

Was zeigt Zuckerberg heute Abend?

Von Simon Schmid. Aktualisiert vor 20 Minuten 2 Kommentare

Nach dem Börsengang wird Facebook zum ersten Mal Quartalszahlen veröffentlichen. «Tag der Wahrheit», schreiben die Medien – «Quatsch», sagt ein Technologieexperte zu Tagesanzeiger.ch/Newsnet.



Vorhang auf für die Quartalszahlen: Investoren erhoffen sich heute nach Börsenschluss Einblicke in den Geschäftsgang.
Bild: Keystone

Artikel zum Thema

Zynga reisst Facebook-Aktie in die Tiefe
Zuckerbergs günstige Villa
Frisches Geld für die Internet-Industrie

Teilen und kommentieren

Stichworte

Soziale Netzwerke
Facebook
Mark Zuckerberg

Vorausgesagt wird ein operativer Gewinn von gegen 500 Millionen Dollar:

Facebook (27.7999 -5.25%) verkündet heute nach Handelsschluss erstmals Betriebszahlen für das abgelaufene Quartal. Das Ereignis wird medial als «Tag der Wahrheit» verkauft – etwa so, als würden die Zahlen den enttäuschten Investoren Aufschluss darüber geben, ob sie weiter auf eine Kurserholung warten oder ihre Facebook-Aktien nun endgültig abstossen sollen. Seit dem Börsengang am 18. Mai fiel das Papier um 23 Prozent, aktuell notiert es bei 29.34 US-Dollar.

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist Vorsicht angebracht. «Man könnte genauso gut eine Münze werfen», sagt Rainer Heissmann, Autor für Börsenfachpublikationen beim Finanzportal **Gevestor**. Ob Facebook heute über oder unter den Erwartungen abschneidet, ist für Heissmann ziemlich belanglos. Denn die Entwicklung des Facebook-Kurses hängt nicht von kurzfristigen Trends ab: «Kommt eine neue Idee, so schwimmen dem Netzwerk Millionen von Benutzern davon», sagt Heissmann zu Tagesanzeiger.ch/Newsnet.

Stagnierende Werbeumsätze

Dass Firmenchef **Mark Zuckerberg** heute Abend einen finanziellen Ausblick wagt, halten auch die Analysten der Investmentbank JP Morgan für unwahrscheinlich. Das grosse Problem ist und bleibt für Facebook: Wie lässt sich mit der Social-Media-Plattform Geld machen? Auf Mark Zuckerbergs Plattform tummeln sich inzwischen über 550 Millionen DAUs (so werden im Analystenjargon nicht die «dümsten anzunehmenden User», sondern die «daily active users», also die täglichen Benutzer bezeichnet): Nur wenn sie die eingeblendete Werbung anklicken, fliessen bei Facebook die Einnahmen.

Dass die Plattform nächstens die Milliardengrenze an MAUs («monthly active users», monatliche Benutzer) knacken dürfte, interessiert angesichts dieser Frage nur am Rand. Die aktuellen Zahlen von JP Morgan sind nicht gerade ermutigend: Voraussichtlich werde der Umsatz pro monatlichem Facebook-Nutzer im zweiten Quartal bei 1.19 US-Dollar liegen. Gegenüber dem Vorquartal würde dies einem Rückgang von –0,2 Prozent entsprechen. Wachstum bei den Werbeeinnahmen pro User dürfte in Asien (+13 Prozent), ein Rückgang in Europa zu verzeichnen sein (–10 Prozent).

Mehr Nutzer klicken Mobilwerbung an

Sorgen bereitet Facebook die zunehmende Mobilität seiner Nutzer. Rund die Hälfte der Zugriffe erfolgt bereits heute vom Smartphone oder

Tablet aus – Tendenz zunehmend. In welcher Form auf den mobilen Displays künftig Werbung angezeigt werden soll, dafür hat Facebook noch keine zündende Idee. Auch Analyst Rainer Heissmann sieht noch nicht, wie das Unternehmen mit Smartphone-Nutzern Geld machen will. Immerhin: Wie eine Studie des Unternehmens Adparlor herausfand, werden Mobile-Werbungen 15-mal häufiger angeklickt als Einblendungen auf dem Desktop-PC.

Zuversichtlich stimmt Facebook auch das Konzept der Sponsored Storys: Klicken User den «Gefällt mir»-Knopf einer Marke, so können Unternehmen dies als Werbebotschaft verwenden. Eine entsprechende Anzeige erscheint dann bei den Freunden des Werbeträgers. Das Geschäft ist in der Experimentierphase, zieht jedoch bereits an. Laut JP Morgan dürften sich erste Auswirkungen in den Zahlen des dritten Quartals zeigen. «Facebook-Ads werden zunehmend sozialer», schreiben die Unternehmensanalysten, denen zufolge erst etwa ein Fünftel der Werbung sozial generiert ist.

Enorme Erwartungen

Potenzial verspricht für die Analysten auch «Facebook Exchange»: Eine von Facebook lancierte Werbeplattform, bei der Inserierende in Echtzeit Anzeigen für bestimmte Themen und Benutzergruppen ersteigern können. Laut JP Morgan liegt der Preis, den das soziale Netzwerk für derartige Einblendungen verlangen kann, um ein vielfaches höher als der gegenwärtige Anzeigepreis von rund 0.30 US-Dollar, den Facebook pro 1000 Einblendungen verlangt.

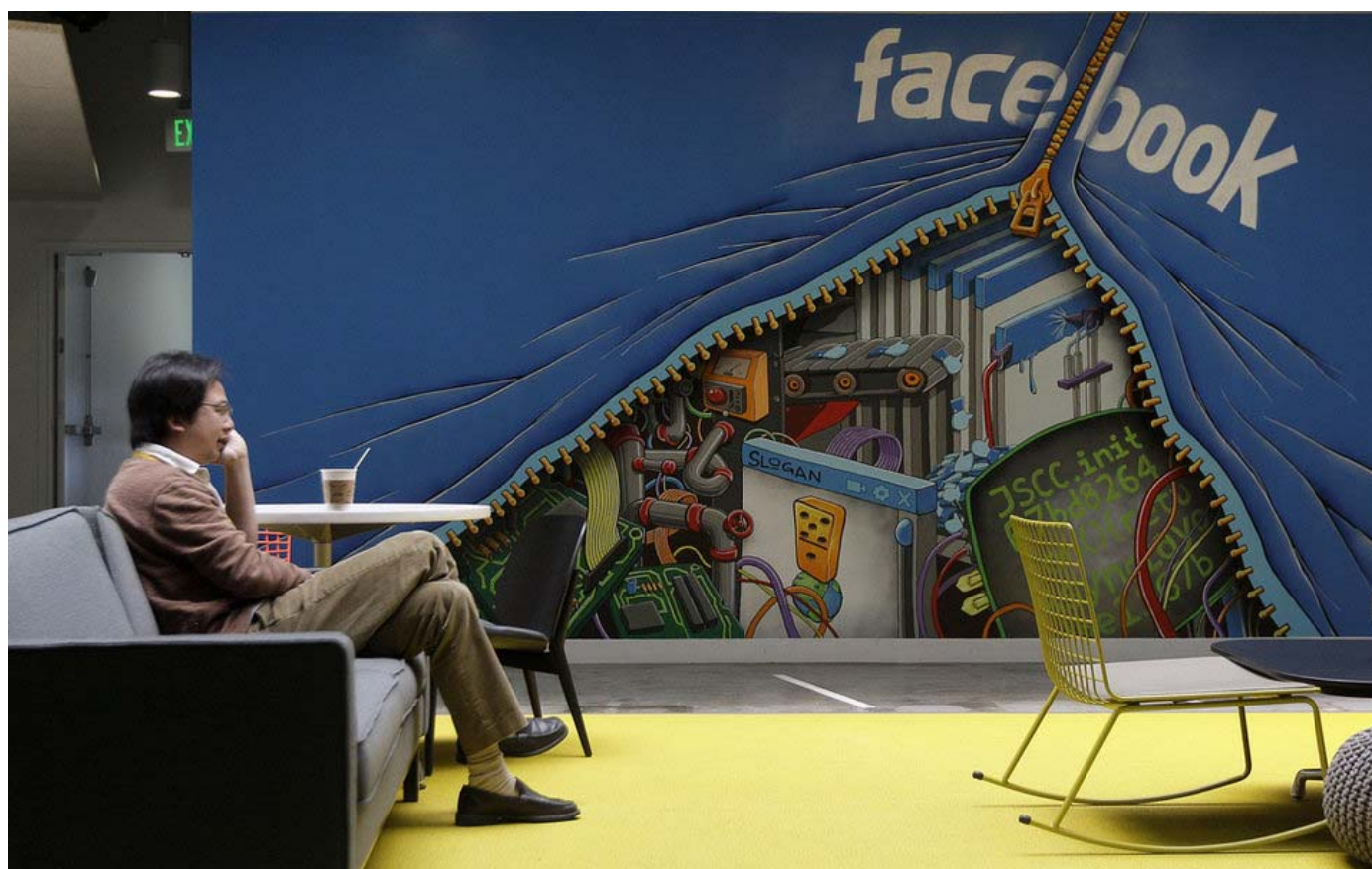
Reichen diese Trends aus, damit Mark Zuckerberg die Investoren bei Facebook an Bord halten kann? Mit einem Börsenwert, der den 2012 erwarteten Gewinn um den Faktor 73 übersteigt, bleiben die Erwartungen an Facebook enorm. Weiteren Abwärtsdruck auf die Aktien könnte es im Herbst geben, wenn die Haltefrist von Insidern abläuft. Analyst Rainer Heissmann bleibt skeptisch. «Facebook ist viel heisse Luft», sagt der Technologieanalyst: «Es kann gut sein, dass in fünf Jahren niemand mehr darüber spricht.» (Tagesanzeiger.ch/Newsnet)

Erstellt: 26.07.2012, 15:27 Uhr

[Alle Kommentare anzeigen](#)

Facebook muss sich an der Börse beweisenschiessen

Nach dem verunglückten Börsendebüt prognostizieren Experten dem Netzwerk sehr schwierige Jahre.



Vorhang auf für die Quartalszahlen: Investoren erhoffen sich heute nach Börsenschluss Einblicke in den Geschäftsgang.
Bild: Keystone

0 [Tweet](#) 0

[Zum Artikelweitere Bildstrecken](#)