

AlleAktien

Kommunikation

Facebook Update

Facebooks soziale Netzwerke trotzen Regulierungen von allen Seiten

von Benjamin Franzil

facebook



facebook

Hauptsitz	Menlo Park, USA
ISIN	US30303M1027
WKN	A1JWVX
Sektor	Kommunikation
Ticker-Symbol	FB
Kurs	255 USD 212 EUR
Ausstehende Aktien	2.890 Mio.
Marktkapitalisierung	727 Mrd. USD
Enterprise Value	676 Mrd. USD
Nettoliquidität	51 Mrd. USD
Bruttomarge	80,6%
EBIT-Marge	38,0%
Gewinnmarge	33,9%
Free Cash Flow-Rendite	3,8%
Dividendenrendite	0,0%
Datum	09.03.2021

Facebook

Facebook ist das größte soziale Netzwerk der Welt. Jeden Monat nutzen mehrere Milliarden Leute die Plattformen von Facebook. Für viele Menschen ist es wahrscheinlich der wichtigste soziale Austausch im Leben. Gerade in der Coronakrise. Facebook hilft uns, mit unseren Freunden und Idolen in Kontakt zu treten, Inspiration und Motivation zu sammeln, etwas zu lernen.

Wir verbringen täglich mehrere Stunden auf Facebook, Instagram und WhatsApp. In dieser Zeit kann Facebook Daten über uns sammeln und besser verstehen, was wir lieben und was wir brauchen. Facebook weiß deshalb so viel über uns wie unsere besten Freunde und Familie. Deshalb kann Facebook uns die relevanteste Werbung liefern. Das hat dazu geführt, dass Facebook eines der wertvollsten Unternehmen der Welt ist.

Aber es gibt natürlich auch kritische Stimmen. Staaten und auch Privatunternehmen wie Apple wollen in Zukunft mehr Datenschutz. Ich habe deshalb in diesem umfangreichen Update analysiert, ob Facebook weiterhin ein attraktives Investment ist. Erfahre jetzt, warum ich die Facebook-Aktie als eine gewaltige Chance für Investoren sehe.

Überblick: Facebook Aktienanalyse

- **#1 Soziale Medien.** Facebook ist das soziale Netzwerk-Unternehmen. Facebook besitzt drei der wichtigsten Plattformen für sozialen Austausch auf der Welt. Milliarden Menschen loggen sich täglich für mehrere Stunden ein und verfolgen das Leben ihrer Freunde und Idole. Facebook speichert unser Verhalten und nutzt die Daten, um uns die besten Werbeangebote zu zeigen.
- **Apple setzt auf Datenschutz.** Facebooks Geschäftsmodell basiert auf umfassenden Datenschätzen, die sie sammeln. Apple hat sich jedoch für Datenschutz entschieden. In Zukunft wird Facebook vielen Nutzern weniger relevante Werbung zeigen können und muss eventuell sogar eine ganze Sparte schließen.
- **Staaten sind gegen Facebooks Macht.** Facebooks Plattformen sind in ihrer Form wie Monopole. Regierungen wie die USA und die EU sehen darin ein Problem. Facebook hat ein Problem mit Hassrede, gezielter Meinungsmanipulation und Datenschutz. Facebook drohen in Zukunft Regulierungen. Jedoch sind die Szenarien nicht so schlimm, wie man erstmal annimmt.
- **Aktie gibt es fast geschenkt.** Trotz Rekordzahlen für 2020 ist die Facebook-Aktie sehr günstig bewertet. Viele Investoren sind misstrauisch. Es gibt eine fast einmalige Gelegenheit für eine Überrendite. Erfahre jetzt in diesem aufwendig recherchierten Update, wieso die Facebook-Aktie ein fast todsicherer Kauf ist.



1. Geschäftsmodell von Facebook: Facebook hat ein soziales Ökosystem mit gezielter Werbung

**Facebook verdient sein Geld zu 98% mit Werbung,
nur 2% der Umsätze kommen aus anderen Einnahmequellen**

2%

Sonstige Umsätze

In diesem Segment sammelt Facebook alle Umsätze, die nicht durch das Werbegeschäft entstehen. Das sind vor allem Umsätze mit der Virtual-Reality-Ausrüstung von Oculus und die Umsätze durch Onlinezahlungen, die zum Beispiel über Instagram Shops geschehen.



98%

Werbung

Facebook ist einer der größten Anbieter von Werbeflächen im Internet. In diesem Segment werden die Werbeumsätze der Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Messenger und WhatsApp gesammelt. Facebook sammelt Daten über das Verhalten ihrer Nutzer und verkauft an Werbetreibende zielgerichtete Werbung auf ihren Plattformen. Diese Werbung ist dadurch oft wesentlich effektiver als andere Werbeflächen.

Zu einem kleinen Teil besitzt Facebook auch Werbeflächen außerhalb ihres Ökosystems. Diese Flächen werden von anderen Unternehmen bereitgestellt und Facebook teilt sich mit diesen Unternehmen die Werbeeinnahmen.



Facebook ist das Nummer-1-Unternehmen für soziale Medien auf der Welt. Rund 2,8 Mrd. Menschen nutzen mindestens einmal im Monat einen Dienst von Facebook. Denn Facebook vereint direkt drei Plattformen, die jeweils über eine Milliarde monatliche Nutzer haben:

1. **Facebook & Messenger.** Das größte soziale Medium, um die Inhalte seines Lebens zu teilen. Die Zielgruppe sind Leute jeden Alters, wobei die Plattform besonders bei älteren Generationen in den letzten Jahren sehr beliebt wurde. Meine Mutter und meine Oma nutzen sogar Facebook.
2. **Instagram.** Ein soziales Medium mit Fokus auf Bilder und Videos. Die Zielgruppe sind eher jüngere Nutzer. 70% der Instagram-Nutzer sind unter 35 Jahre alt.
3. **WhatsApp.** Die Standard-App für Textnachrichten. WhatsApp hat keinen Fokus auf bestimmte Zielgruppen, sondern versucht den gesamten Markt zu erreichen. Die App ist kostenlos und werbefrei. Jedoch experimentiert Facebook zum Beispiel mit einer digitalen Zahlungsoption.

Durch diese soziale Macht hat Facebook einen unglaublich großen Netzwerkeffekt. Denn nur wer diese Apps nutzt, ist erreichbar. Facebooks Dienste wachsen deshalb hauptsächlich ohne zusätzliche Werbung. Die Nutzer ziehen sich gegenseitig an. Wenn ich zum Beispiel ein StudiVZ-Konto hätte, wäre ich auf einer leeren Plattform. Ich hätte keine Freunde zum Anschreiben und Erinnerungen teilen. Deshalb ist Facebook praktisch unkopierbar. Niemand wird nochmals ein identisches Netzwerk aufbauen, weil es zu aufwendig ist.

Die Daten sind das Beste an diesem großen Netzwerk. Facebook sammelt laufend neue Details über uns, wenn wir Facebook nutzen. Facebook weiß, dass ich männlich bin, in Rheinland-Pfalz wohne, mich für Aktien interessiere, gerne lecker Essen gehe (am liebsten Pizza), keine Kinder habe, aber in einer Beziehung bin, mich für Hunde und Luxusgüter interessiere und plane ein Auto zu kaufen.

Wenn dich interessiert, was man alles anhand deines Verhaltens über dich rausfinden kann, empfehle ich dir diese Seite von Google: <https://adssettings.google.com/>. Dort sieht man, was ein Algorithmus alles über uns in Erfahrung bringen kann – aber auch, was er falsch einschätzt.

Facebook hat soziale Medien, wo wir jeden Tag mehrere Stunden unserer Zeit verbringen und sie haben zu jedem Nutzer ein sehr umfangreiches Profil an Interessen und Eigenschaften. Das ist die ideale Kombination, um maßgeschneiderte Werbung zu schalten. Facebook erzeugt laufend Werbeflächen und vermietet sie an Werbepartner, die ein hohes Potential haben, uns etwas zu verkaufen. Es entsteht eine Win-Win-Win-Situation. Wir bekommen relevante Werbung von Produkten, die uns gefallen. Der Werbetreibende kann seine Produkte erfolgreich an die richtige Zielgruppe verkaufen und Facebook verdient pro Werbeanzeige einen attraktiven Betrag bei minimalen Kosten. Facebook ist damit die weltweite Nummer 2 für Onlinewerbung mit rund 22% Marktanteil nach Google.

Doch im Facebook-Universum haben sich in den letzten Monaten zwei Dinge geändert, die ich im Detail untersuchen werde:



2. Was hat sich seit der letzten Analyse geändert?

Apple und Google setzen auf mehr Datenschutz

Datenschutz ist ein Thema, das in den letzten Jahren immer stärker aufgekommen ist. Ein Internetnutzer ist gläsern. Man kann sehr viele Details über Menschen ermitteln, indem man ihr Verhalten digital verfolgt. In erster Linie dient es dazu, Angebote und Werbung besser abzustimmen, aber genau das beunruhigt viele Internetnutzer und die Politik. In den letzten Wochen haben zwei große Technologiekonzerne bekanntgegeben, dass sie stärker auf Datenschutz setzen werden. So kommt man eventuellen Regulierungen zuvor.

Apple hat mit seinem neuen Update iOS 14 eine explizite Abfrage eingeführt. Früher konnte eine App wie Facebook mitverfolgen, was der iPhone-Nutzer in anderen Apps und im Internet tut. Jetzt wird der Nutzer stattdessen explizit gefragt, ob er das möchte und muss zustimmen. Ansonsten können diese Informationen nicht mehr mitverfolgt werden. Die meisten Nutzer lehnen bei solchen Zustimmungfragen ab, um ihre Privatsphäre zu schützen. Google hat angekündigt, dass sie sogenannte Third Party Cookies für Google Chrome in 2022 abschaffen werden. Diese Cookies werden im Google Chrome-Browser gespeichert und speichern unser Verhalten auf anderen Webseiten, um Werbung zu personalisieren. Ein Großteil der digitalen Werbebranche arbeitet mit diesen Cookies – auch Google. So will Google es Konkurrenten in Zukunft schwieriger machen. Sie selbst können weiterhin die Daten nutzen, die auf google.com, YouTube und Co. entstehen.

Diese zwei Nachrichten treffen Facebook. Denn Facebook speichert sehr aktiv Daten von seinen Nutzern. Aber sie haben wie Google den Vorteil, dass der Großteil der Daten auf den eigenen Plattformen entsteht. Facebook, Instagram und Co. sind also kaum betroffen. Facebook erfährt weiterhin genug über die Nutzer, um passende Werbeanzeigen zu schalten.

Jedoch schaltet Facebook mittlerweile seine Werbung nicht nur auf den eigenen Plattformen, sondern sie bieten auch anderen App-Entwicklern Werbung an. Dieser Bereich heißt Audience Network. Wer die Bild-App nutzt, sieht also eventuell Werbeflächen von Facebook. Facebook vermittelt passende Werbung und teilt die Umsätze mit dem App-Entwickler. Genau dieser Bereich ist in Gefahr. Denn Facebook arbeitet hier mit Daten, die aus anderen Apps gesammelt werden. Wenn du bei Amazon ein Buch suchst, bekommst du wahrscheinlich anschließend Werbung für dieses Buch. In Zukunft dürfen nur noch Daten aus der Bild-App benutzt werden. Diese Daten sind aber nicht relevant. Die Werbung wird wirkungslos. Facebook hat angekündigt, dass sie diesen Bereich deshalb wahrscheinlich einstellen müssen. Allerdings ist es kein großer Bereich. Unter 5% der Umsätze werden in diesem Segment erwirtschaftet. Damit hält sich der Schaden in Grenzen.

Apples Update iOS 14 beeinträchtigt Facebooks Werbegeschäft. Die Auswirkungen auf Facebook sind jedoch überschaubar

The infographic features a dark blue header with the Apple logo, 'VS', and the Facebook logo. Below this, a light blue bar contains the text: 'Mit Apples Update iOS 14 können Nutzer selbst entscheiden, ob ihre Daten außerhalb einer App erfasst und gespeichert werden können.' The main content is split into two columns. The left column, titled 'Facebook ist stark betroffen mit seinem Audience Network (niedriger Umsatzanteil)', includes a small pie chart with a tiny red slice and two bullet points: 'Andere App-Entwickler betten Facebook-Werbeflächen in ihre App ein und erhalten Geld für Ansichten und Klicks auf Werbung.' and 'Ohne personalisierte Daten ist diese Werbung fast wertlos. Facebook geht davon aus, dass sie das Audience Network für iOS einstellen müssen.' The right column, titled 'Facebook ist schwach betroffen mit seinen eigenen Plattformen (hoher Umsatzanteil)', includes a pie chart with a large red slice and two bullet points: 'Facebook schaltet Werbung für Nutzer basierend auf ihrem Nutzungsverhalten von Facebook, Instagram, aber auch anderen Webseiten und Apps.' and 'Hier liegen große Datenmengen vor. Daten von außerhalb der Apps fehlen zwar, sind aber für die Personalisierung nicht so relevant.'

Mit Apples Update iOS 14 können Nutzer selbst entscheiden, ob ihre Daten außerhalb einer App erfasst und gespeichert werden können.

Facebook nutzt diese Daten, um Werbung bei der richtigen Zielgruppe zu platzieren. Unpersönliche Werbeanzeigen werden seltener angeklickt und sind deshalb weniger lukrativ für Facebook.

Facebook ist stark betroffen mit seinem Audience Network (niedriger Umsatzanteil)

- Andere App-Entwickler betten Facebook-Werbeflächen in ihre App ein und erhalten Geld für Ansichten und Klicks auf Werbung.
- Ohne personalisierte Daten ist diese Werbung fast wertlos. Facebook geht davon aus, dass sie das Audience Network für iOS einstellen müssen.

Facebook ist schwach betroffen mit seinen eigenen Plattformen (hoher Umsatzanteil)

- Facebook schaltet Werbung für Nutzer basierend auf ihrem Nutzungsverhalten von Facebook, Instagram, aber auch anderen Webseiten und Apps.
- Hier liegen große Datenmengen vor. Daten von außerhalb der Apps fehlen zwar, sind aber für die Personalisierung nicht so relevant.

Apples Update hat bei Facebook nur mittlere Auswirkungen. Das Audience Network könnte erheblich getroffen werden. Die Werbeumsätze auf der eigenen Plattform sind kaum betroffen. Facebook kann weiterhin relevante Werbung platzieren. Google selbst schätzt, dass die Werbung auf ihren eigenen Plattformen nach ihrem Update weiterhin mehr als 95% der Relevanz von zuvor erreicht.

Facebook hat Stress mit Regierungen

Facebooks zweites Problem sind die Auseinandersetzungen mit Regierungen. Etwa 40 Staaten haben Probleme mit Facebooks Geschäftspraktiken und wollen Facebook entsprechend regulieren. Facebook hat hier drei große Probleme:

1. Facebooks soziale Netzwerke sind konkurrenzlos und verhindern Wettbewerb.
2. Facebooks Algorithmen bevorzugen Inhalte, die reißerisch sind. Dadurch werden vor allem Hetze und politisch extreme Inhalte bevorzugt. Facebook reagierte in der Vergangenheit kaum auf die Kritik daran.
3. Facebook hatte bereits einen großen Datenskandal, der das Vertrauen in die Privatsphäre stark geschädigt hat.

Facebook hat sich 40 Staaten zum Feind gemacht und kann mit teuren Investitionen oder einer Aufspaltung reagieren

Facebook wird Folgendes vorgeworfen



Monopolstellung. Facebook hat ein Ökosystem, das sich nicht mehr kopieren lässt und deshalb kaum Konkurrenz. Dadurch ist der Wettbewerb nach Ansicht einiger Kartellämter gefährdet.



Hassreden und politische Motive. Facebook geht nicht aktiv genug gegen Hassreden und Rassismus vor. Der Facebook-Algorithmus bevorzugt außerdem Populismus.



Datenskandal. Cambridge Analytica hat über Facebook Zugang zu Nutzerdaten erhalten. Diese Daten wurden teilweise ohne das Einverständnis der Nutzer erhoben und zu Wahlkampfzwecken eingesetzt.

Mögliche Konsequenzen



Wahrscheinliches Szenario: Facebook zahlt hohe Strafsummen

Facebook muss hohe Strafsummen zahlen und in Zukunft stärker in Personal und künstliche Intelligenz investieren, um die Probleme zu lösen. Dadurch bleibt das Wachstum des Konzerns intakt und die operative Marge sollte nachhaltig sinken.



Unwahrscheinliches Szenario: Facebook wird zerschlagen

Facebook wird in Facebook, Instagram und WhatsApp aufgespalten, um die Marktmacht zu senken. Dadurch gehen Synergien zwischen den Plattformen verloren. Andererseits können Investoren gezielter investieren. Die einzelnen Plattformen wären separat vermutlich mehr wert.

Facebook hat den mächtigsten Kontrahenten auf der Welt gegen sich. Die Regierung der USA und auch die europäischen Regierungen sehen in Facebook eine Gefahr für Marktwirtschaft, Datenschutz und Meinungsfreiheit. Für Facebook wird dies in Zukunft höhere Investitionen in die Qualität ihrer Plattformen bedeuten.

Die Konsequenzen waren in der Vergangenheit bisher große Strafzahlungen. 2019 musste Facebook eine 5 Milliarden US-Dollar-Strafe zahlen, weil sie mit ihrem Datenskandal gegen den Datenschutz verstoßen haben. Es war die größte Strafe ihrer Art. Auch in Zukunft sind solche Strafen nicht auszuschließen. Für Facebook bedeutet es vor allem, dass sie investieren müssen. Sie müssen Personal einstellen, das gegen Hassreden und politische Propaganda vorgeht. Mit Investitionen in künstliche Intelligenz können weitere Probleme frühzeitig erkannt werden. Insgesamt sollte man deshalb davon ausgehen, dass Facebooks operative Marge langfristig sinken wird, um diese Investitionen zu stemmen.

Ein sehr radikales Szenario ist die Aufspaltung von Facebook. Das würde die Marktmacht von Facebook deutlich senken. Denn Facebook hat bis auf YouTube die wichtigsten sozialen Medien in der Hand. Im ersten Moment klingt eine Aufspaltung nach einem Horrorszenario. Facebook könnte Synergien zwischen seinen Plattformen nicht mehr ausschöpfen und die Plattformen wären plötzlich Konkurrenten. Aber es würde auch neue Chancen eröffnen. In der aktuellen Facebook-Bewertung wird WhatsApp komplett vernachlässigt. Eine Aufspaltung würde Investoren helfen, in ihr Lieblingsunternehmen zu investieren. Facebook ist eine Cash Cow, Instagram ein stark wachsendes Unternehmen und WhatsApps Zukunft im Payment-Bereich ist gerade erst am Entstehen.

Eine Aufspaltung würde zu einem deutlichen Wertanstieg führen. Die einzelnen Plattformen könnten am Markt viel höhere Bewertungen erreichen. Instagram hat nach Schätzungen in 2020 22 Mrd. USD an hochprofitablen Werbeumsätzen erzeugt und wächst mit über 50 % pro Jahr. So ein Unternehmen kann man mit einem Kurs-Umsatz-Verhältnis von 20 bewerten. Instagram könnte somit rund 450 Mrd. USD wert sein. WhatsApp sollte über 100 Mrd. USD wert sein mit seinen mehr als 2 Mrd. aktiven Nutzern. Die langsamer wachsende Facebook-Plattform erwirtschaftet rund 62 Mrd. USD Umsätze. Hier sind 400 Mrd. USD Marktkapitalisierung realistisch.

Plattform	Logo	Monatliche Nutzer	Umsatz	Marktwert	Begründung
Facebook		2,7 Mrd.	62 Mrd. USD	400 Mrd. USD	Facebooks Nutzerzahlen stagnieren in den wichtigen Industrienationen und wachsen vor allem in Schwellenländern. Die Plattform ist sehr profitabel. Ein Kurs-Umsatz-Verhältnis von 6 bis 7 ist realistisch.
Instagram		1,2 Mrd.	22 Mrd. USD	450 Mrd. USD	Instagrams Umsatz wächst mit mehr als 50 % pro Jahr. Die Werbung wirkt sehr gut auf die Nutzer. Ein Kurs-Umsatz-Verhältnis von 20 ist realistisch.
WhatsApp		2,0 Mrd.	< 1 Mrd. USD	100 Mrd. USD	WhatsApp hat ein großes Monetarisierungspotential durch digitale Zahlungen und Unternehmenslösungen.
Gesamt				950 Mrd. USD (aktueller Marktwert 727 Mrd. USD)	



3. Bewertung der Facebook-Aktie: Winterschlussverkauf bei Facebook

Facebook erzielt 9 / 10 Punkten im AlleAktien Qualitätsscore

Facebook ist im AAQS ein Qualitätsunternehmen mit einem Score von 9/10 Punkten. Umsatz und Gewinn wachsen in unglaublich hohem Tempo. 50 Mrd. USD an Cash liegen auf der hohen Kante. Facebook kann praktisch jeden aufstrebenden Konkurrenten schlucken, ohne sich zu verschulden. Bis auf einen einmaligen Gewinneinbruch erfüllt Facebook somit alle unsere Vorstellungen von einem Qualitätsunternehmen.

Facebook

ISIN US30303M1027 WKN AJJVVX Ticker FB Datum 04.03.2021



AA Kategorie Fast Grower

Kaufen, solange die Wachstumsstory intakt ist. Vorsicht bei dauerhaft nachlassendem Wachstum.



Burgraben

1. Besitzt die größten sozialen Netzwerke auf der Welt
2. Netzwerkeffekte sorgen für Unkopierbarkeit
3. Großer Datenschatz über Nutzer verbessert Werberelevanz

facebook AlleAktien



Kennzahlen

Hauptsitz	USA
Marktkapitalisierung	727 Mrd. USD
Gewinn (2020)	29.146 Mio. USD
Gewinn/Aktie (2020)	10,09 USD
Kurs	255 USD
KGV (2020)	25,3



Rentabilität

Eigenkapital	128.290 Mio.
Eigenkapital (tangible)	109.240 Mio.
Capital Employed	54.940 Mio.
Eigenkapitalrendite	22,7%
Dividendenrendite	0,0%
ROCE	59,5%

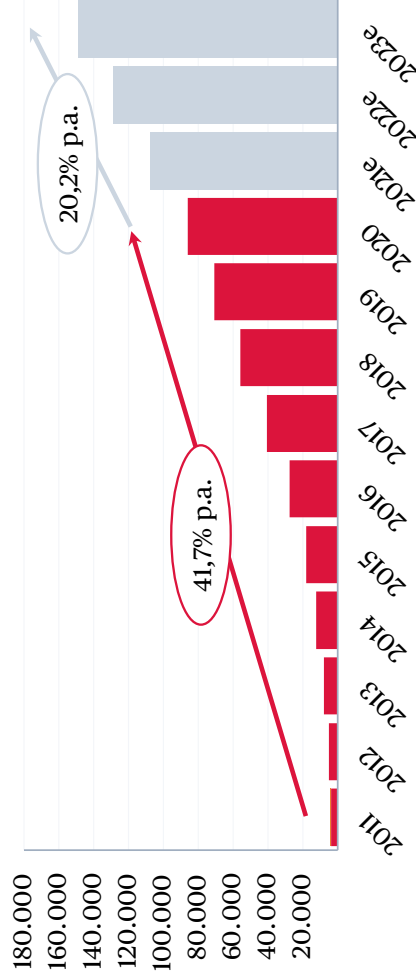


Risiko

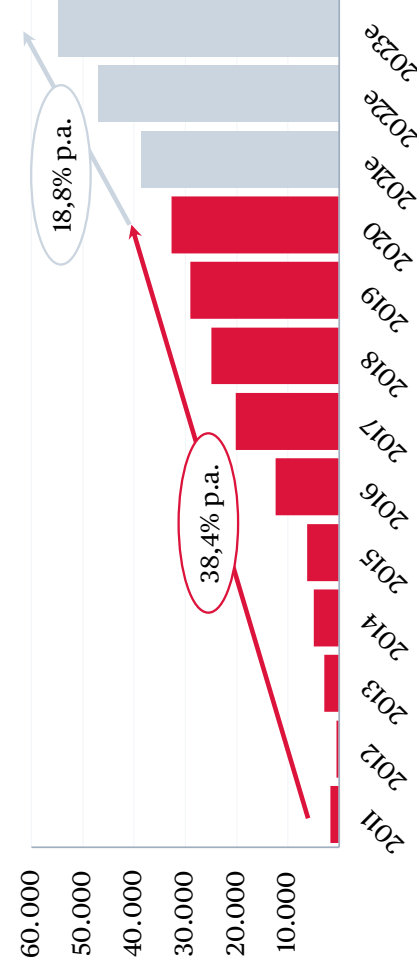
Nettoliquidität	51.300 Mio.
Nettoliquidität/EBIT	1,6x
Zinsdeckungsgrad	-
Gewinnkontinuität (10J)	10J
Drawdown EBIT (10J)	-69,4%
Drawdown Erholungszeit	2J



Umsatz



Operativer Gewinn (EBIT)



Renditeerwartung

FCF-Rendite 2021e	3,8%
Wachstum EBITe	18,8%
Erwartete Rendite	22,6%



Bewertung

- Umsatzwachstum (9J) >5%
- Umsatzwachstum (3Je) >5%
- EBIT-Wachstum (9J) >5%
- EBIT-Wachstum (3Je) >5%
- Verschuldung <4xEBIT
- Gewinnkontinuität (10J)
- Drawdown EBIT (9J) <-50%
- Eigenkapitalrendite >15%
- ROCE >15%
- Renditeerwartung >10%

AlleAktien Qualitätscore

9 /10

Facebook ist ein Fast Grower nach Peter Lynch

Facebook ist nach Peter Lynch ein Fast Grower. Das Wachstum liegt bei rund 20 % pro Jahr und ist weiterhin intakt. Die Facebook.com-Plattform spült Geld in die Kasse, Instagram und WhatsApp kurbeln das zukünftige Wachstum an mit neuen Formaten und Dienstleistungen. Dadurch bleiben die Wachstumsaussichten intakt. Facebooks Tage sind noch nicht gezählt. Die Akquisitionen der Vergangenheit beginnen jetzt erst, sich auszuzahlen. Das macht Facebook zu einem kaufenswerten Fast Grower nach Peter Lynch.

Die Einteilung nach Peter Lynch ist auf den folgenden Seiten.

AlleAktien DCF-Modell (AlleAktien Discounted Cashflow Modell) und AlleAktien FMV-Modell (AlleAktien Future Multiple Valuation)

Im AlleAktien DCF-Modell habe ich angenommen, dass Facebook bis 2031 durchschnittlich um 15 % pro Jahr wachsen wird. Die Facebook-Plattform wird eher stagnieren und das neue Wachstum kommt von Instagram und WhatsApp. Die operative Marge wird sich auf 35 % reduzieren, weil Facebook zusätzliche Investitionen leisten muss, um gesetzliche Regulierungen zu erfüllen. Mit diesen Annahmen erreicht Facebook eine sehr attraktive Renditeerwartung von 14 % pro Jahr.

Im FMV-Modell habe ich angenommen, dass Facebook in zehn Jahren mit einem KGV von 25 bewertet wird. Als Technologie-Konzern mit tiefem Burggraben und hohen Margen finde ich diesen Wert fair. Ich nehme außerdem an, dass Facebook 50 % seiner Gewinne in Form von Aktienrückkäufen oder Dividenden ausschütten wird. Damit kommt Facebook so auf eine Renditeerwartung von 17 % pro Jahr bis zum Jahr 2031.

Das DCF-Modell ist auf den folgenden Seiten und auf AlleAktien.de sogar als Download¹ verfügbar.

Facebook ist im AlleAktien DCF- und FMV-Modell ein sehr attraktiv bewertetes Unternehmen. Viele Investoren vernachlässigen die Facebook-Aktie. Vermutlich wegen der Probleme mit Apple und den Staaten. Facebook beweist jedoch jedes Jahr, dass sie ungebremst wachsen. Die Aktie hat ein hohes Aufwärtspotential

Renditeerwartung in Abhängigkeit vom Einstiegskurs

Einstiegskurs	Renditeerwartung pro Jahr	Einstiegskurs	Renditeerwartung pro Jahr
200 USD	18,6 %	280 USD	14,6 %
220 USD	17,4 %	300 USD	13,9 %
240 USD	16,4 %	320 USD	13,1 %
260 USD	15,5 %	340 USD	12,4 %

¹ alleaktien.de/facebook-update-facebooks-soziale-netzwerke-trotzen-regulierungen-von-allen-seiten

Fast Grower nach Peter Lynch

Alle Aktien

Nicht-Zykliker

Umsätze und Gewinne steigen wie auf Schienen kontinuierlich an
→ EBIT (operativer Gewinn) fällt nie stärker als 50%



Slow Grower

Merkmale

- Gewinnwachstum <3%
- Hohe Dividende
- Kaum Reinvestitionen in das Geschäft

Strategie

- Kauf, wenn Dividende über historischem Kursanstieg
- Verkauf nach Kursanstieg
- Risiko: Fallende Gewinne

Beispiele

- Nestlé
- Inngogy
- AT&T



Average Grower

Merkmale

- Gewinnwachstum <10%
- Burggräben
- Stetiges Wachstum
- Mittlere Dividende

Strategie

- Kauf, wenn Bewertung unter Durchschnitt
- Verkauf, wenn Bewertung über Durchschnitt

Beispiele

- SAP
- McDonald's
- Apple



Fast Grower

Merkmale

- Gewinnwachstum >10%
- Hohe Investitionen in Wachstum
- Keine/kaum Dividende

Strategie

- Kauf, solange Wachstum intakt
- Zinseszins mitnehmen (Tenbaggerchance)
- Risiko: Sinkendes Wachstum

Beispiele

- Netflix
- Amazon
- Salesforce

Zykliker

Gewinne abhängig von externen Faktoren, z.B. Konjunktur, Rohstoffpreise
→ Regelmäßig Gewinnschwankungen von >50%



Typische Zykliker

Merkmale

- Wellenförmiges Auf und Ab der Gewinne
- Gewinnmarge schwankend

Strategie

- Kauf, bei zyklischem Tief (oft hohes KGV)
- Verkauf, wenn Gewinnmarge am historischen Hoch

Beispiele

- Daimler
- American Express
- Boeing



Turnaround

Merkmale

- Heftiges, zyklisches Tief
- Marktwert extrem gering (historisch)

Strategie

- Gestreut investieren
- Gewinner vervielfachen sich
- Verlierer werden insolvent

Beispiele

- Infineon (2009)
- RWE (2015)
- JPMorgan (2009)

Asset-Play

Werttreiber sind ungenutzte Vermögenswerte (sehr selten)
→ Grundstücke, Beteiligungen, Patente



Verborgene Werte

Merkmale

- Verborgene Werte im Börsenwert nicht enthalten
- Werte sind ungenutzt, nicht erkannt oder werden noch nicht gehoben

Strategie

- Kauf, wenn Aussicht besteht, dass Werte künftig gehoben werden
- Verkauf, wenn Werte erkannt und gehoben wurden

Beispiele

- Ferrari (Abspaltung)
- Siemens Healthineers (Abspaltung)
- Microsoft (Einführung Abo, Cloud)

AlleAktien facebook

Alle Angaben in Mio. USD

	Prognose >															
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Fundamental																
Umsatz	27.638	40.653	55.838	70.679	85.965	107.628	128.616	149.194	171.573	197.309	226.906	260.942	300.083	345.095	396.859	436.545
Umsatz-Wachstum, %		47%	37%	27%	22%	25%	20%	16%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	10%
EBIT-Marge, %	45%	50%	45%	41%	38%	36%	37%	37%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%
EBIT	12.427	20.203	24.913	28.986	32.671	38.639	46.945	54.754	60.051	69.058	79.417	91.330	105.029	120.783	138.901	152.791
21% Gewinn (21% Unternehmenssteuer)	10.188	15.920	22.112	18.485	29.146	30.524	37.086	43.256	47.440	54.556	62.739	72.150	82.973	95.419	109.732	120.705

	04.03.21	Fairer Wert
Marktkapitalisierung, Mio.	726.240	1.331.959 USD
Anzahl Aktien (diluted), Mio.	2.848	2.848
Kurs pro Aktie	255,0	467,7 USD
Unterbewertung		83%
Diskontierungsfaktor (WACC)	10%	

AlleAktien Future Multiple Valuation (FMV)	
Gewinn 2031, Mio.	120.705 USD
KGV 2031	25
Ausschüttungsquote	50%
Marktkap. heute, Mio.	726.240 USD
Dividenden bis 2031, Mio.	378.290 USD
Marktkap. 2031, Mio.	3.017.620 USD
Marktkap. + Div. 2031	3.395.911 USD
Gesamtrendite	17%

Renditetabelle	Renditeerwartung	Unterbewertung
	4%	1722%
	6%	435%
	8%	186%
	10%	83%
	12%	30%
	14%	-3%
	16%	-24%
	18%	-38%
	20%	-49%



4. Fazit zu Facebook: Kleine, lösbare Probleme und ein großes Aufwärtspotential

Ich halte die Facebook-Aktie für kaufenswert

Facebook ist das führende soziale Medium auf unserer Welt. Ein Großteil der sozialen Interaktion im Internet läuft über Facebooks Plattformen. Facebook weiß deshalb, was wir mögen und kann uns deshalb perfekt abgestimmte Werbung zeigen. Der Burggraben sitzt dank des Netzwerkeffekts unglaublich tief. Es gibt deshalb kaum ernstzunehmende Konkurrenten.

In den letzten Monaten gab es jedoch zwei größere Probleme, die aufgetreten sind.

Facebook wird von einem iPhone-Update getroffen. Facebook wird beim Datensammeln von Apple eingeschränkt. Ohne die richtigen Daten erzielen Facebooks Werbeanzeigen kaum noch Wirkung. Facebook muss eventuell eine kleine Werbesparte vollständig aufgeben. Es sind jedoch weniger als 5 % der Umsätze betroffen. Dadurch wird Facebook langfristig kaum beeinflusst.

Facebook wird stärker reguliert. Facebook ist für viele Regierungen zu einem Problem geworden. Facebook bietet große Plattformen für Meinungs austausch. Dadurch gibt es Probleme mit extremen Meinungen und Hetze. Gegen diese geht Facebook bisher kaum vor. Außerdem hat Facebook eine gewaltige Marktmacht. Einige Kartellämter sehen den freien Markt bedroht. Für Facebook bedeutet es, dass sie in Zukunft mehr in ihre Plattform investieren müssen und dadurch die Margen sinken werden. Eventuell droht sogar eine Zerschlagung. Ein Szenario, das für Aktionäre aber auch sehr positiv ausgehen kann.

Die Facebook-Aktie ist sehr günstig bewertet. Der AAQS liegt bei 9/10. Es handelt sich also um ein Qualitätsunternehmen. Im DCF- und FMV-Modell überzeugt Facebook mit seiner günstigen Bewertung. Die Renditeerwartung liegt zwischen 14 % und 17 % pro Jahr.

Ich halte die Facebook-Aktie für kaufenswert bei einer Renditeerwartung von 15,5 % pro Jahr. Facebook ist ein beeindruckendes Unternehmen. Die Macht der Plattformen ist groß. Durch den Netzwerkeffekt ist es kaum möglich, dieses Unternehmen zu ersetzen. Für Investoren mit Fokus auf Wachstum ist die Facebook-Aktie eine riesige Chance auf eine Überrendite.

*Aufrichtige Grüße,
Benjamin Franzil*



Benjamin Franzil Partner bei AlleAktien

Benjamin fokussiert sich auf Unternehmen aus der Restaurant-, Luxus- und Halbleiterbranche. Er investiert bevorzugt in Unternehmen mit attraktiver Dividendenpolitik: nachhaltig finanziert und stetig steigend. Profitables Wachstum und eine konservative Ausschüttungsquote sind entscheidend in seiner Strategie.

Benjamin hat an der Hochschule Trier B. Eng. und M. Eng. Wirtschaftsingenieurwesen mit Vertiefung auf Maschinenbau studiert. An der Clemson Universität in den USA forschte er an der Digitalisierung von Industrieprozessen. Vor AlleAktien war er bei dem Halbleiterhersteller Infineon.

AlleAktien unabhängige Aktienanalysen in Bestqualität

Wir helfen Privatanlegern und institutionellen Investoren, die besten Investmententscheidungen für ihr Portfolio zu treffen. AlleAktien ist der unabhängige und wissenschaftlich-orientierte Aktien-Researchanbieter in Deutschland. Das starke Fundament darunter bildet das tief verankerte Wertesystem hinter AlleAktien: Ehrlichkeit, Integrität und Unabhängigkeit sind bei der Aktienanalyse und Beratung entscheidend.

500k

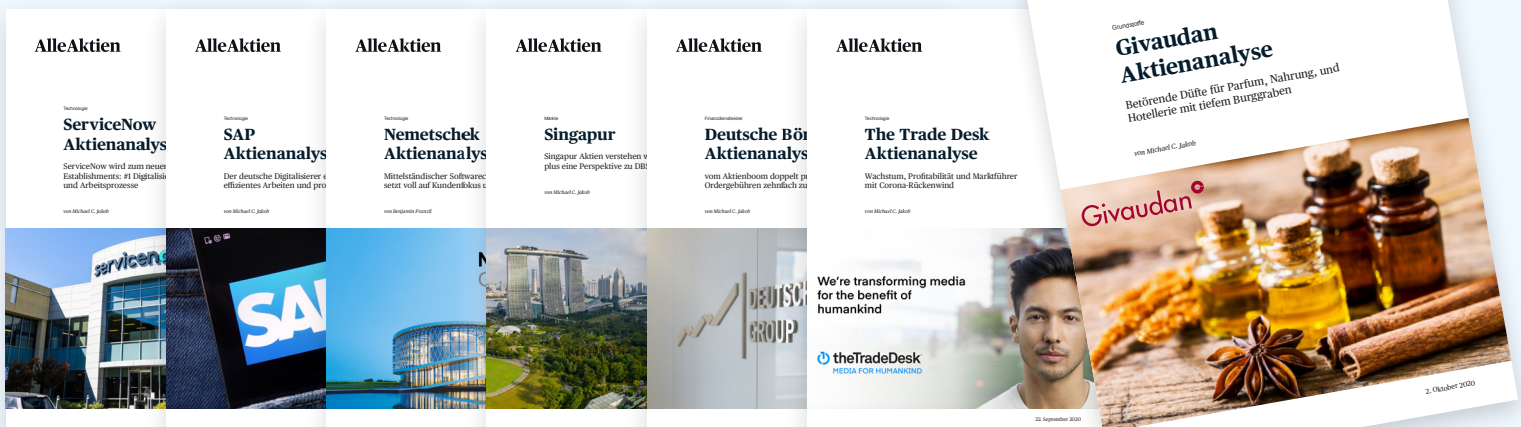
Ehreninvestoren
sind langfristige Privatanleger

400+

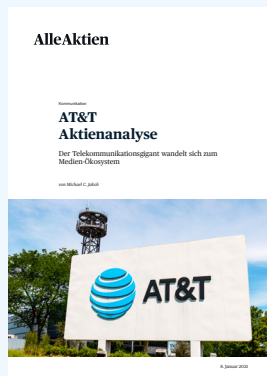
tiefgründige Analysen
und Studien

#1

unabhängiger Qualitätsführer
für Aktienanalysen
laut Privatanlegern



Tiefgehende Aktienanalysen



AT&T Aktienanalyse

Der Telekommunikationsgigant wandelt sich zum Medien-Ökosystem



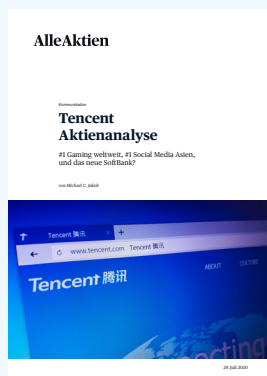
Alphabet Aktienanalyse

Alphabet Aktie überzeugt als #1 im Werbemarkt Google, Android, YouTube und mit vielen Moonshots als Bonus



Apple Update

Tiefer Burggraben durch Konsum-Ökosystem mit der Chance auf Automobil-Disruption



Tencent Aktienanalyse

#1 Gaming weltweit, #1 Social Media Asien, und das neue SoftBank?