

Zoom Video Communications Inc.

NASDAQ: ZM



Autoren dieser Analyse:



Christian Lämmle

"Markets are never wrong, only opinions are."

- Jesse Livermore



Jan Fuhrmann

"If you're not failing, you're not pushing your limits, and if you're not pushing your limits, you're not maximizing your potential."

- Ray Dalio

Kurzportrait

Zoom Video Communications hat erst durch die Corona-Pandemie eine allgemeine Bekanntheit erreicht, als bspw. viele Unternehmen auf **Videokonferenzen** ausweichen mussten. Hierfür bietet Zoom eine Plattform, welche 2020 einen enormen Anstieg der Aufrufe verbuchen konnte.

Im Rahmen der allgemeinen Lockerungen der "Corona-Regeln" wird es wohl zwangsläufig zu einem Rückgang der Nutzung von Diensten wie Zoom kommen. Allerdings kündigen immer mehr Unternehmen an, auch weiterhin nach der Pandemie Homeoffice Arbeitsplätze ermöglichen zu wollen. Ebenso Geschäftsreisen werden wohl nicht mehr auf das Vor-Corona-Niveau zurückkehren. Private Treffen werden hingegen eher wieder in das "echte Leben ausgelagert".

WKN / ISIN	A2PGJ2 / US98980L1017
Branche	Software (Kommunikation)
Einordnung (P. Lynch)	Fast Grower
WLA-Rating	8 / 10
Marktkapitalisierung	110,27 Mrd. USD
Dividendenrendite	0,00 %
KGV	255
Firmensitz	San José (Kalifornien, USA)
Gründungsjahr	2011
Mitarbeiter	ca. 4.400 (31.01.2021)

Langfristig ist Zoom in einem **Aufwärtstrend**: Seit Oktober 2020 korrigiert die Aktie diesen stetig (sie verlor im Tief über 50 % ihres Werts). Inzwischen ist eine deutliche Stabilisierung erkennbar und der kurzfristige Abwärtstrend wurde bereits gebrochen.

Die Analyse bezieht sich auf den Kenntnisstand unserer Recherche vom 19.06.2021.

1. Das Unternehmen

Vorstellung

Zoom hat aktuell eine Marktkapitalisierung von 107 Mrd. USD und konkurriert mit dem eigenen Angebot an Webmeetings vor allem mit etablierten Unternehmen, die noch über andere Geschäftsbereiche verfügen. Dazu gehört z.B. **Webex von Cisco**, **Teams von Microsoft** und **Meet von Google**. Wir nutzen bei unseren Teammeetings ebenfalls Zoom und hatten bis jetzt keinen Anlass zu wechseln.

Die Entwicklung der Aufrufe von der Website zoom.us nahm, wie bereits erwähnt, während der Pandemie und dem damit zusammenhängenden weltweiten Lockdown stark zu. Nachdem Ende 2019 sogar ein

negatives Wachstum dieser Kennziffer hingenommen werden musste, erreichte Zoom im Februar 2020 erstmals über 100 Mio. Aufrufe in einem Monat (im Betrachtungszeitraum der Statistik). In nur zwei weiteren Monaten kam es dann zu einem sprunghaften Anstieg der Aufrufe: Auf das rund 18-fache. **Der Lockdown machte die gesamte Technologie damit unverzichtbar.**

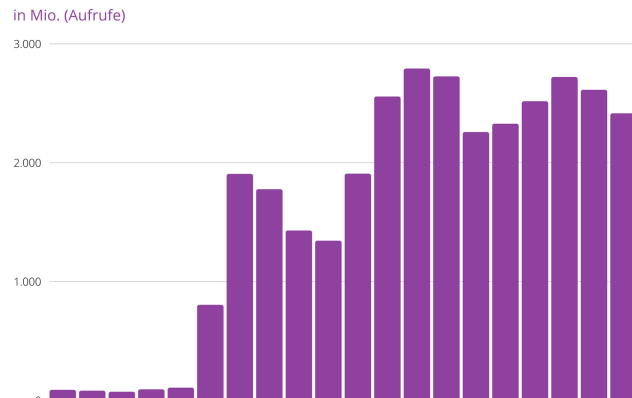


Abb. 1: Aufrufe von zoom.us pro Monat (Oktober 2019 bis Mai 2021) (eigene Darstellung; Quelle: Statista)



Abb. 2: Zoom Hauptsitz in San José (Quelle: Wikimedia Commons)

Gegründet wurde Zoom von **Eric Yuan** im Jahr **2011**, welcher auch heute noch der CEO des Unternehmens ist. Zwei Jahre später erfolgte dann die Veröffentlichung der Software, die im weiteren Verlauf angepasst und verbessert wurde. Innerhalb weniger Monate nach dem Release konnte Zoom erstmals eine siebenstellige Nutzerzahl verzeichnen. Im **April 2019** folgte der **Börsengang**.

Zoom sieht den eigenen **Unternehmenszweck** darin, die größten Herausforderungen der Menschheit aktiv anzugehen. Dazu zählt der US-amerikanische Konzern soziale Unterschiede, Bildungsungleichheiten und den Klimawandel. Wie das Unternehmen in diesen Bereichen jetzt wirklich einen positiven Einfluss ausübt, wird auf der eigenen Website genauer erläutert.

In allen genannten Bereichen gibt Zoom finanzielle Unterstützungen heraus. Non-Profit-Organisationen haben z.B. auch die Möglichkeit Zoom vergünstigt (also nicht kostenfrei!) zu nutzen.

Generell hat das Unternehmen den Anspruch, dass die virtuellen Zoom-Meetings besser als reale Treffen sind bzw. werden.

Auf der eigenen Website wirbt Zoom mit Erfahrungsberichten von renommierten Unternehmen, welche Zoom anscheinend aktiv nutzen. Wie bereits erwähnt halten wir unsere wöchentlichen Meetings (ebenso Webinare) auch bei Zoom ab. Insofern können wir die Plattform wie folgt etwas tiefergehend bewerten und sind durchaus zufrieden.

UBER

paloalto
NETWORKS

proofpoint

slack

Go Daddy

FORTINET

Rakuten

qualtrics

okta



Abb. 3: Kunden, mit deren Zufriedenheit Zoom wirbt (Quelle: Zoom Video Communications Inc.).

Zuletzt ist noch bemerkenswert, welche Auswirkungen die Nutzung von Zoom auf Unternehmen hat. Die Kunden berichten, laut einer Statistik von Zoom, dass in 95 % der Fälle eine **Leistungs- und Vertrauenssteigerung** erreicht werden konnte. Ein größeres **Engagement** ist eine weitere positive Auswirkung, die bei 93 % der Kunden zu beobachten war.

Geschäftsmodell

Das Produkt

Zooms Software "Zoom-Meetings" beruht auf einer Grundlage: **Online Kommunikation**. Ziel des Unternehmens ist es, "Zoom-Meetings" besser zu machen als Treffen im wahren Leben.

Der Kern

Man legt den Fokus auf **Kommunikation via Video**. Daneben kann sich auch über **Sprache und Chat** verständigt werden. Der Austausch von Content ist über die Plattform möglich: bspw. das **Teilen von Bildschirmen** oder einem **digitalen Whiteboard**, sodass andere Nutzer darauf kommentieren können via Stift bzw. Schrift. Meetings oder Gespräche können auch automatisch transkribiert (von Sprache in Text) werden. Ein ähnliches, wenn auch deutlich diversifizierteres Geschäftsmodell hat die deutsche Teamviewer AG, die wir bereits analysiert haben.

Was unterscheidet Zoom von anderen?

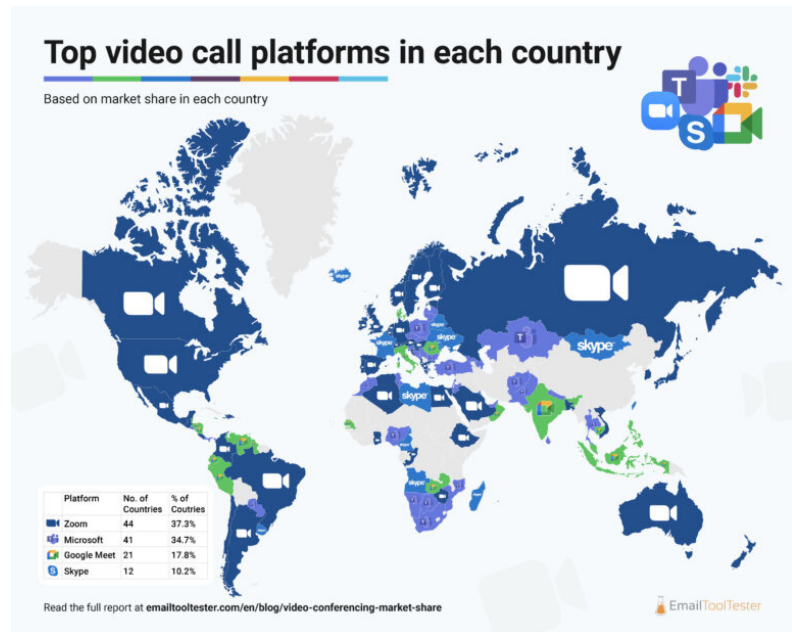
Das Unternehmen hebt als USP vor allem das "**intuitive design**" der Software hervor, das eine einfache Handhabung ermöglicht. Abgewickelt werden die Telefonate und Meetings über eine Cloud.

Seit 2018 sind außerdem VoIP-Anrufe möglich. Das bedeutet, dass Nutzer sich über das **Mobilfunknetz oder Festnetz** in die Onlinemeetings schalten können.

Die Zahlen sprechen für sich. Aktuell ist Zoom weltweit der **Marktführer für Videokonferenz-Plattformen** (siehe Abb. 6) mit 44 dominierten Ländern (siehe Abb. 4).

Was wir vor allem bemerkenswert finden ist die Tatsache, dass Zoom in der Pandemie mit großem Abstand am meisten wachsen konnte. Und das, obwohl es andere Konkurrenz gab, die bereits viel länger auf dem Markt ist (z. B. Skype).

Abb. 4: Top Videoplattformen aller Länder weltweit (Quelle: www.emailtooltester.com)



Zooms Kunden

Die Nutzung der **Basisfunktionen** von “Zoom-Meetings” ist **kostenlos**. Dabei ist jedoch die Anzahl der maximalen Teilnehmer*innen und auch die Dauer des Anrufes beschränkt (siehe Abb. 5).

Die Kundschaft ist aktuell sowohl **privat** als auch **geschäftlich** auf Zoom unterwegs. Darunter Schulen, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen, die während der weltweiten COVID-19-Pandemie auf Distanzunterricht umstellen mussten.

Die privaten sowie geschäftlichen Gespräche und Meetings bei Zoom sollten nach der Pandemie deutlich zurückgehen, so viel ist klar. Was aber als Frage offen bleibt: **Wie viele der Geschäftskund*innen bleiben beim Home-Office und somit potenzielle Kundschaft für Zoom?**

BASIC	PRO	BUSINESS	ENTERPRISE
Persönliche Besprechung	Großartig für kleine Teams	Klein- & Mittelständische Unternehmen	Große Unternehmensfähigkeit
Kostenlos	€139.90 /Jahr/Lizenz	€189.90 /Jahr/Lizenz	€223.20 /Jahr/Lizenz
Jetzt kaufen	Jetzt kaufen	Jetzt kaufen	Vertrieb kontaktieren
<ul style="list-style-type: none"> Bis zu 100 Teilnehmer hosten Gruppenmeetings mit einer Dauer von maximal 40 Minuten Unbegrenzte Meetings unter vier Augen 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeiten Sie mit bis zu 100 Teilnehmern Erhöhen Sie die Teilnehmerzahl auf bis zu 1 000 mit dem Large Meetings-Add-on Unbegrenzte Gruppenmeetings Streaming in den sozialen Netzwerken 1 GB Cloud-Aufzeichnung (pro Lizenz) 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeiten Sie mit bis zu 300 Teilnehmern Erhöhen Sie die Teilnehmerzahl auf bis zu 1 000 mit dem Large Meetings-Add-on Einmaliges Anmelden Transkripte der Cloud-Aufzeichnung Verwaltete Domänen Unternehmens-Branding All features included in Pro and more 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeiten Sie mit bis zu 500 Teilnehmern Unbegrenzter Cloudspeicher Transkription All features included in Business and more
<small>*Kostenlos – für immer. Keine Kreditkarte erforderlich.</small>	<small>*Erwerben Sie bis zu neun Lizenzen pro Konto</small>	<small>*Ab 10 Lizenzen für €1.899 USD/Jahr</small>	<small>*Ab 50 Lizenzen für €11.160 USD/Jahr</small>

Abb. 5: Die Abopakete von Zoom (Quelle: www.zoom.us/pricing)

Kommentar eines Nutzers

Ich selbst (Adrian) bin schon fast ein “Pionier”, was die Nutzung von Online-Telefonie angeht, weswegen ich denke, dass ich da gut ein Urteil fällen kann. Vor über 10 Jahren habe ich Skype (seit 2011 Teil von Microsoft) verwendet, das heute fast nicht mehr relevant ist. Danach liefen geschäftliche Dinge über Jahre via WhatsApp Telefonie oder Festnetz. Seit 2020, Beginn der Corona-Pandemie, bin ich Zoom-Nutzer. Ich verwende die App für **Webinare** oder geschäftliche Anrufe/ Meetings.

Für das digitale Zeitalter ist Zoom ideal, da **intuitiv, einfach zu bedienen** und mit einer vorhandenen **App** für maximale Flexibilität sorgt. Der Preis ist an sich auch okay.

Was sehe ich kritisch?

In den letzten Monaten haben einige Plattformen angefangen, ähnliche Funktionen in ihren Service aufzunehmen. Die US-amerikanische Plattform **Discord** (bald wohl Teil von Microsoft) hat bspw. "Stages" eingeführt, das Webinare ermöglicht. Dazu gibt es die Funktionen eines normalen "talks" auch mit anderen Nutzern der Plattform, was einem Meeting gleicht. Das ganze ist kostenlos und hat eine bessere Übertragungsqualität als Zoom. Als zahlender Zoom-Nutzer komme ich mir da etwas verarscht vor. Meine Nutzung von Zoom beruht nur noch auf der Begründung, dass Zoom auf simple Weise Webinare aufzeichnen lässt. Wenn das bei Discord bald der Fall sein sollte, dann werde ich Zoom kündigen.

Ich kann mir vorstellen, dass es vielen Nutzern so ähnlich geht oder gehen wird. Der Videotelefonie-Markt ist hart umkämpft u. a. von Big Playern wie Microsoft und Alphabet. Da gilt es, sich kritisch die Frage zu stellen, **ob Zoom die aktuell hohen Marktanteile dauerhaft halten kann?**



Abb. 6: Veränderung der Anteile am weltweiten Videotelefonie-Markt 2020 auf 2021 (Quelle: www.emailtooltester.com).

Geschäftsführung

Eric S. Yuan

Eric Yuan hat Zoom im Jahr 2011 **gegründet**, 2019 an die Börse gebracht und ist auch heute noch der **CEO** vom Unternehmen.

Vor der Gründung des Unternehmens war er bei Cisco als Corporate Vice President im Bereich Engineering beschäftigt und war führend bei dem Projekt "WebEx" (Konkurrenz von Zoom) beteiligt. Genau genommen hat Yuan den Geschäftszweig mit aufgebaut und im Laufe der Jahre auf einen Umsatz von über 800 Mio. USD skaliert.

2018 erhielt Yuan Auszeichnungen als bester CEO (der großen US-Firmen) u. a. von Glassdoor. Ein Jahr später setzte Bloomberg ihn auf die Liste der Top-50 Personen, die die Geschäftswelt maßgeblich veränderten.



Abb. 7: Eric S. Yuan (Quelle: Zoom V. C. Inc.)

Janine Pelosi

Janine Pelosi nimmt die Position des **Chief Marketing Officers** bei Zoom ein und ist somit u. a. für die Präsentation der eigenen Marke und Produkte zuständig.

2015 kam Pelosi zu Zoom und übernahm die Führung der Marketing-Abteilung. Das Unternehmen selbst beschreibt sie als die Person, die für den Aufbau der gesamten Marketing-Strategie verantwortlich ist. Dieser Bereich sollte auf keinen Fall unterschätzt werden, weil er (laut Zoom) erst ein solch immenses Wachstum möglich machte.

Vor ihrer Anstellung bei Zoom hat Pelosi bereits 15 Jahre an Erfahrung sammeln können und arbeitete zuvor ebenfalls für Cisco. Dort hatte sie auch mit WebEx zutun.

2020 wurde Pelosi als einer der besten CMOs der Welt **ausgezeichnet** (Business Insider).

In dem Sektor Marketing absolvierte sie zu Beginn auch ihr Bachelor-Studium.



Abb. 8: Janine Pelosi
(Quelle: Zoom V. C. Inc.)

2. Fundamentale Ansicht

Kennzahlen

Umsatz

Entwicklung

Das Geschäftsjahr von Zoom endet immer zum 31.01. des jeweiligen Jahres. Aus diesem Grund liegen auch schon die testierten Zahlen des Jahres 2021 vor. Die Entwicklung bis dahin ist wirklich sehr beeindruckend. Zoom kommt in den vergangenen fünf Kalenderjahren auf ein durchschnittliches Umsatzwachstum von über **155 % pro Jahr (!)**. Besonders hervor sticht das Wachstum vom Jahr 2020 zu 2021. Hier wurde sowohl absolut als auch relativ gesehen, der mit Abstand größte Zuwachs in der Unternehmenshistorie generiert. Um **stolze 326 %** oder anders ausgedrückt **2 Mrd. USD** konnte der Umsatz im Geschäftsjahr 2021 gesteigert werden. Insgesamt betrug dieser somit 2.651 Mrd. USD (2021).

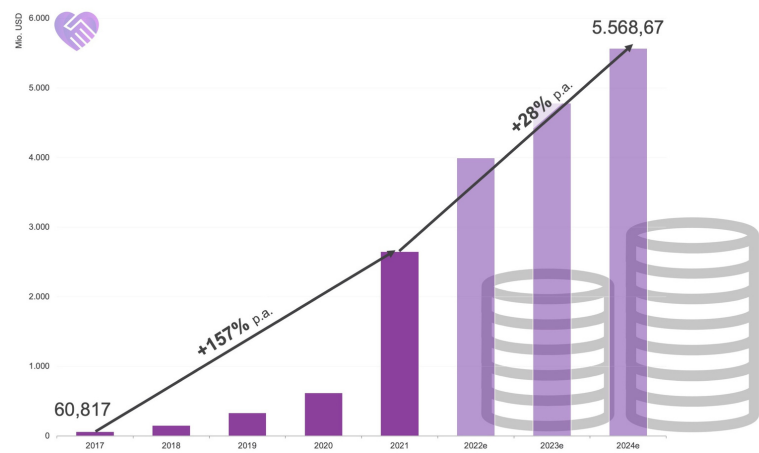


Abb. 9: Umsatzentwicklung (eigene Darstellung)

Allein diese Zahlen verdeutlichen, wie stark Zoom von den Auswirkungen der Pandemie profitiert hat. Zukünftig wird geschätzt, dass der Konzern weiterhin ein jährliches Umsatzwachstum von **28 % bis 2024** erzielt.

Verteilung (Regionen)

Geografisch ist der größte Teil des Umsatzes mit rund **70 %** dem amerikanischen Kontinent (Süd und Nord) zuzuordnen. Dahinter folgt Europa zzgl. dem mittleren Osten, Afrika mit **18 %** und Asien Pazifik mit **13 %**.

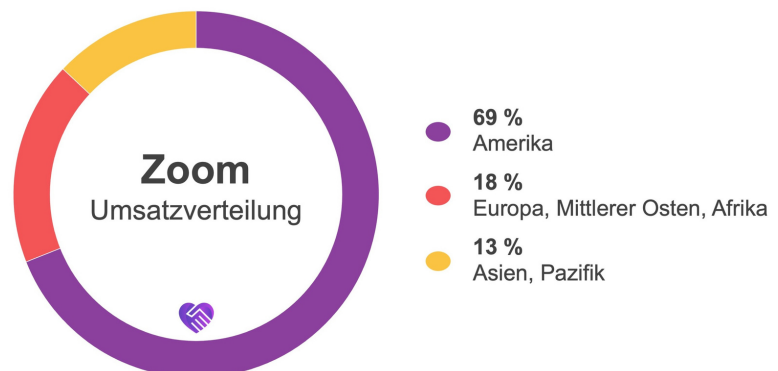


Abb. 10: Umsatzverteilung nach Regionen (eigene Darstellung)

EBIT und Konzerngewinn

Auch die Gewinnkennziffern sind dem Umsatzwachstum in den vergangenen Jahren gefolgt. Seit dem **Jahr 2019** ist der Konzern operativ profitabel und hat von dieser Lukrativität, trotz weiterhin hoher Investitionen, nicht mehr abgesehen. Von 6 Mio. USD EBIT in 2019 hat der Konzern sich zu knapp **660 Mio. USD EBIT** in 2021 hochgearbeitet. Dies entspricht einer Steigerung von **10.584 %** in 2 Jahren. Zukünftig wird bis zum Geschäftsjahr 2024 mit einer EBIT- Steigerung von **35,5 % pro Jahr** gerechnet.

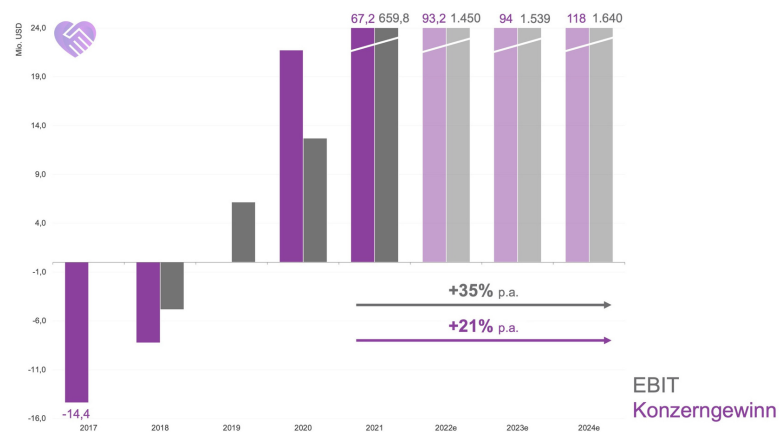


Abb. 11: EBIT- und Konzerngewinnentwicklung (eigene Darstellung)

Ebenso der Konzerngewinn ist enorm gestiegen. Von 2020 zu 2021 betrug das Wachstum über 200 %.

Marge

Die Gewinnspannen von Zoom sind genauso wie die Kennzahlen äußerst zufriedenstellend.

Die **Bruttomarge** betrug im letzten Jahr rund **69 %**. Dies ist fast so rentabel wie Clouddienstleister, was die enorme Stärke widerspiegelt.

Die **operative Marge** betrug in 2020 25 %. Durch die Pandemie konnte diese sogar auf **25 %** gesteigert werden. Künftig soll sie, gemäß den Schätzungen, weiterhin über 25 % gehalten werden. Bis zum Geschäftsjahr **2024** soll die operative Marge rund **29 %** betragen, was einem relativen Margenwachstum von 18 % im Vergleich zu 2021 entspricht.

Dividendenpolitik

Zoom schüttet trotz der Profitabilität **keine Dividenden** an die Investor*innen aus. Auch weiterhin ist dies nicht vorgesehen.

Einordnung nach Peter Lynch

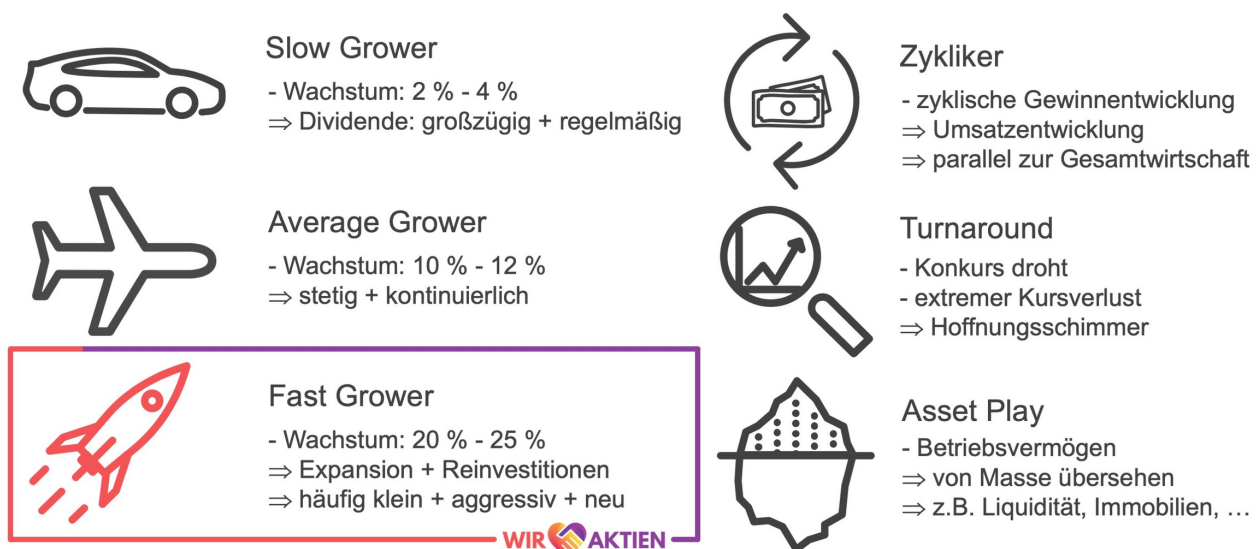


Abb. 12: Zoom fällt in die Kategorie der Fast Grower.

Zoom ist, wie durch die Kennzahlen ersichtlich, ein eindeutiger **Fast Grower**. Kaum ein Unternehmen bringt derlei stetig stark steigende Kennzahlen. Ungeachtet des hohen Umsatzes wird weiterhin mit **starkem Wachstum** gerechnet. Dass der Konzern keine Dividenden ausschüttet, untermauert die Stellung von Zoom als Fast Growers umso mehr.

3. Chancen und Risiken

Branchenübersicht

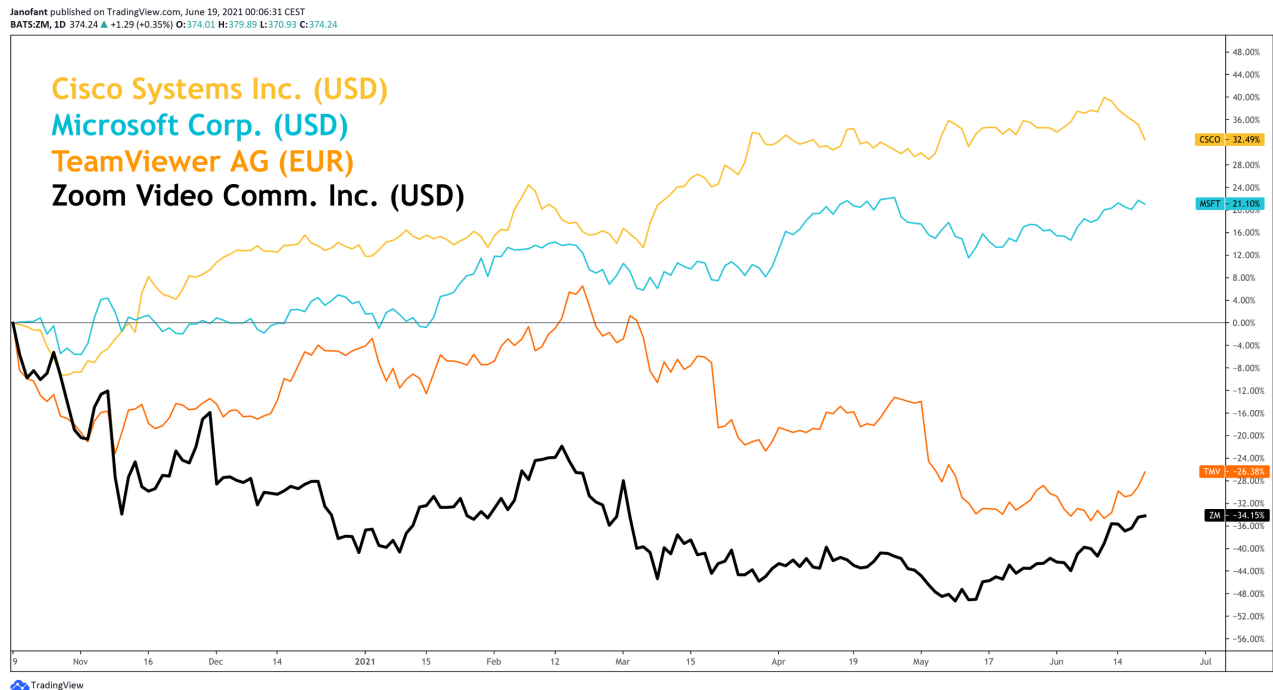


Abb. 13: Zoom hat die Konkurrenz seit dem Corona-Crash deutlich outperformt. Hier ist der Chart von Zoom und den anderen Unternehmen aus dem Sektor nach der Ausbildung des Allzeithochs (bei Zoom) zu sehen.

Chancen

Fortschreitende digitale Geschäftswelt

Die Pandemie hat vielen Geschäftsmodellen aufgezeigt, wie angenehm Online-Meetings sein können. Die größten Vorteile sind zum einen, dass die Meetings **zeitsparend** sind. Zum anderen sind diese aber auch noch **kostensparend**. Zwar fallen für diese Online-Calls monatliche Gebühren an, wie bspw. bei Zoom, jedoch ist dies in vielen Fällen nichts im Vergleich dazu, wie kostspielig manche Geschäftsreisen (inkl. Anreise, Unterkunft, Verpflegung etc.) sind.

Deswegen meint auch **Bill Gates**, der Gründer von Microsoft, dass Geschäftsreisen nie mehr so sein werden wie zuvor. Nach seiner Einschätzung **fallen** in Zukunft rund **50 % der Geschäftsflüge weg** (Quelle: Frankfurter Allgemeine vom 18.11.2020).

Sollte diese These eintreten, kann Zoom in diesem Szenario massiv profitieren, da stetig neue Kunden geworben und bestehende Partnerschaften ausgebaut werden können.

Zoom als integriertes Betriebssystem

Bisher ist Zoom eine verhältnismäßig leicht zu ersetzende Software, welche hauptsächlich dazu da ist um Konferenzen abzuhalten. Die Gefahr besteht daher, dass nach Corona die Umsätze einbrechen, da wieder "normale" Meetings abgehalten werden können.

Für kleinere Firmen, die keine großen Reisen für die Meetings zurücklegen müssen, mag dies mit Sicherheit auch zutreffen.

Mit dieser Kundschaft generiert Zoom jedoch auch nicht den größten Umsatz. Viel mehr sind es die **Großkund*innen**, mit welchen Zoom das meiste Geld verdient. Diese sind von dem Wandel zum Reisen weniger betroffen. Der CEO Yuan äußert bei den Q1 Zahlen für das Geschäftsjahr 2022, dass es **keine Anzeichen** für einen Trendwechsel bzgl. des geschäftlichen Alltages geben würde.

Dennoch positioniert sich der Konzern nun auch mit Telefonapparaten. Diese sollen zum Einsatz kommen, wenn das Büroleben wieder vermehrt zurückkehrt. Zoom **stärkt** damit das eigene **Geschäftsmodell** und versucht sich auf verschiedene Trends vorzubereiten.

Damit jedoch die Umsätze von Zoom stabil wachsen können, benötigt das Unternehmen meiner Meinung (Christian) nach ein **Alleinstellungsmerkmal**, welches sie von Konkurrenten unterscheidet.

Der Konzern sieht dies wohl sehr ähnlich, weswegen die Kosten für **Forschung und Entwicklung** stetig steigen. Wäre ich Investor des Konzerns, so würde ich die Entwicklung der Kennzahl sehr begrüßen. Ein sehr kleines, solches Attribut hat das Unternehmen bereits. Durch den enormen Boom sagen die meisten Kund*innen: "Ich hab gleich einen Zoom-Call", und zwar unabhängig davon, ob tatsächlich Zoom oder das Produkt der Konkurrenz genutzt wird. Dennoch muss es für den Konzern das Ziel sein, ein deutlich größeres Alleinstellungsmerkmal zu generieren. Am besten wäre es meiner Einschätzung nach, wenn das Produkt von Zoom wie ein ERP- oder Cloud-System funktioniert. Dann könnte man es nur unheimlich schwer aus den Betrieben der Kundschaft herauslösen, wenn es einmal integriert wurde. Gelingt Zoom ein solcher Schritt, durch bspw. technische Komponenten, entsteht meiner Meinung nach ein **starker Burggraben**.

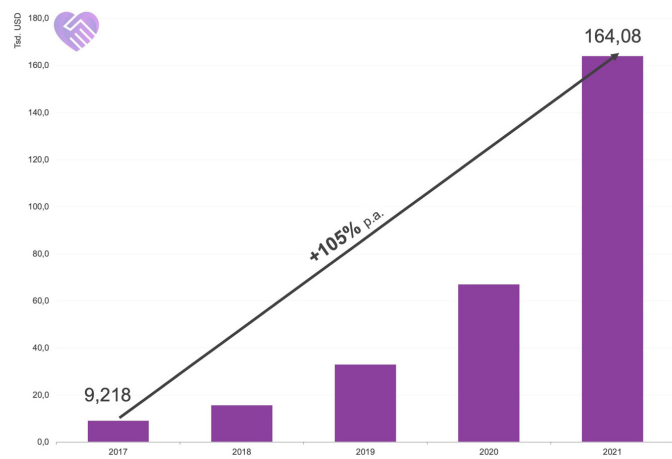


Abb. 14: Die Ausgaben von Zoom im Bereich Forschung und Entwicklung (eigene Darstellung).

Risiken

Konkurrenz nimmt Großkunden ab (1)

Eintrittswahrscheinlichkeit	mittel / hoch
Fundamentale Auswirkung	hoch

Warum Online-Meetings deutlich vorteilhafter im Vergleich zu Geschäftsreisen sind, haben wir bereits in den Chancen erläutert. Ebenfalls haben wir beschrieben, dass Zoom höchstwahrscheinlich von diesem Trend profitiert.

Hier müssen jedoch auch die **Konkurrent*innen der Branche** betrachtet werden. Unter diese würde ich gar nicht Firmen wie Teamviewer oder andere Firmen subsumieren, welche auch die Bereitstellung von Online-Meeting anbieten, sondern viel mehr **Microsoft oder Alphabet** (nachfolgend wird nur auf Microsoft bzw. Teams eingegangen. Die Gefahr geht natürlich in gleichem Maße auch von Alphabet aus).

Microsoft würde mir als Zoominvestor in gewisser Weise sorgen bereiten. Durch Microsoft Teams, hat der Billionendollar schwere Konkurrent ein Produkt entwickelt welches es mit den klassischen Zoommeetings durchaus aufnehmen kann. Microsoft Teams hat sogar gewisse Vorteile, da es sich mit den anderen Microsoft Programmen **sehr leicht verknüpfen** lässt und damit mit den Standardprodukten wie Excel, Powerpoint oder Word sehr gut harmoniert.

Teams wurde recht einfach in viele Firmen etabliert, da Microsoft es zunächst als Bonus kostenlos zur Verfügung stellte. Mittlerweile kostet es jedoch eine geringe Provision, wenn man alle Möglichkeiten des

Produktes ausschöpfen möchte.

Microsoft hat zudem noch einen gewaltigen Vorteil mit Teams, welchen Zoom derzeit absolut nicht vorzeigen kann. Sie müssen mit Teams **nicht unbedingt Geld verdienen**. Microsoft hat genug andere Einnahmequellen mit Azure, andern Lizenzen oder dem Gaming-Sektor. Dadurch können Sie theoretisch Zooms komplette Marge durch Preisdumping ausradieren und die Kund*innen weiter an sich binden. Danach könnte nach und nach der Preis für Teams gesteigert werden.

Die Eintrittswahrscheinlichkeit sehe ich in einem konservativen Szenario bei **mittel bis hoch**. Die fundamentale Auswirkung wäre natürlich katastrophal und damit bei **hoch**.

Sicherheitslücken führen zu Vertrauensverlust (2)

Eintrittswahrscheinlichkeit	mittel
Fundamentale Auswirkung	mittel

Bereits im Jahr 2020 kam es vermehrt zu **Sicherheitslücken** bei der Videoplattform. Hacker*innen konnten Videoausschnitte aus Konferenzen aufzeichnen und Daten im Dark Web verkaufen (Quelle: Computerbild vom 13.07.2020). Zoom reagierte damals auf diese Probleme und behob die Lücken um Hacker*innen den Zutritt zu Meetings deutlich zu erschweren. Allgemein sind Hacker*innen vermehrt zum Problem von großen Konzernen geworden. In Deutschland wurde bspw. im Dezember letzten Jahres der mDAX Konzern Symrise Opfer eines Hackerangriffs.

Für Zoom würde ein **größerer Hackerangriff** zu ein enormer Vertrauensverlust bei den Kund*innen führen, da in den Meetings ja oftmals Geschäftsinterne Informationen geteilt werden welche nicht für die Außenwelt bzw. die Konkurrenz bestimmt ist.

Je größer der Datenleak desto schlimmer natürlich der Imageschaden für Zoom.

Ich sehe die Eintrittswahrscheinlichkeit bei **mittel**. Die fundamentale Auswirkung würde sich wie beschreiben nach dem Ausmaß des Hackerangriffs bemessen. Daher würde ich dieses Risiko auch mit **mittel** bemessen.

Risikomatrix

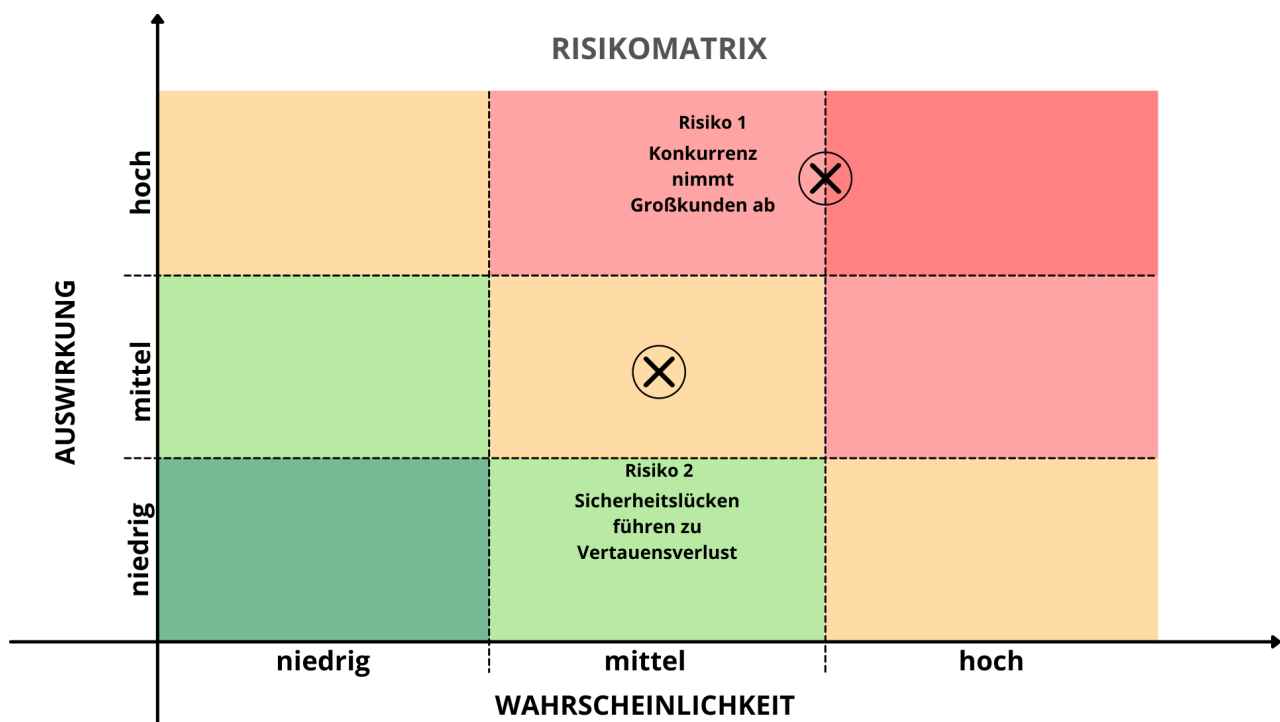


Abb. 15: Überblick der Risiken in einer Risikomatrix (BETA)

4. Charttechnische Trendeinordnung

Übersicht

	Trendrichtung	Trendbestätigung	Trendbruch
langfristig (Monats-Chart)	aufwärts	588,84 USD	60,97 USD
mittelfristig (Wochen-Chart)	neutral		
kurzfristig (Tages-Chart)	aufwärts	379,89 USD	355,41 USD

Monatlich

Die Zoom-Aktie ist erst seit 2019 an der Börse gelistet, weshalb die langfristige Trendeinordnung nur auf Basis einer vergleichsweise kurzen Zeitspanne erfolgen kann. In diesem Zeitraum ist ein **Aufwärtstrend** erkennbar.

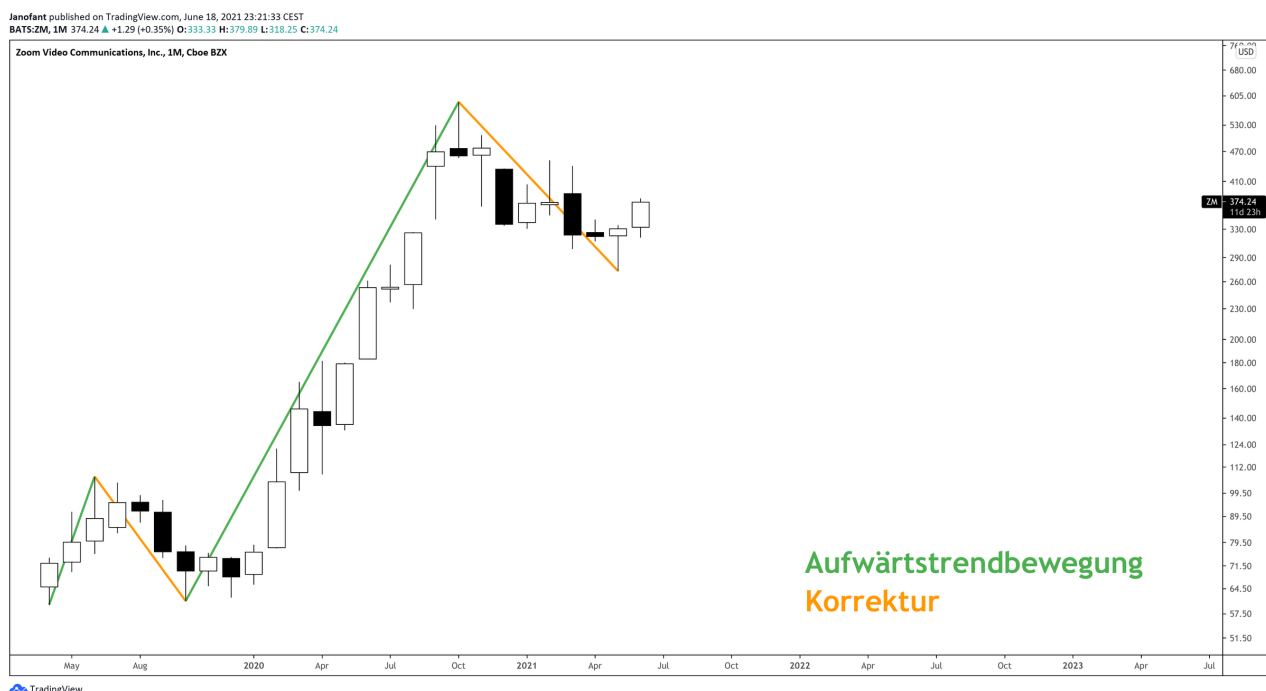


Abb. 16: Monats-Chart von Zoom

Wöchentlich

Im Wochen-Chart wurde der Aufwärtstrend bis vor kurzem korrigiert. Nun liegt jedoch ein Bruch der Abwärtstrendstruktur (der Korrektur) vor, da das letzte Verlaufshoch bei 345,02 USD überboten wurde. Die **Korrektur** gilt deshalb mindestens als **pausiert**, gegebenenfalls sogar als beendet.

Janofant published on TradingView.com, June 18, 2021 23:25:03 CEST
BATS:ZM, 1W 374.24 ▲ +1.29 (+0.35%) O:361.87 H:379.89 L:355.41 C:374.24



Abb. 17: Wochen-Chart von Zoom

Täglich

Im kurzfristigen Tages-Chart ist das Ausmaß der Abwärtskorrektur detaillierter erkennbar. Hier ist deutlich zu sehen, dass bereits eine **aufwärtsgerichtete Struktur** etabliert werden konnte.

Janofant published on TradingView.com, June 18, 2021 23:26:26 CEST
BATS:ZM, 1D 374.24 ▲ +1.29 (+0.35%) O:374.01 H:379.89 L:370.93 C:374.24



Abb. 18: Tages-Chart von Zoom

Aussicht

Zoom befindet sich zwar in einer Widerstandszone, allerdings konnte der **Abwärtstrend** bereits **gebrochen** werden. Deshalb sind weitere anstehende kurzfristige Korrekturen vorerst auch nur als temporär anzusehen. Sollte eine solche Abwärtsbewegung eingeleitet werden, ist das anschließende

Überbieten des Verlaufshochs (aktuell wäre es bei 389,89 USD – kann sich aber ändern) elementar. Nur so kann die übergeordnete langfristige Aufwärtstrendrichtung weiter verfolgt werden.



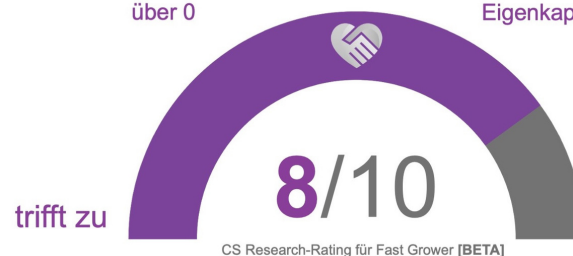
Abb. 19: Die Korrektur könnte vorüber sein.

5. Fazit

Zoom erhält in unserem Rating **8 von 10 Punkten**. Die Punkte gehen verloren, bei der **Bewertung** und beim Wachstum der EBIT-Marge. Bei letzterem geht der Punkt jedoch nur sehr knapp verloren, wobei bei der Bewertung der Punkt doch sehr deutlich nicht gegeben werden kann. Kalkuliert man nach unserer Methode die Bewertung, so kommt man auf ein KGVe in fünf Jahren von immer noch 83. Dies ist auch unter Anbetracht der Risiken sehr hoch.

Umsatzwachstum (letzten 5 Jahre): über 15% p.a.
Umsatzwachstum (nächsten 3 Jahre): über 10% p.a.
EBIT-Wachstum (letzten 5 Jahre): über 10% p.a.
EBIT-Wachstum (nächsten 3 Jahre): über 10% p.a.
Konzerngewinn: über 0

Verschuldungsgrad zum EBITDA: unter 1
KGVe in 5 Jahren: unter 30
EBIT-Marge (aktuell): über 10%
EBIT-Margen-Wachstum (in 3 Jahren): über 20%
Eigenkapital-Quote: über 50%



KGVe
Das erwartete Kurs-Gewinn-Verhältnis.
Wir berechnen dies mit dem prognostizierten durchschnittlichen Gewinnwachstum der nächsten 3 Jahre und berücksichtigen einen Sicherheitsabschlag von 30%.

Abb. 20: Im Wir Lieben Aktien-Rating für Fast Grower erhält Zoom 8 von 10 Punkten.

Charttechnisch hat sich Zoom nicht nur stabilisiert, sondern auch die Struktur der Abwärtskorrektur bereits gebrochen. Dies ist eine gute Ausgangssituation für eine potenzielle Fortsetzung des langfristigen Aufwärtstrends.

Transparenzhinweis und Haftungsausschluss: Die Autoren haben diesen Beitrag nach bestem Wissen und Gewissen erstellt, können die Richtigkeit der angegebenen Informationen und Daten aber nicht garantieren. Es findet keinerlei Anlageberatung durch die Chartsekte, oder durch einen für die Chartsekte tätigen Autor statt. Dieser Beitrag soll eine journalistische Publikation darstellen und dient ausschließlich Informationszwecken. Die Informationen stellen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren dar. Börsengeschäfte sind mit erheblichen Risiken verbunden. Wer an den Finanz- und Rohstoffmärkten handelt, muss sich zunächst selbstständig mit den Risiken vertraut machen. Der Kunde handelt immer auf eigenes Risiko und eigene Gefahr. Die Chartsekte und die für uns tätigen Autoren übernehmen keine Verantwortung für jegliche Konsequenzen und Verluste, die durch Verwendung unserer Informationen entstehen. Es kann zu Interessenkonflikten kommen, durch Käufe und einen darauffolgenden Profit durch eine positive Kursentwicklung von in Artikeln erwähnten Aktien.

Mehr Infos unter: <https://chartsekte.de/haftungsausschluss/>