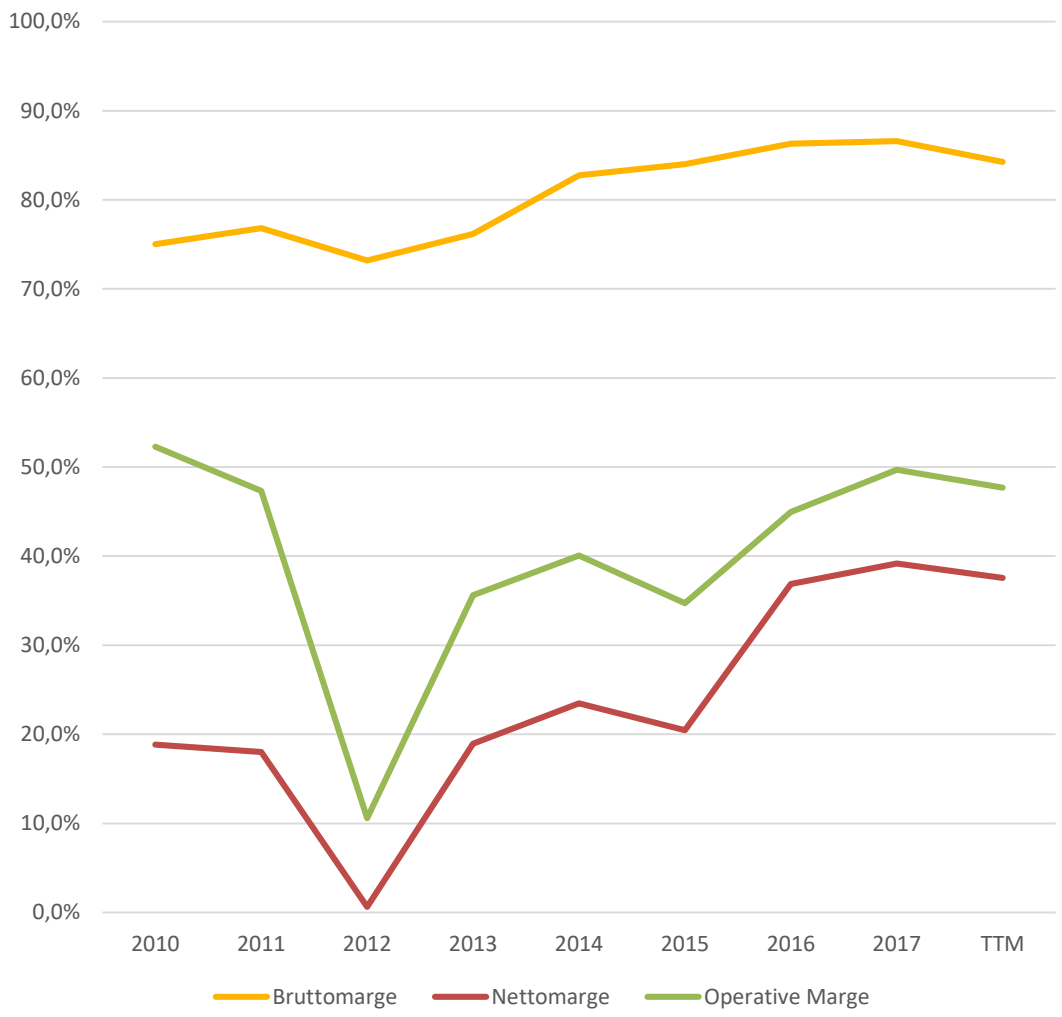
- **Von jedem Dollar Umsatz** blieben im Jahr 2017 **43 Cent Free-Cashflow** hängen. Ein extrem guter Wert. Bei Apple, bleiben nur 24 Cent übrig, was immer noch ein sehr guter Wert ist.
- Aufgrund aktuell hoher Investitionen (CAPEX) bleiben im laufenden Jahr wohl nur 33 Cent Free-Cashflow je Dollar Umsatz übrig. FB begründet dies mit Investitionen in Produkte und Wachstum.

6. Vermögen und Finanzen | Cashflow | Finanzsenf



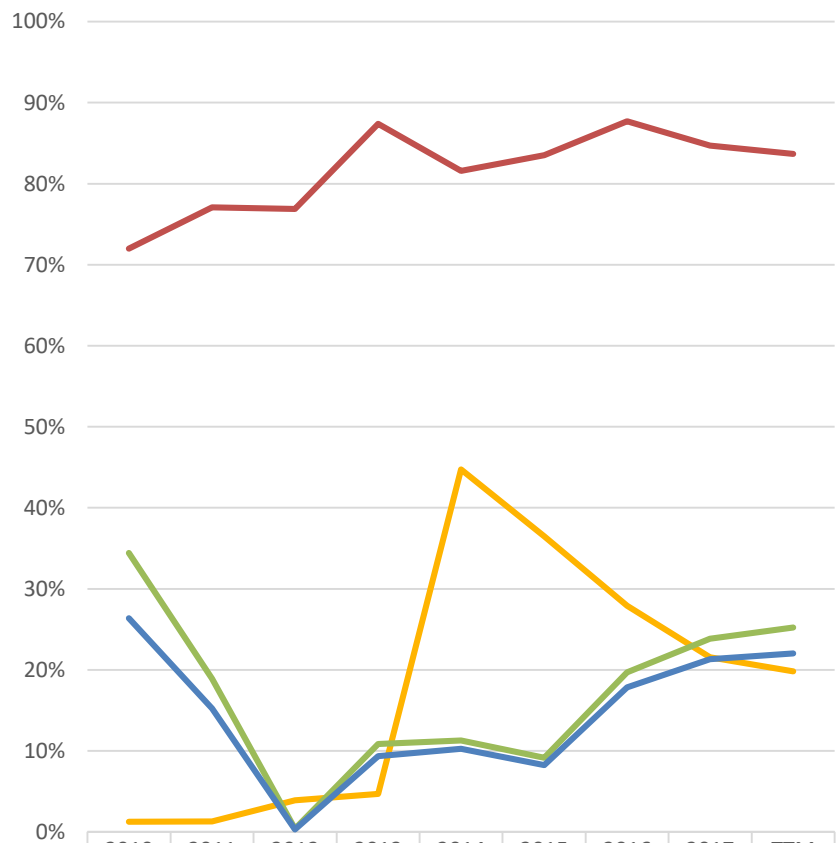
- Die Kapitalinvestitionen (CAPEX) werden sich in 2018 im Vorjahresvergleich fast verdoppeln. Bloomberg hält dies für sehr ungewöhnlich, da Facebook kein kapitalintensives Geschäftsmodell hat.
- Facebook macht jedoch kaum Angaben zu dieser Verdopplung, die nur zum Teil auf den Aus- und Aufbau von Infrastruktur und Equipment zurückgeführt werden kann.
- Entweder arbeitet FB hier an neuen Hardware-Produkten (z.B. neue Oculus-Produkte) oder Facebook wird undiszipliniert bei der Kapitalverwendung… ?

6. Vermögen und Finanzen | Margen



- Die Margen von Facebook sind außergewöhnlich hoch und auf die marktbeherrschende Stellung zurückzuführen.
- Aufgrund hoher Investitionen in neue Mitarbeiter sollten operative Marge und Nettomarge zukünftig jedoch geringer ausfallen.

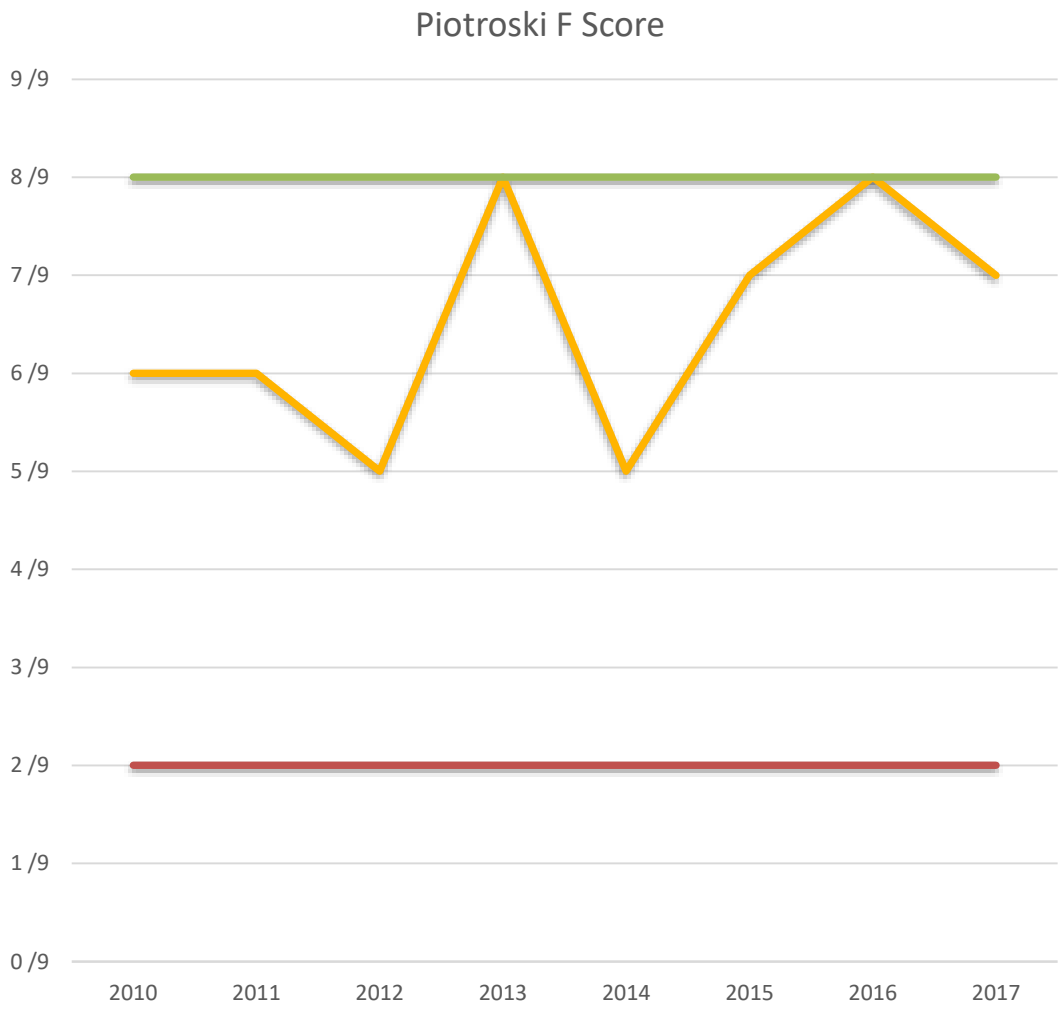
6. Vermögen und Finanzen | Kapitalrenditen



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	TTM
Goodwill-Quote	1%	1%	4%	5%	45%	36%	28%	22%	20%
EK-Quote (Substanz)	72,0%	77,1%	76,9%	87,4%	81,6%	83,5%	87,7%	84,7%	83,7%
EK-Rendite (ROE)	34,4%	18,9%	0,4%	10,8%	11,3%	9,1%	19,7%	23,8%	25,2%
GK-Rendite (ROI)	26,4%	15,2%	0,3%	9,3%	10,3%	8,2%	17,8%	21,3%	22,0%

- Facebook hat sehr starke Kapitalrenditen vorzuweisen. Eigenkapital- und Gesamtkapitalrendite liegen über 20%.
- Die Substanzquote (Eigenkapitalquote um Goodwill bereinigt) liegt bei über 80%. Ein extrem starker Wert, der auf die „mangelnde“ Verschuldung zurückgeführt werden kann.

6. Vermögen und Finanzen | Finanzielle Qualität



- Der Piotroski F Score bewegt sich im oberen Bereich (7 von maximal 9 Punkten zum 31.12.2017) und signalisiert eine gute finanzielle Qualität.

6. Vermögen und Finanzen | Fazit | Finanzsenf

- Facebook hat unglaublich starke Bilanz- und Finanzkennzahlen vorzuweisen.
- Das Geschäftsmodell ist ein Cash-Maschine, die durch die zahlreichen Datenskandale der Vergangenheit zukünftig etwas langsam laufen könnte.
- Selbst etwaige Strafzahlungen im unteren einstelligen Milliardenbereich stellen keine ernsthafte finanzielle Bedrohung für Facebook dar.
- Es besteht die Gefahr, dass aufgrund der scheinbar unendlich verfügbaren finanziellen Mittel eine mangelnd Kapitaldisziplin einsetzt oder bereits eingesetzt hat. Die Verdopplung der Kapitalinvestitionen (CAPEX) könnte dafür ein Anzeichen sein. Diese Gefahr ist vor allem dadurch begründet, dass Zuckerberg die beherrschende Stellung im Unternehmen inne hat und von niemanden ernsthaft kontrolliert wird.

7. Dividende

- Facebook hat noch nie eine Dividende gezahlt und plant auch in der nahen Zukunft keine Bardividende auszuschütten.

8. Chancen und Risiken

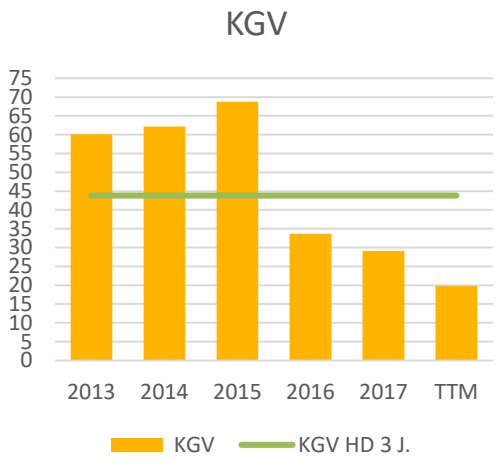
Chancen

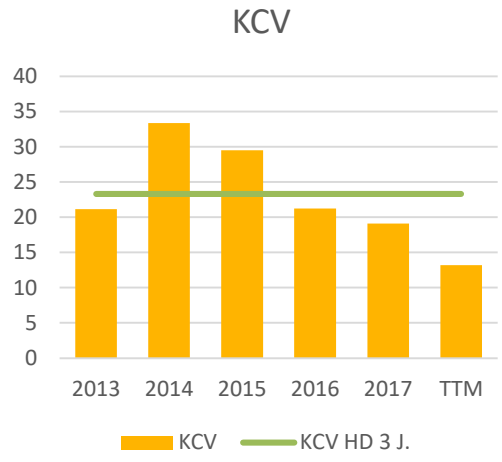
- Instagram, WhatsApp und der FB-Messenger sind bislang kaum monetarisiert und bieten starkes Wachstumspotential.
- Facebook hat eine monopolartige, marktbeherrschende Stellung mit einem breiten Burggraben im mobilen Onlinewerbemarkt und kann so am weiteren Marktwachstum direkt partizipieren.
- Der Einsatz von künstlicher Intelligenz (AI) sowie Virtual Reality Produkten (Oculus) bieten weiteres Umsatzwachstumspotential.

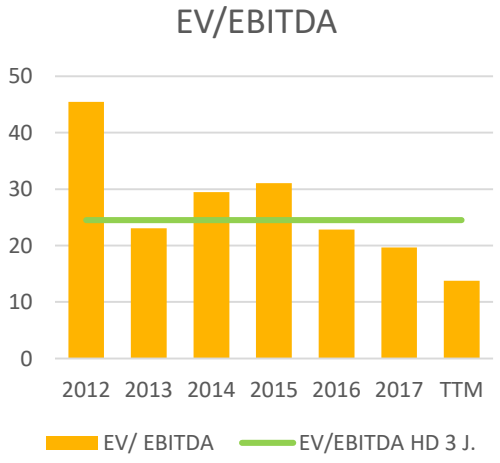
Risiken

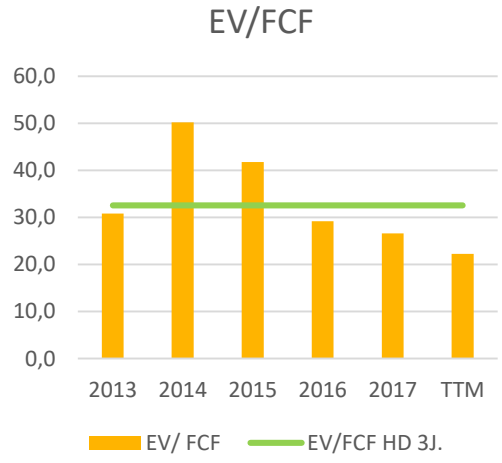
- Mark Zuckerberg beherrscht Facebook allein und wird nicht ausreichend kontrolliert.
- Der Umsatz von Facebook ist fast ausschließlich von Werbeeinnahmen abhängig und nicht diversifiziert.
- Zahlreiche Datenskandale haben die marktbeherrschenden Stellung von Facebook stärker in den Fokus von Datenschützern sowie von Aufsichts- und Kartellbehörden gerückt. Ein stärkerer Regulierung hätte negative Auswirkungen auf die weitere Umsatzentwicklung. Auch eine mögliche Zerschlagung von Facebook wird immer wieder diskutiert.

9. Bewertung









- Die aktuelle Bewertung auf Basis der historischen Durch-schnittswerte (HD 3 J.) deutet auf eine Unterbewertung hin.
- Die aktuelle Bewertung ist auch das Ergebnis sich abschwächender Wachstumsraten. Insofern sind die historischen Durchschnittswerte eher zu hoch und werden zukünftig absinken.

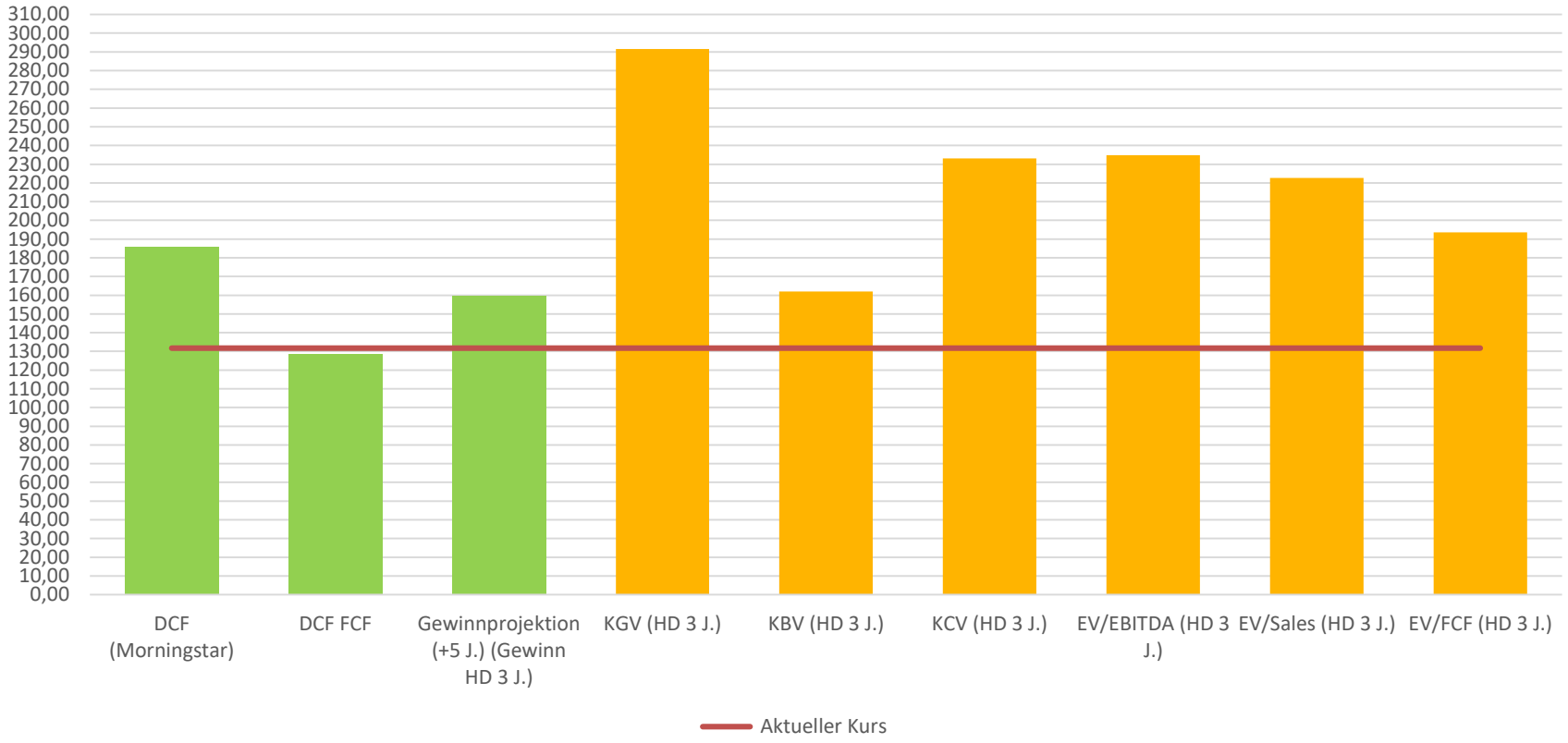
9. Bewertung | Peer-Group

Unternehmen	MK in Mrd. USD	Operative Marge (TTM)	Umsatz-wachstum (CAGR 3 Jahre)	Verschuld-ungsgrad	EV/ EBITDA	eKGV
Amazon	744,9	4,9%	26,0%	63,0%	30,1	57,1
Alphabet	713,3	23,8%	18,9%	2,0%	15,1	22,2
Facebook	402,9	47,1%	48,2%	0,0%	13,0	19,4
Twitter Inc.	25,4	12,4%	20,3%	27,0%	28,6	40,3
Snap Inc.	7,2	-133,3%	-	-	-6,9	-

Quelle: morningstar.com, 17.12.18 / Angaben ohne Gewähr. © 2018 finanzsenf.de

- Im Peer-Group-Vergleich kann Facebook eine hohe Unternehmensqualität bei allen Finanzkennzahlen vorweisen und ist zugleich aktuell attraktiv bewertet.

9. Bewertung | Fair-Value-Diagramm



Werte in USD

Dargestellt wird der aktuelle Kurs (rote Linie) im Zeitpunkt der Analyse. Die Säulen stellen mögliche faire Werte auf Basis des jeweiligen Bewertungsverfahrens dar. Bitte beachten Sie die weiteren Hinweise und Erläuterungen hierzu.

9. Bewertung | Fairer Wert (Schätzung)

Zukunftsorientierte Bewertung	USD 159,40
Vergangenheitsorientierte Bewertung	USD 227,82
Fairer Wert von Finanzsenf	**USD 162,00**

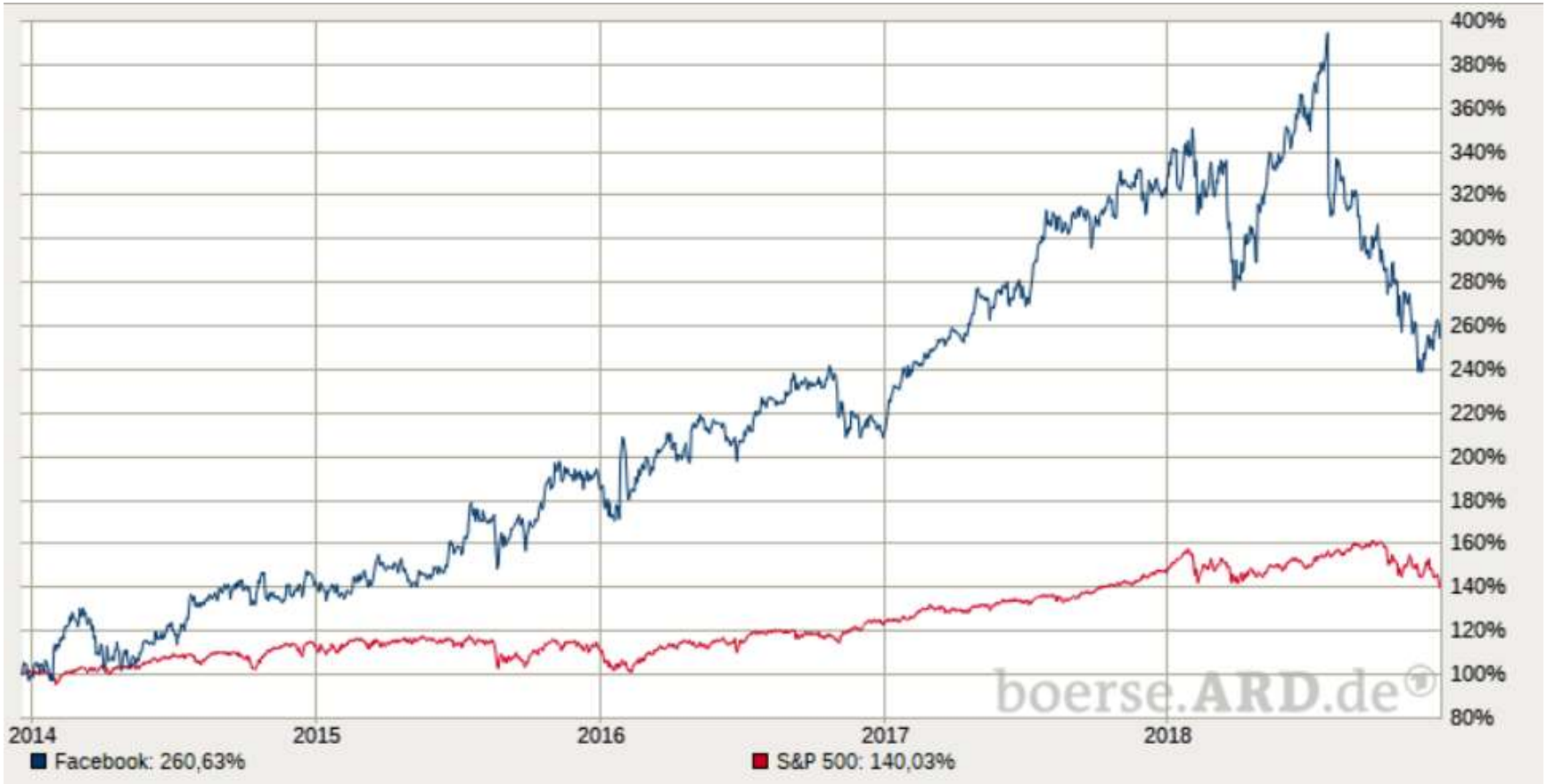
- Die zukunftsorientierten Bewertungsverfahren kommen im Mittel (Median) auf einen fairen Wert von USD 159,40 je Aktie bei einem angenommenen Gewinnwachstum von 11,56 p.a.% (Ausnahme „DCF Morningstar“)
- Die vergangenheitsorientierten Bewertungsverfahren kommen im Mittel (Median) auf einen fairen Wert von USD 227,82 je Aktie.
- Es ergibt sich ohne Berücksichtigung einer Sicherheitsmarge eine sehr große Spanne für den fairen Wert von ca. USD 159-227 je Aktie.
- **Facebook ist nach subjektiver Meinung von Finanzsenf.de aktuell unterbewertet.**

10. Chartanalyse | 5 Jahre | Trendfolgeanalyse

Quelle: https://kurse.boerse.ard.de/ard/kurse_einzelkurs_charts.htn?i=19570008, 20.12.2018

FINANZSENF.DE

10. Chartanalyse | 5 Jahre | S&P 500 Vergleich



Quelle: https://kurse.boerse.ard.de/ard/kurse_einzelkurs_charts.htn?i=19570008, 20.12.2018

FINANZSENF.DE

11. Fazit | Finanzsenf

- Facebook hat eine monopolartige Stellung in dem Wachstumsmarkt „mobile Onlinewerbung“. Mit WhatsApp und Instagram besteht noch viel ungenutztes Umsatzpotential. In Oculus muss noch einiges investiert werden, um nennenswerte Umsätze im Bereich Virtual Reality zu generieren.
- Der leichtfertige Umgang mit den Nutzerdaten und die daraus resultierenden Skandale werden Facebook noch teuer zu stehen kommen, das Unternehmen jedoch nicht zu Fall bringen.
- Zuckerberg hat zu viel Macht, die Facebook nachweislich (siehe Skandale) nicht gut tut. In einem Unternehmen mit den sonst üblichen Strukturen, hätte er schon längst seinen Hut als Vorstandsvorsitzender nehmen müssen. Da er jedoch zugleich Vorsitzender des Verwaltungsrates und der Aktionär mit den meisten Stimmen ist, ist davon nicht aus zu gehen. Sheryl Sandberg hat Facebook zu dem gemacht, was es heute ist. Ein finanziell starkes Unternehmen, das leichtfertig mit seinem wichtigsten Gütern umgeht – seinen Nutzern und deren Daten. Ihr Rücktritt wäre aus meiner Sicht ebenfalls zu begrüßen und ein positives Zeichen für einen Neuanfang.
- Die Aktie ist nach Meinung von Finanzsenf fundamental unterbewertet aber charttechnisch in einem Abwärtstrend.

Finanzsenf-Newsletter

Ihnen hat die Finanzsenf-Aktienanalyse gefallen?

Dann abonnieren Sie doch jetzt den kostenlosen Finanzsenf-Newsletter und verpassen Sie keine Analyse mehr

JETZT Newsletter abonnieren und hier klicken

bzw. alternativ diese URL in ihren Browser kopieren:

http://eepurl.com/dl8hcz

oder direkt zu

https://www.finanzsenf.de

FINANZSENF.DE

Offenlegung von Interessenkonflikten

Der Ersteller der Analyse oder ihm nahestehende Personen stehen in keiner vertraglichen Beziehung zu dem analysierten Unternehmen und sind auch nicht anderweitig für das Unternehmen tätig.

Der Ersteller der Analyse hält Aktien (long) des analysierten Unternehmens.

Abkürzungsverzeichnis

AFFO	Adjusted Funds form Operations
BW	Buchwert
CAGR	Compound Annual Growth Rate
CEO	Chief Executive Officer
CF	Cashflow
DDM	Dividend Discount Model
Div	Dividende
eDiv	erwartete Dividende
EK	Eigenkapital
EV	Enterprise Value
F&E	Forschung & Entwicklung
FCF	Free Cashflow
FFO	Funds from Operations
GDF	Graham-Dodd-Formular
Gj.	Geschäftsjahr
GK	Gesamtkapital
HD	Historischer Durchschnitt
Histor.	historisch
J.	Jahre
KBV	Kurs-Buchwert-Verhältnis
KCV	Kurs-(operativer) Cashflow-Verhältnis
KGV	Kurs-Gewinn-Verhältnis
Mio.	Millionen
MK	Marktkapitalisierung
Mrd.	Milliarden
p.a.	per anno
PEG	Kurs-Gewinn-Wachstums-Verhältnis
ROA	Return on Assets (Gesamtkapitalrendite)
ROE	Return on Equity (Eigenkapitalrendite)
TTM	Trailing Twelve Months
WACC	Weighted Average Cost of Capital

Wesentliche Quellen

http://whoownsfacebook.com/
http://www.futurebiz.de/artikel/snapchat-statistiken-nutzerzahlen/
http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/investoren-setzen-facebook-gruender-mark-zuckerberg-unter-druck-a-1233894.html
http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-skandal-daten-von-87-millionen-nutzern-betroffen-a-1201288.html
http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/facebook-in-der-krise-propaganda-fake-news-datenklau-a-1240384.html
https://boerse.ard.de/aktien/fuer-facebook-wird-die-luft-duenner100.html
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/241601/umfrage/marktanteile-fuehrender-social-media-seiten-weltweit/
https://de.wikipedia.org/wiki/Facebook_Watch
https://investor.fb.com/home/default.aspx
https://markets.businessinsider.com/news/stocks/facebook-stock-price-mark-zuckerberg-sheryl-sandburg-new-york-times-response-2018-11-1027735637
https://netzpolitik.org/2018/chronologie-der-entschuldigungen-die-unglaubwuerdigkeit-des-mark-zuckerberg/
https://newsroom.fb.com/media-gallery/executives/mark-zuckerberg/
https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-02-05/facebook-spends-like-an-oil-company-without-saying-why
https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-12-07/facebook-increased-share-buyback-program-by-another-9-billion
https://www.dreamgrow.com/top-10-social-networking-sites-market-share-of-visits/
https://www.dreamgrow.com/wp-content/uploads/2017/11/world-map-of-social-networks.png
https://www.emarketer.com/content/us-ad-spending
https://www.facebook.com/
https://www.horizont.net/medien/nachrichten/mediennutzung-facebook-ist-bei-jugendlichen-out-instagram-und-netflix-legen-zu-171387?fbclid=IwAR2jLhjAsT3bN2OSEIB5bZx80YFPHN6p0Tn8zjTgPcYtYIpTVyb1Hz_mF_k
https://www.huffingtonpost.de/2017/04/18/facebook-f8-zuckerberg-sn_n_16091878.html
https://www.marketingcharts.com/featured-104785
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf
https://www.nielsen.com/de/de/press-room/2018/advertising-market-2017-recorded-stable-growth.html
https://www.recode.net/2018/2/12/16998750/facebooks-teen-users-decline-instagram-snap-emarketer
https://www.tagesschau.de/ausland/facebook-datenpanne-101.html
https://www.wiwo.de/technologie/digitale-welt/steve-wozniak-warum-the-woz-seinen-facebook-account-loeschte/23638886.html
https://www.wz.de/wirtschaft/soros-stiftung-kritisiert-facebook-nach-bericht-ueber-negativkampagne_aid-34518697
https://www.zenithmedia.com/insights/global-intelligence-issue-06-2018/mobile-share-of-advertising-market-to-exceed-30-in-2020/
Traffic - Wie Sie mit bezahlter Werbung über das Internet Neukunden gewinnen und Ihren Umsatz deutlich steigern können, Marcel Knopf, 1. Auflage, Berlin
Morningstar.com (Rohdaten)
Ariva.de (historische Kurse)
Wikipedia