

Kommunikation

Tencent Aktienanalyse

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

von Michael C. Jakob



Tencent 腾讯

Hauptsitz	Shenzhen, China
ISIN	KYG875721634
WKN	A1138D
Preis	66 USD
Ausstehende Aktien	9,6 Mrd.
Marktkapitalisierung	639 Mrd. USD
Nettoliquidität	7,8 Mrd. USD
Enterprise Value	631,2 Mrd. USD
Free Cash Flow-Rendite 2019	3,6%
Dividendenrendite	0,2%
Datum	27.07.2020

Tencent

腾讯 ist das #1 Gaming Unternehmen weltweit (nach Umsatz) und besitzt das größte soziale Netzwerk Chinas: WeChat und QQ. Tencent ist das „chinesische Facebook“ – tatsächlich ist es aber noch deutlich stärker in das tägliche Leben verankert als Facebook. Zusätzlich investiert Tencent erfolgreich in 700+ Unternehmen, mit einem Fokus auf Tech-Startups und mögliche strategische Synergien im Gaming-Bereich. Der Umsatz des asiatischen Riesen wächst weiterhin mit 38% p.a. und das EBIT (operativer Gewinn) mit 29%. Gleichzeitig etabliert sich Tencent langsam im Cloud-Geschäft und wird zum größten Alibaba-Cloud-Konkurrenten innerhalb Chinas (mit bereits 20% Marktanteil). Wie sehen die Zukunftsaussichten von Tencent aus? Wie sieht es mit Risiken wie Regulierungen, Konkurrenz und Datenschutz aus? Ist das Unternehmen aktuell unterbewertet? Das finden wir in der großen Tencent Aktienanalyse gemeinsam heraus.



Hier habe ich für euch Tencent's Hauptquartier in Shenzhen 深圳 persönlich besucht, um mir vor Ort einen Eindruck zu verschaffen. Dort konnte ich auch, aus Investorensicht, einen Produktmanager für ein Interview gewinnen. Tencent ist eine tolle Aktie, über die man mehr wissen muss! Auch vor meinem Unternehmensbesuch war ich schon in Tencent investiert – und bin es auch heute noch. Quelle: Michael C. Jakob

Überblick: Tencent profitiert vom digitalen Aufstieg Chinas wie kein anderes Unternehmen

- **Gaming, Investments und Social-Media.** Tencent ist breit diversifiziert und Marktführend in drei Bereichen. Es ist gemessen am Umsatz der #1 Spielehersteller weltweit und investiert in 700+ erfolgreiche Startups weltweit, unter anderem Blizzard, Tesla, NIO, Douyin, EPIC Games und JD.com. Dazu kontrolliert es die beiden größten Social-Media Anwendungen in China, WeChat und QQ. Dadurch ist das Unternehmen in einer einzigartigen Position, um von Chinas Digitalisierung zu profitieren.
- **WeChat = Chinesisches Facebook mit Datenmonopol.** Als #1 im Social Media hat Tencent ein Datenmonopol. Tencent weiß, was die Nutzer wollen und kann passend neue Produkte entwickeln. Anders als Facebook traut sich Tencent auch, komplett neue Märkte zu erschließen (unter anderem WeChat Pay vor bereits 5 Jahren). Besonders für die Regierung sind diese Daten über die Bevölkerung sehr wertvoll, weshalb Tencent besonderen Schutz genießt.
- **WeChat ist ein Betriebssystem, keine App.** WeChat ist eine App, die viele andere Anwendungen ersetzt und bereits mehr als 1,2 Mrd. monatlich aktive Nutzer hat – knapp 100% der chinesischen Bevölkerung. Dabei hat WeChat als eine reine WhatsApp Kopie angefangen, und sich dann zum Innovationsführer voran entwickelt: Jetzt kopiert Facebook von WeChat. Mit WeChat kann man bereits seit über 5 Jahren bezahlen, chatten, spielen, Flüge buchen, Dating-Partner finden, und Produkte auf einem Marktkauf kaufen und verkaufen – vieles sind Features, die Facebook noch nicht einmal ausgetestet hat. WeChat ist ein eigener „App Store“, der sogar den Apple AppStore teilweise ersetzt. Wer die WeChat App in China nicht besitzt ist der Gesellschaft ausgeschlossen. Tencent hat es geschafft, ein zentraler Bestandteil des Lebens zu werden. Kann das Unternehmen das Monopol weiter ausbauen?



Tencent hat in seiner 22-jährigen Geschichte (Gründung 1998) einen Imagewechsel vollzogen. Das erste Produkt ist als eine Kopie gestartet. Heute gilt das Unternehmen als innovativ und fortschrittlich. Facebook, Alphabet, und Snapchat kopieren mittlerweile von Tencent: Etwa die Bezahlfunktion WhatsApp Pay, der Facebook-Marktplatz, Live-Video oder die Snapchat-Stories. Hier der vertikale Campus von Tencent.



1. Geschäftsmodell: Gaming, Abos und Werbung

Kurze Unternehmensgeschichte: Von der „Kopierfabrik“ zum einflussreichsten Ökosystem in China



1998 Gründung. 1998 hat Ma Huateng mit 3 Kommilitonen Tencent auf den Kaimaninseln gegründet. Das Startkapital wurde von einem Venture Capital Investor gegeben – 6 Jahre bevor es Facebook überhaupt gegeben hat (Facebook wurde 2004 gegründet). In den ersten Jahren bleibt Tencent unprofitabel, weil noch keine Werbung geschaltet wird.



2001 Profitabel & Naspers. Durch Abonnements will Tencent den Dienst monetarisieren. Diese werden „Mobile Value Added Services“ genannt und bedeuten, dass man für bestimmte digitale Güter, wie später zum Beispiel bestimmte Emojis, Geld zahlen musste. Das südafrikanische Medienunternehmen Naspers kauft 46% der Anteile und wird damit der größte Anteilhaber. Heute hält Naspers 31%.



2004 Börsengang & Gaming. Beim Börsengang in Hongkong sammelt Tencent 118 Mio. USD ein. Es war aber kein großer Erfolg, das Unternehmen war hauptsächlich als eine „Copycat“ bekannt, also als eine Firma, die andere Anwendungen kopiert. Tencent fängt an, Spiele für China zu lizenziern und diese anzubieten. Heute produziert Tencent eigene Spiele.



2011 WeChat und Gaming Investments. 2011 wird WeChat (chin. 微信 Weixin) ge-lanciert. Die App startet als eine WhatsApp Kopie, entwickelt sich aber zu einer All-in-One-App. Mit der App werden Spiele, Nachrichten, Freunde und Entertainment an einem Ort gebündelt. Gleichzeitig beginnt Tencent Akquisitionen und Investitionen in Spielehersteller wie Riot Games, Epic Games, Activision Blizzard.



2013 WeChat Pay wird zum vollen Erfolg. Mit WeChat Pay kommt der nächste Wachstumstreiber: Die Anwendung treibt bargeldloses Bezahlen in China voran und überspringt Kreditkarten komplett, wie es bisher noch nirgendwo passiert ist. China gelingt der Übergang von der Barzahlung zur App-Zahlung. Das Unternehmen startet die „Tencent Cloud“ (als Konkurrent zur Alibaba Cloud, Amazon Cloud, und Microsoft Cloud) und gründet später die eigene Bank „WeBank“. Dazu kommen unzählige Partnerschaften mit chinesischen Unternehmen wie JD.com 京东 (Ausführliche [JD.com Aktien-analyse](#) auf AlleAktien.de) und Meituan 美团.



2015 Wandlung zum Tech-Investor. Tencent baut die eigenen Investitionen immer weiter aus: Dazu kommen kleinere Aktienpakete an Tesla, China Music Corporation, Wells Fargo, Snapchat, Skydance Media, die Supermarktkette Carrefour und vielen weiteren.



2020 Starkes Wachstum geht weiter. Tencent wird in die Liste der 10 wertvollsten Unternehmen der Welt aufgenommen. Das Unternehmen hat 63.000 Mitarbeiter und ist in unzähligen Branchen aktiv, sowohl mit eigenen Ausgründungen als auch als stiller Investor. WeChat hat 1,2 Mrd. monatlich aktive Nutzer erreicht. Das Leben in China basiert heute in vielen Bereichen auf Anwendungen von Tencent.

Mission: China zum Digitalisierungs-Weltmeister machen



Tencents Mission ist es, Menschen zu verbinden. Dies macht das Unternehmen erfolgreich in China mit Social-Media Apps wie WeChat und QQ. Gleichzeitig treibt Tencent die Digitalisierung Chinas voran wie kein zweites Unternehmen.



Tencent Mission. Die Mission von Tencent ist es, die Qualität des Lebens durch Internet-Software zu verbessern. Das Unternehmen möchte den Kunden bei allen Aufgaben online weiterhelfen. Dafür hat das Unternehmen die größte Online Community in China erschaffen.

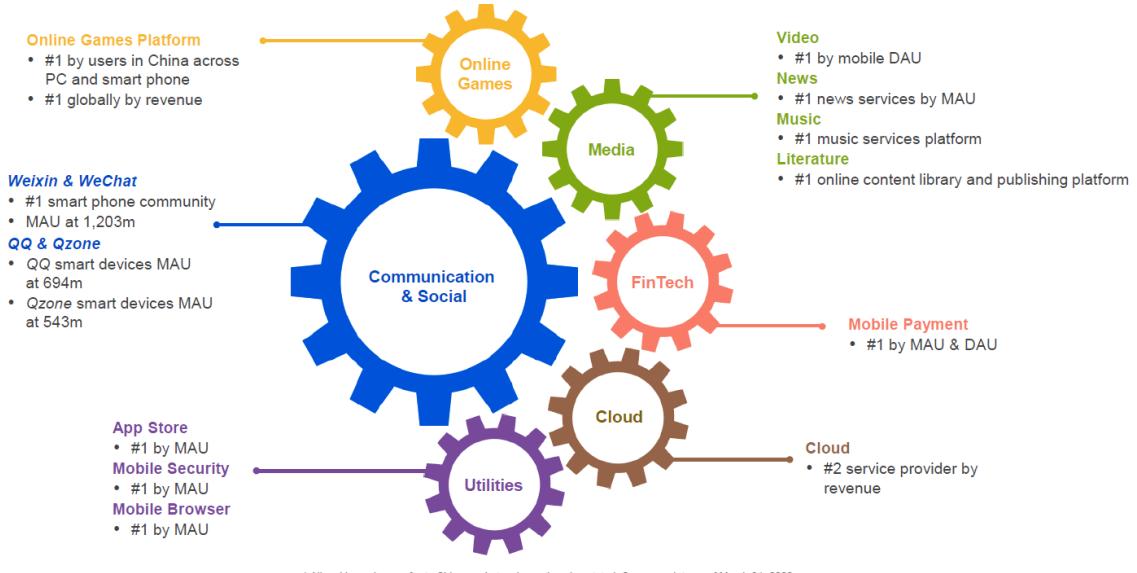


Tencent Strategie. Erst wird ein sogenanntes „Starprodukt“ komplett kostenlos und werbefrei veröffentlicht. Erst zu einem späteren Zeitpunkt, nach dem eine gewisse Marktführerschaft erreicht ist, wird das aufgebaute Produkt monetarisiert. Bei Facebook und Google fast immer mit Werbung. Bei Tencent zum Großteil mit zahlungspflichtigen Abonnements (z.B. Musik-Abos, Spiele-Abos) und digitalen Gütern (z.B. bessere Waffen in Online-Spielen). Werbung spielt beim Umsatz von Tencent nur eine kleine Rolle.

„Value for Users, Tech for Good“

Mission Statement Tencent

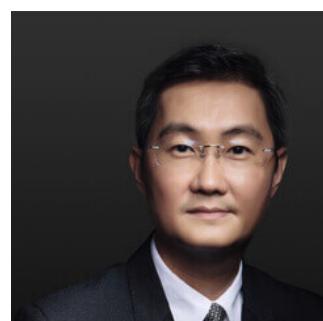
Key Platforms Update



5

Tencent ist in sehr vielen Branchen aktiv, man verliert leicht den Überblick. Beim Geschäftsmodell stellen wir die drei wichtigsten Bereiche vor. #1 Social Media (China) mit WeChat [blau]. Dazu kommt der Gaming Bereich [gelb], der auch international sehr erfolgreich ist. Zusätzlich ist Tencent im Mediengeschäft [grün], in der Zahlungsbranche [pink] und im Cloud Geschäft [braun] aktiv.

Management: Ma Huateng 马化腾 ist Gründer und Geschäftsführer



Ma Huateng ist kapp vor Jack Ma der reichste Unternehmer Chinas. Die beiden haben Chinas Fortschritt und Digitalisierung mehr befeuert als wohl jedes andere Unternehmen oder Regierungsprogramm vor ihnen.

Jack Ma vs. Ma Huateng. Die beiden Internetunternehmer haben es mit ihren Ideen sehr weit gebracht. Jack Ma ist ein Rockstar in China, er liebt die Bühne, ist extrovertiert und fast jeder Chinese kennt ihn, ähnlich wie Elon Musk. Ma Huateng hingegen ist deutlich weniger in den Medien. Er beschreibt sich selber als Software-Ingenieur und ist eher zurückhaltend. Er lässt

sich mit Facebooks Mark Zuckerberg vergleichen: Beide haben mit jungem Alter die Möglichkeiten des Internets gesehen, sind Nerds und haben Milliardenunternehmen gegründet. Aktuell ist Ma Huateng der reichste Chinese mit einem Vermögen von 50 Mrd. USD.

„Ideas are not important in China – execution is.“

Ma Huateng

Im Zitat findet sich auch die chinesische Denkweise wieder: Ideen sind sowieso wertlos. Deshalb ist klauen vollkommen legitim. Letztendlich kommt es wirtschaftlich nur darauf an, wer die Idee am besten umsetzt. Daraus erschließt sich demnach auch die Haltung der Chinesen zu Patenten und geistigem Eigentum. Wenn selbst der Geschäftsführer von Ma Huateng so offen darüber spricht, dann wirkt das repräsentativ für eine ganze Generation an Unternehmern.



China-Aktien | Steigerung und Steigerung von chinesischen Aktien, die Analyse

China-Marktanalyse auf AlleAktien.de

In meinem ausführlichen Artikel zu China-Aktien und China-Investments generell bin ich auch stark auf meine Erfahrungen und Erlebnissen nach 2-Jahren-China (Studium und Arbeit) in Peking und Shenzhen darauf eingegangen. Wer vor hat in China-Aktien zu investieren, sollte sich diesen Artikel unbedingt ansehen.

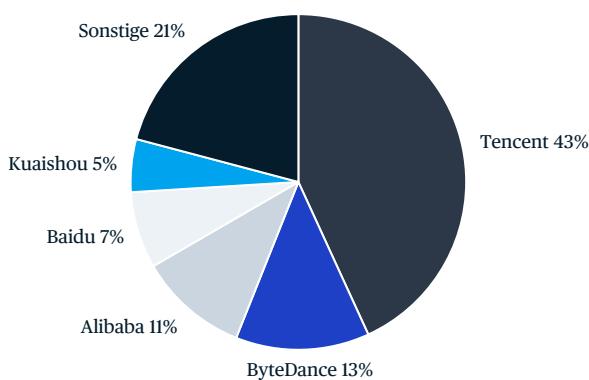


Von 2016 bis 2019 war ich viele Monate in China und habe mir Tencent, aber auch Alibaba, vor Ort angesehen und die Produktmanager dort aus Investorenansicht befragt.

Branche 1: Social Media in China

Chinesen verbringen 43% ihrer Online-Zeit mit Tencent

Nutzungszeit der mobilen App in %



Chinesische Nutzer verbringen 43% ihrer Zeit mit Tencents WeChat und QQ. ByteDance als Entwickler von TikTok muss man genau beobachten. Aktuell sehe ich allerdings noch keine Bedrohung. TikTok ist bisher erfolgreich, hat aber noch einen sehr weiten Weg vor sich bzgl. Nutzerwachstum und Monetarisierung der Plattform. Quelle: CIW



Trends. Der Social Media Markt in China wächst mit ca. 10% pro Jahr. Deutlich über dem weltweiten Wirtschaftswachstum von 2%. Die größten Trends sind Live Streaming, Automatisierung, Expansion in Chinas ländlichere Gebiete und die Expansion in andere asiatische Länder. Automatisierung bedeutet Chatbots, individuelle Suchergebnisse und Gesichtserkennung in den Social Media Apps zur Verifizierung. Tencents Netzwerke WeChat und QQ sind die größten und werden beim Geschäftsmodell vorgestellt.



Weibo (gehört nicht zu Tencent). Weibo ist das chinesische Twitter. Hier kann man bloggen oder Textnachrichten teilen oder Nachrichten lesen. 95% der Nutzer kommen aus China und es gibt wie bei Twitter ein Zeichenlimit. Besonders für Unternehmen ist das Netzwerk sehr interessant, weil die Zielgruppe spezifisch und in einem professionelleren Kontext erreicht werden kann. Auch kann man Spiele gemeinsam mit Freunden spielen.



Bytedance (gehört nicht zu Tencent). Zu Bytedance gehören die chinesische Version von TikTok, Douyin 抖音, und die Nachrichtenplattform Toutiao 头条. Wie bei TikTok zeigt Douyin kurze Videos an und ist besonders in den letzten Jahren schnell gewachsen. Die App hat ähnlich wie TikTok den Markt sehr schnell erobert. Seit 2016 gibt es die App und hat bereits über 400 Millionen tägliche Nutzer in China.

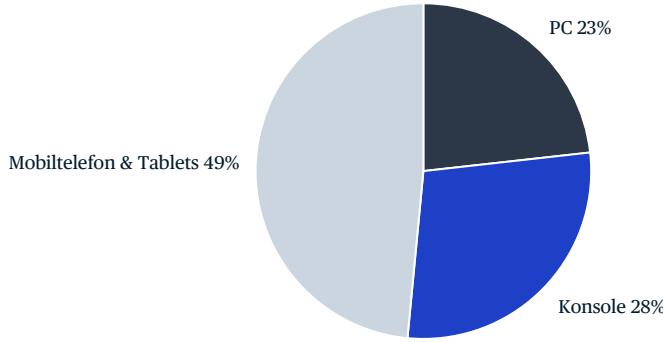


Internationale Wettbewerber. China erlaubt internationalen Wettbewerbern keinen Zutritt zum chinesischen Markt. WhatsApp, Instagram, Facebook und YouTube sind in China alle geblockt, weil Alphabet und Facebook die Nutzerdaten nicht mit der Regierung teilen wollen. Dahinter steht aber auch eine wirtschaftliche Motivation: Nur ohne die internationale Konkurrenz konnten die chinesischen Unternehmen so schnell wachsen und in die Monopolsituation kommen, in der sie heute sind. Alle Gewinne, die Kontrolle, und die Daten bleiben in China.

Branche 2: Gaming Markt International

Mit einem Marktanteil von 48% in 2020 stellt das mobile Gaming das größte Segment des globalen Spielemarktes dar

Der globale Spielemarkt in %, nach Segment



Die Grafik zeigt den globalen Gaming-Markt auf, der 2020 ca. 159 Mrd. USD groß ist. Dies entspricht einem Wachstum von 9,3% gegenüber dem Vorjahr. Nach Umsatz: 48% Handy-Spiele, 28% Konsolen-Spiele, 21% PC-Spiele. Quelle: Newzoo



Entwicklungen. Der internationale Gaming Markt ist 2019 151 Mrd. USD groß und wächst 9,3% p.a. Die wichtigsten Wachstumsfaktoren sind eSports, mobile Multiplayer-Spiele (League of Legends, Fortnite, Warzone) und die unlimitierte Datennutzung. Auch Live Streaming ist ein großer Trend.



Big-Player. Tencent ist am Umsatz gemessen der #1 Spielehersteller der Welt. Mit Titeln wie Fortnite (Epic Games), League of Legends (Riot Games) Honour of Kings und PUBG Mobile (Bluehole) ist das Unternehmen an wichtigen Spielen beteiligt. Dazu kommen Beteiligungen an Supercell, Ubisoft, Activision Blizzard und vielen weiteren. In einer Tabelle werden wir die wichtigsten Investitionen von Tencent zeigen. Auf #2 kommt Sony mit Titeln für die PlayStation wie Final Fantasy, Gran Turismo und Tomb Raider. Danach kommen Apple, Microsoft (Xbox) und Activision Blizzard.



China-Situation. In China dürfen die internationalen Spielehersteller nicht selber Spiele veröffentlichen. Sie müssen mit einem Unternehmen vor Ort zusammenarbeiten, um den großen Markt zu erreichen. Es kommen internationale Spielehersteller auf Tencent zu, um mit dem Unternehmen zusammen das Spiel in China zu veröffentlichen. Dadurch ist Tencent in einer starken Verhandlungsposition, sie suchen sich Partner aus. Sonst wird das gleiche Spiel einfach kopiert und 6 Monate später unter der eigenen Marke veröffentlicht – auch kein Problem. Wir erinnern uns: Ideen sind wertlos, die Umsetzung ist alles.



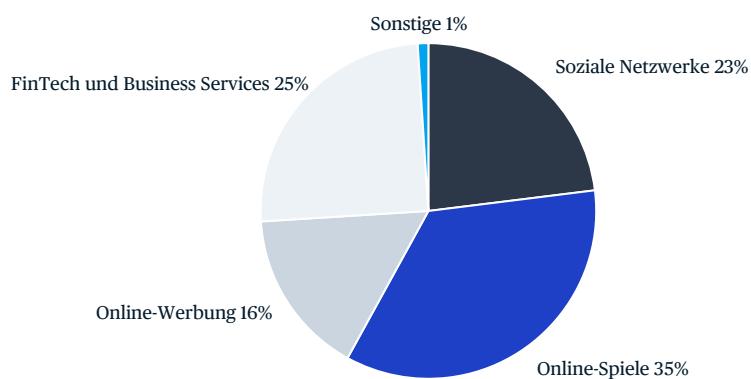
Regionen. Besonders in Süd-West-Asien wächst der Markt schnell, 2021 sollen mehr als 250 Millionen Gamer hinzukommen. In China, Japan und Südkorea ist es deutlich normaler, dass auch Erwachsene Handyspiele spielen. Auch China sieht diesen Trend: Peking will bis 2025 internationale Gaming Hauptstadt werden.

Geschäftsmodell verständlich erklärt: Tencent verdient Geld mit Gaming und Social Media

Man sieht sofort: Mit der WeChat-App werden fast 50% des Umsatzes generiert. Solange Tencent Marktführer in China bleibt, ist alles gut. Online-Spiele machen auch einen substantiellen Teil des Umsatzes aus. Werbung, ganz anders als bei Facebook, macht gerade mal 16% des Umsatzes aus.

Tencent macht Geld mit Online-Spielen, Digitalen Gütern, Transaktionsgebühren, und Werbung

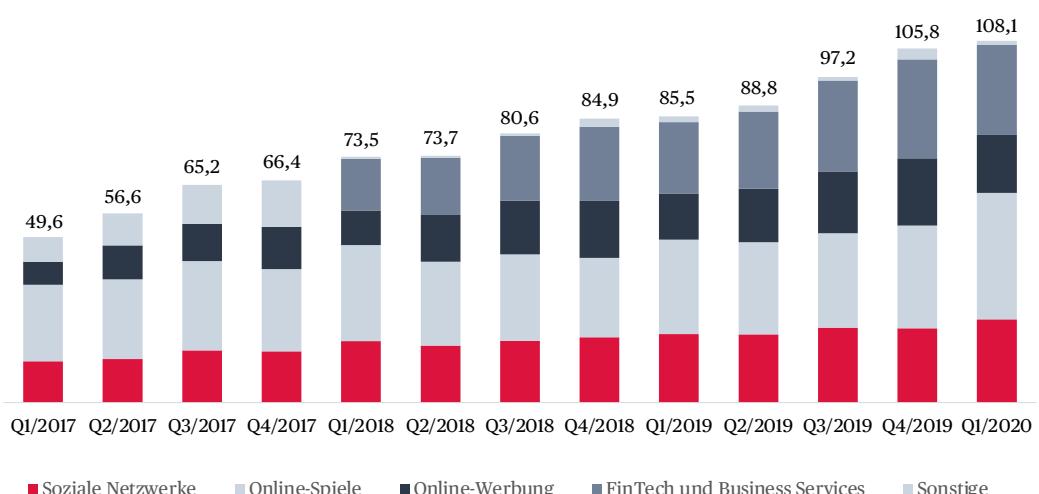
Umsatz nach Segment, Q1/2020 in %



Tencent teilt seinen Umsatz in 4 Kategorien auf: 35% des Umsatzes entfallen auf Online Spiele, gefolgt von Bezahlung mit 25% und Social-Media mit 23%. Durch Werbung verdient Tencent nur noch 16% des Umsatzes. Wegen der Coronakrise und den dadurch ausgelösten Lockdowns ist der Gamingumsatz gestiegen.

Tencent steigert kontinuierlich die Umsätze in allen Segmenten

Umsätze nach Segment, 2017 - Q1/2020 in Mrd. CNY



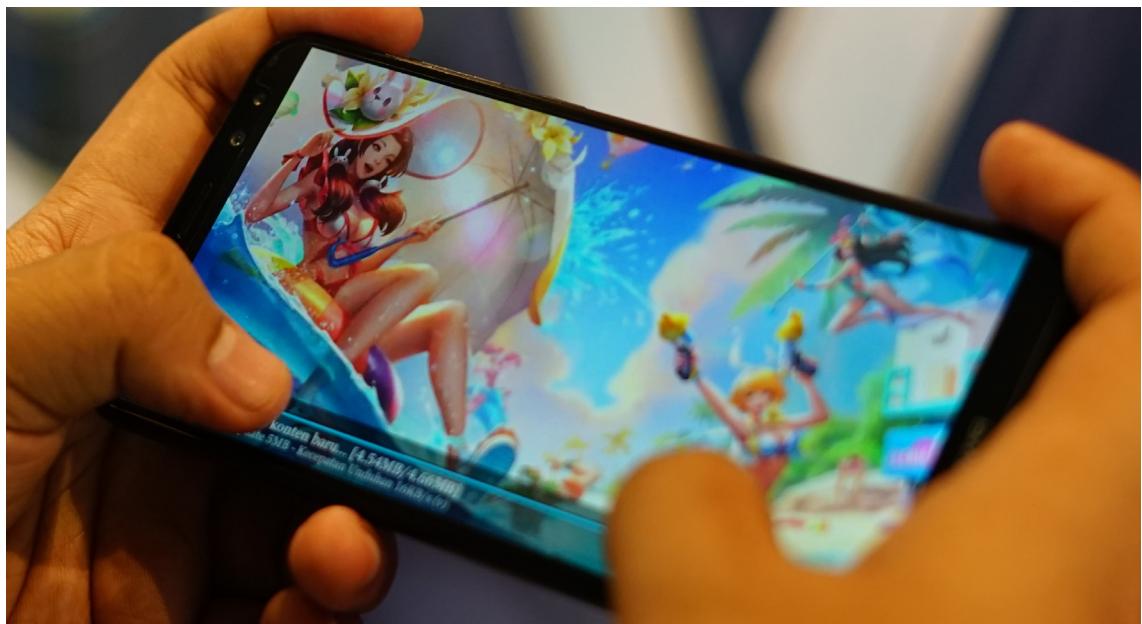
Innerhalb der letzten 3 Jahre konnte das Unternehmen den Umsatz mehr als verdoppeln. Besonders stark sind dabei die Segmente Online-Spiele und Soziale Netzwerke gewachsen.

Tencents Umsatzquellen: Unterhaltung, Social Media und Investments

Überschneidungen von Umsatz und Produkten. Mit WeChat verdient Tencent Umsatz durch verschiedene Segmente: Bezahlung, Gaming, Social-Media und Werbung. Deshalb kann man nicht jedes Segment (Bezahlung, Werbung...) einem Produkt (WeChat, QQ, Spiele...) zuordnen. Dies geht bei anderen Unternehmen einfacher: Bei Alphabet kann man den Umsatz aufteilen: Werbung durch die Suchmaschine, Werbung auf YouTube oder Gewinne aus der Cloud. Aus diesem Grund habe ich Tencent in drei Bereiche unterteilt, um euch zu zeigen wie Tencent Geld verdient.

- ⌚ 1) **Unterhaltung/Gaming.** Tencent bietet Plattformen für fast alle Inhalte an, die man konsumieren kann. Dazu gehören Gaming, Videos, Live Streaming, Nachrichten, Literatur, Musik, Sport und vieles weitere. Das Ökosystem ist gigantisch, egal welche Art von Inhalten man sucht, in China kommt man an Tencent nicht vorbei.
- 💬 2) **Social Media.** Tencent verbindet die chinesische Bevölkerung. Dafür entwickelt das Unternehmen Nachrichten Apps und Soziale Netzwerke. Dazu gehören WeChat und QQ.
- ↑↑ 3) **Investments.** Tencent investiert aus mehreren Gründen in internationale Techfirmen. 1) Als strategische Kooperation 2) um am Gewinn und Erfolg des Unternehmens teilzuhaben oder 3) um sich gegen Wettbewerber zu positionieren. Das Unternehmen hat erfolgreich in viele „Einhörner“ (Unicorns) weltweit investiert.

1. Unterhaltung: Gaming und Unterhaltung



Tencent ist das #1 Gaming Unternehmen international (nach Umsatz). Mit Anteilen an League of Legends, Fortnite und Call of Duty produziert das Unternehmen Spiele für die ganze Welt.

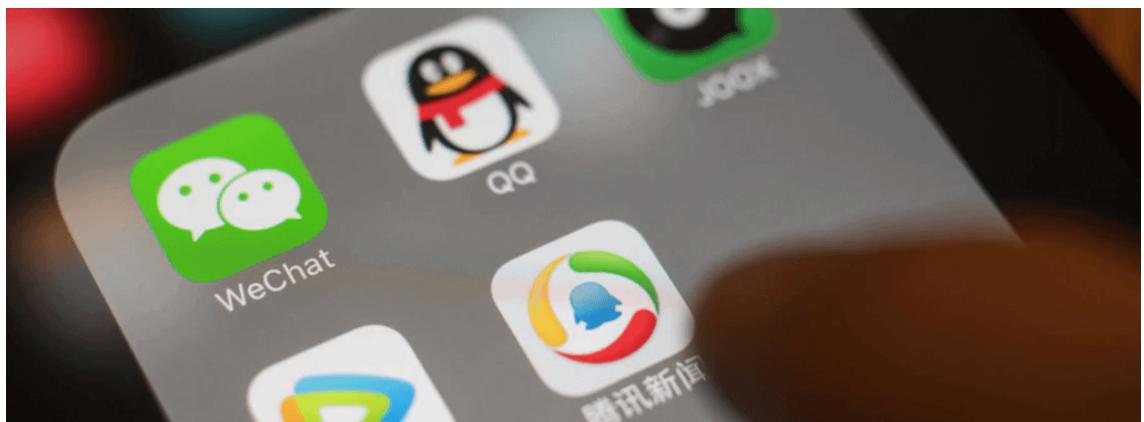
Gaming International

International gehören zu Tencents Repertoire Titel wie beispielsweise:

1. League of Legends (LOL)
2. Fortnite (Epic Games, Tencent 48% Anteil)
3. PlayerUnknown's Battlegrounds (Bluehole, Tencent 11,5% Anteil)

Dazu kommen Anteile an Ubisoft, nVidia und Activision Blizzard (jeweils 5%). Zusätzlich dazu gehört Tencent 84% von Supercell, dem finnischen Macher von Clash of Clans.

2. Social Media Marktführer



Von links nach rechts: WeChat, QQ, JOOX, Tencent Video und Tencent News. Neben WeChat braucht man so gut wie keine andere App mehr: Sie fungiert als Betriebssystem. Diese eine App erledigt so gut wie alle wichtigen Aufgaben im Alltag.



Was ist WeChat? Wenn man eine neue Person in China kennenlernt, ist eine der ersten Dinge, die man macht, sich auf WeChat hinzufügen. WeChat ist wie Facebook, WhatsApp, Paypal, CandyCrush, Tinder, Amazon, Uber und Booking.com – in einer App. Wie kann man sich das vorstellen? Man kann in China leben und nur diese eine App installiert haben, sie ist ein Must-Have. Heute hat die App 1,2 Mrd. aktive Nutzer und ist so erfolgreich, dass sie von anderen Apps kopiert wird.

„WeChat is there at every point of your daily contact with the world, from morning until night.“

The Economist

WeChat überspringt andere Apps, Kreditkarten, und Email: In China wurde das Computerzeitalter mehr oder weniger übersprungen. Alles läuft über das Smartphone, auch geschäftliches wird auf WeChat besprochen (und nicht via E-Mail). Dadurch, dass WeChat sich geöffnet hat und andere Apps einbindet, macht sich die App unabdinglich. Ich habe noch keinen Chinesen getroffen, der kein WeChat hat.

„Most internet companies sell ads, but Tencent sells virtual goods.“

Anne Freier, Business of Apps



Tencent vs. Facebook. Was sind die wichtigsten Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Tencent und Facebook? Eine Gemeinsamkeit ist, dass beide Unternehmen zuerst ein „Star Product“ bauen und Nutzer sammeln und erst danach die Produkte monetarisieren. Ein Unterschied ist, dass Facebook durch Werbung Geld verdient, Tencent jedoch hauptsächlich durch Online Spiele und Abonnements oder Sticker. Nur ein kleiner Anteil wird durch Werbung und Gebühren verdient. Ein riesiger Unterschied ist, dass Facebook eine App ist, in WeChat hingegen kann man auf viele weitere Anwendungen zugreifen.

„WeChat’s Umsatz pro Nutzer liegt bei 7 USD, bei WhatsApp bei 1 USD. Man sieht, wie viel profitabler WeChat bereits arbeitet.“

Schätzung von Demistify Asia



Tencents QQ. Die zweite Social-Media Plattform von Tencent hat insgesamt 860 Mio. Nutzer. Die Domain qq.com gehört zu den 10 meistbesuchten Webseiten der Welt und ist Chinas zweitgrößtes soziales Netzwerk. Von 2004 bis 2014 war der Anbieter der meist genutzte Kurznachrichtendienst weltweit. Danach ist die Nutzeranzahl bei 900 Mio. stagniert und seitdem zurückgegangen. Was mir meine chinesischen Freunde erzählt haben ist, dass die App nicht gut aussieht, zu viel Werbung beinhaltet und deshalb weniger genutzt wird. Die App generiert Umsatz durch Werbeeinnahmen und Abonnements.

3. Investments: Tencent investiert in schnell wachsende Software- und Gaming-Startups

Tencent ist der zweit-erfolgreichste Risikokapitalgeber der Welt

Risikokapitalgeber (Venture Capitalists) nach Anzahl an Unicorns
Unicorns (deutsch: Einhörner) sind Startups mit einer Bewertung von über 1 Mrd. USD

Nummer	Investor	Anzahl der Einhörner
1	Sequoia	92
2	Tencent	46
3	Softbank	42
4	Tiger Fund	36
5	IDG	31
6	Goldman Sachs	24
7	Alibaba	22
8	Andreessen Horowitz	20
9	DST	20
10	GGV	19

Tencent hat sehr erfolgreich in sogenannte „Unicorns“ investiert. Dies sind Startups, die nach kurzer Zeit eine Bewertung von 1 Mrd. USD überschreiten. Tencent hat in mehr solcher Unternehmen investiert als SoftBank. Das macht Tencent zur „chinesischen Softbank“. Quelle: Hurun Research Institute

Strategisch motivierte Investments. Tencent investiert in viele der Unternehmen, mit denen es kooperiert. Ein Beispiel ist JD.com, der E-Commerce Anbieter ist direkt in WeChat eingebunden. Diese Strategie wird als „Feeding the empire“ beschrieben. Dies bedeutet, dass neue Unternehmen zum Ökosystem hinzukommen und es noch wertvoller für die Nutzer machen. Außerdem werden so die Interessen gleichgesetzt: Jeder hat ein Interesse daran, Tencent noch erfolgreicher zu machen.

Finanziell motivierte Investments. Tencent hat insgesamt in mehr als 700 Firmen international investiert. Dazu gehören Unternehmen wie Tesla und Snapchat. Die meisten befinden sich im Technologiebereich. Es wird aber auch in Zukunftstechnologien wie fliegende Autos und der Abbau von Asteroiden investiert. 30-40% der Investitionen fließen in Firmen außerhalb von China.

Tencent will sich „disruptionssicher“ machen. Keinen Trend verpassen, sondern im nächsten „großen Ding“ investiert sein. Dies machen sie sehr erfolgreich, sie haben bereits in 46 „Unicorns“ (Einhörner) investiert. Tencent hätte um ein Haar WhatsApp vor Facebook gekauft, angeblich hat der Deal nur nicht stattgefunden, weil der CEO krank war.

Auf der nächsten Seite ist eine Tabelle der 20 größten Akquisitionen und Investments von Tencent:

Logo	Unternehmen	Beschreibung	Anteile	Kaufwert in Mrd. USD	Marktwert Juli 2020, in Mrd. USD	Jahr	CAGR Rendite
	Meituan	Online Lieferdienst	20%	7,6	27,8	2018	91%
	Riot Games	Spieleentwickler	100%	0,4	21	2011	55%
	Sea Ltd.	Spielehersteller und E-Commerce	35%	1,6	18,7	2016	85%
	JD.com	E-Commerce China	18%	7,2	17,3	2014	16%
	Supercell	Spielehersteller	84%	8,6	ca. 14	2016	13%
	Tesla	E-Automobile	5%	2	13,02	2017	87%
	Tencent Music Group	Musik-Streaming	45%	-	12,375	2016	-
	Epic Games	Spielehersteller (Fortnite)	48%	0,3	8,16	2012	49%
	WeBank	Online Bank	30%	-	6,3	2014	-
	Didi-Chuxing	Chinas UBER	11%	-	5,5	2012	-
Snap Inc.	Snap Inc.	Social Media USA	12%	1,98	4,38	2019	30%
	Activision Blizzard	Spielehersteller	5%	0,94	3	2013	18%
	China Literature	eBooks	57%	-	2,7	2015	-
	Bilibili	Videoplattform	18%	0,32	2,74	2018	193%
	58.com	E-Commerce	23%	0,736	2,419	2014	22%
	Nio	Automobil	15,1%	0,9	1,82	2018	42,2%
	Netmarble	Spielehersteller	18%	1,52	1,36	2015	-2%
	DouYu	Game Streaming (Chinas Twitch)	37%	0,63	1,48	2018	53%
	China Unicom	Tele-kommunikation	5%	-	1,03	2017	-
	Kingsoft Software	Software	13%	0,115	0,871	2011	25%

Die Tabelle zeigt eine durchschnittliche Wachstumsrate von 52% pro Investment und pro Jahr – unglaublich. Das ist bei privaten Unternehmens-Investitionen (private equity) definitiv möglich und realistisch. Dabei darf man allerdings nicht vergessen, dass alle schlechten Investitionen nicht auf dieser Liste sind, weil diese im Wert gesunken oder die Firmen insolvent geworden sind. Daher kann es sein, dass die wirkliche Rendite deutlich niedriger liegt. Alleine diese Investitionen übersteigen einen Wert von aktuell 166 Mrd. USD.

Für mich ist Tencent damit (gemeinsam mit SoftBank) einer der wenigen börsennotierten Unternehmen, über die ich an den vielversprechendsten Startups der Welt investieren kann.

SWOT-Analyse zu Tencent

STÄRKEN  Netzwerkeffekt Meistgenutzte Anwendungen in China All-In-One App Einzigartige App vereint unzählige Funktionen Datenmonopol Nutzerdaten aus allen Lebensbereichen Investment Synergien Investment als Anschub vom Kerngeschäft	SCHWÄCHEN  China Fokus International schwach, Abhängigkeit Hohe Konkurrenz TikTok, schnell wachsende Startups China Skepsis Langsames internationales Wachstum aufgrund China
Chancen  Internationale Unicorns Investments in nächstes Facebook WeChat #1 App WeChat weltweit erfolgreich, nicht nur in Asien Cloud Wachstum in China & Asien	GEFAHREN  Interessenkonflikt Regierung Interner Konflikt Social-Media Trends Tencent verpasst das nächste TikTok Internationale Blockierung Aufgrund von China nicht zugelassen

Tencents größte Stärken sind Investmentsynergien, die All-In-One App WeChat, das Netzwerk und das starke Datenmonopol. Schwächen hingegen sind die Beziehung zur Regierung, der Fokus auf den chinesischen Markt und hohe Konkurrenz.

Fazit zum Geschäftsmodell: Spiele (35% des Umsatzes) und Digitale Produkte (48%)

Tencents Geschäftsmodell besteht aus 3 Kernbereichen: Spiele, Digitale Produkte und Investitionen.

Gaming: International und national werden Spiele produziert und lizenziert, unter Anderem Fortnite oder League of Legends.

Digitale Produkte / Soziales Netzwerk: In der All-In-One App WeChat werden durch Services wie kostenpflichtige GIFs, Abonnements und Transaktionsgebühren Geld verdient. Mit dem Ökosystem an Apps binden sich die Kunden an das Unternehmen und Tencents Anwendungen werden zum Kernteil des Lebens.

Investments: Tencent investiert erfolgreich weltweit in Technologieunternehmen, um die eigenen Produkte zu unterstützen, Geld zu verdienen und am nächsten „großen Ding“ beteiligt zu sein. Activision Blizzard, Snapchat, Didi (chinesisches UBER), und Meituan (chinesisches Lieferheld) sind nur einige davon.



2. Bewertung der Tencent-Aktie

Tencent erzielt 10/10 Punkten im AAQS-Score: Enormes Wachstum in Umsatz und Gewinn. Keine Verschuldung. Sowas würde ich gerne besitzen. Die Rendite-Erwartung der Analysten ist demnach 32% pro Jahr. Das liest man selten.

Tencent

ISIN KYG875721634

WKN A1138D

Ticker HK.0700

Datum 10.07.2020



AA Kategorie

Fast Grower

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

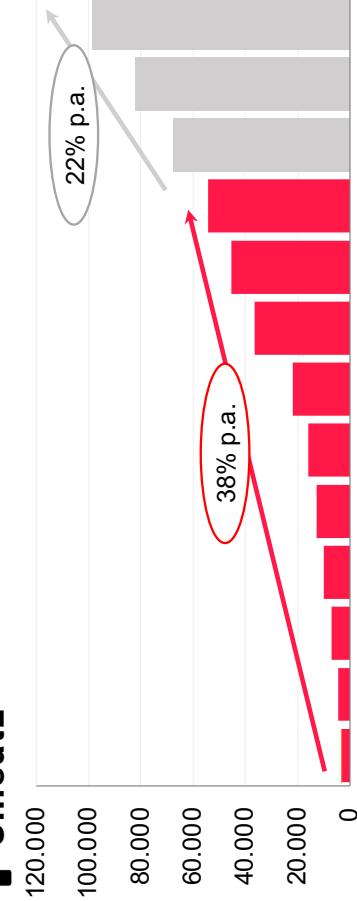


Kennzahlen

Hauptsitz	China
Marktkapitalisierung	639,6 Mrd. USD
Gewinn (2019)	13,4 Mrd. USD
Gewinn/Aktie (2019)	1,37
Kurs	66,7 USD
KGV (2019)	48,7



Umsatz

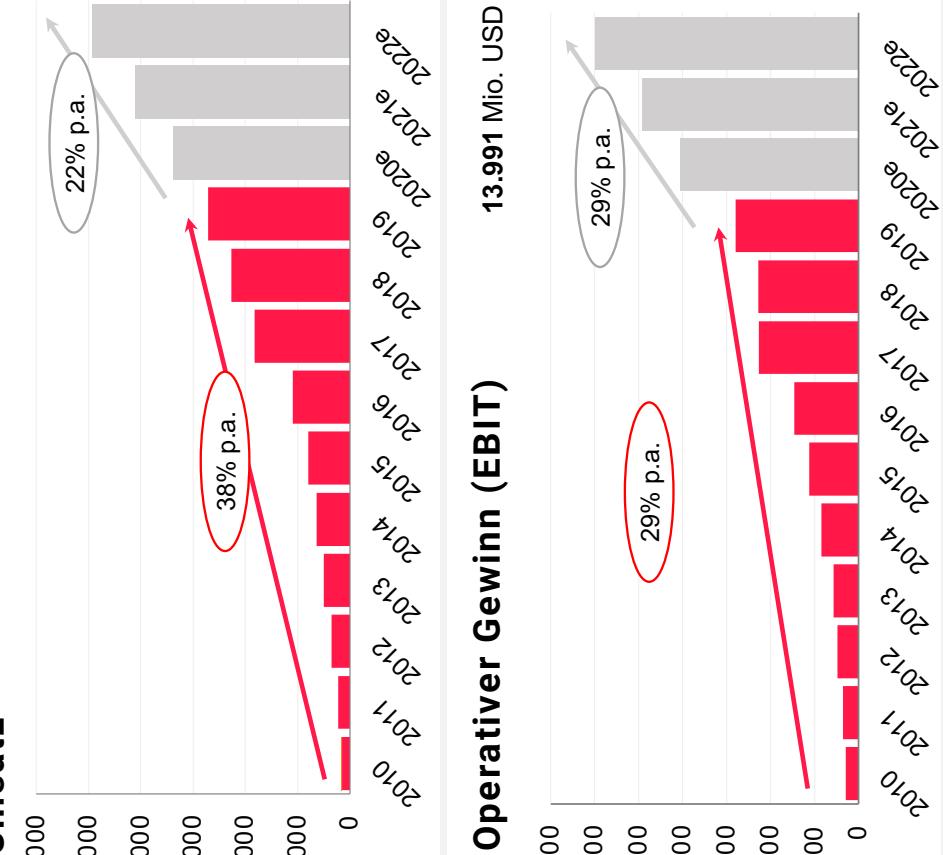


Renditeerwartung

FCF-Rendite 2021e	3%
Wachstum EBIT	29%
Erwartete Rendite	32%



Bewertung

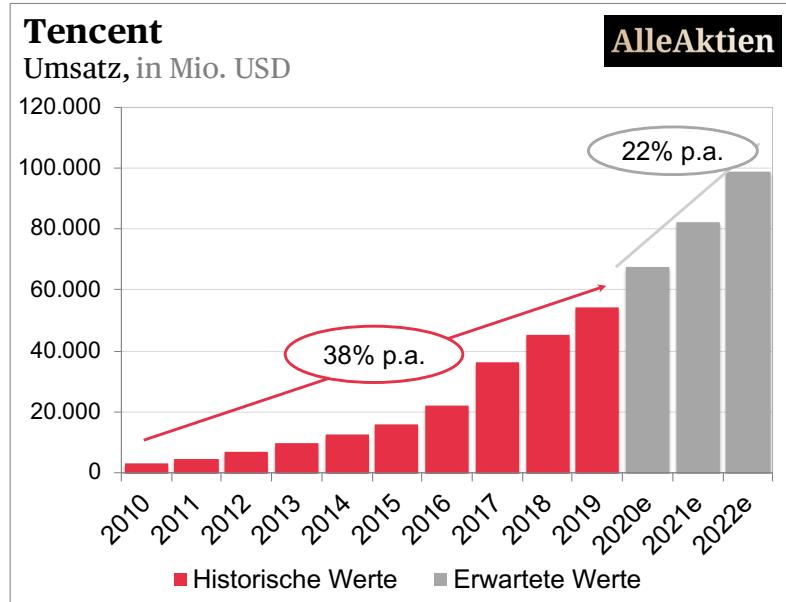


Risiko

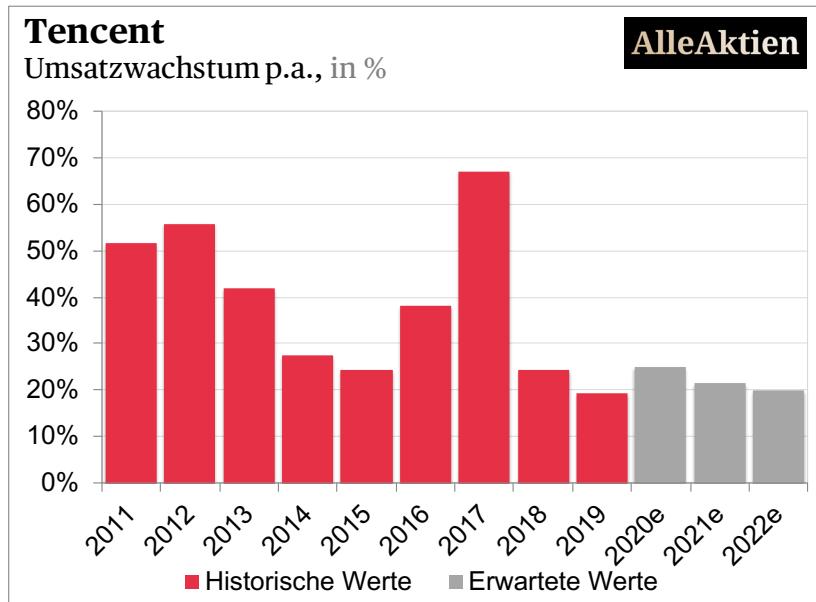
Nettoverschuldung	7,8 Mrd.
Nettoverschuldung/EBIT	0,557x
Zinsdeckungsgrad	-
Gewinnkontinuität (10J)	10J
Drawdown EBIT (10J)	-
Drawdown Erholungszeit	-



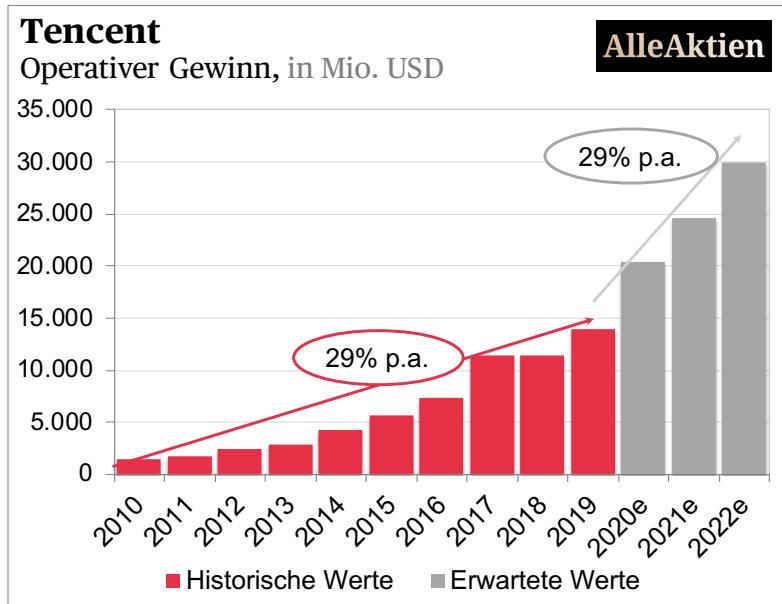
AlleAktien Qualitätscore	10 /10
--------------------------	--------



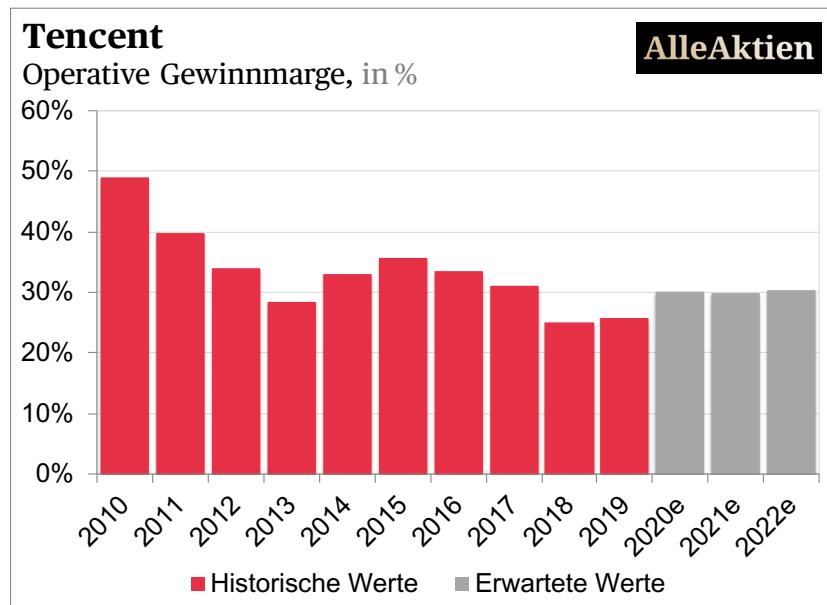
Tencents Umsatz ist in den letzten 10 Jahren um 38% pro Jahr gestiegen. Dieses Wachstum soll in den nächsten Jahren auf 22% abflachen. Das Unternehmen hat bereits eine Größe erreicht, in der es schwer wird, ein derart starkes Umsatzwachstum aufrecht zu erhalten. Aber auch mit 22% bin ich komplett zufrieden.



Das Umsatzwachstum von Tencent ist von 50% im Jahr 2011 auf 19% im Jahr 2019 abgeflacht. In den nächsten 3 Jahren dürfte das Umsatzwachstum jeweils ca. 20% pro Jahr betragen.

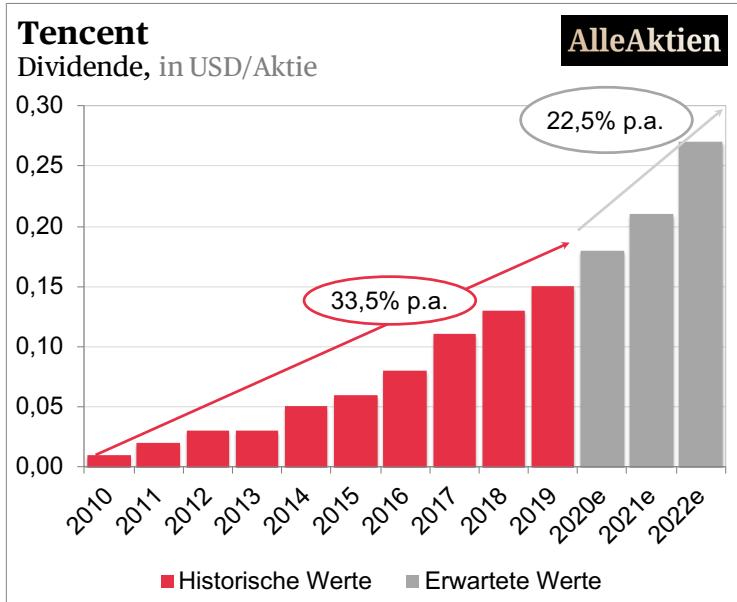


Der operative Gewinn ist in den letzten 10 Jahren um 29% p.a. gestiegen. Dieses Wachstum soll sich auch in den nächsten Jahren mit der gleichen Geschwindigkeit fortsetzen.

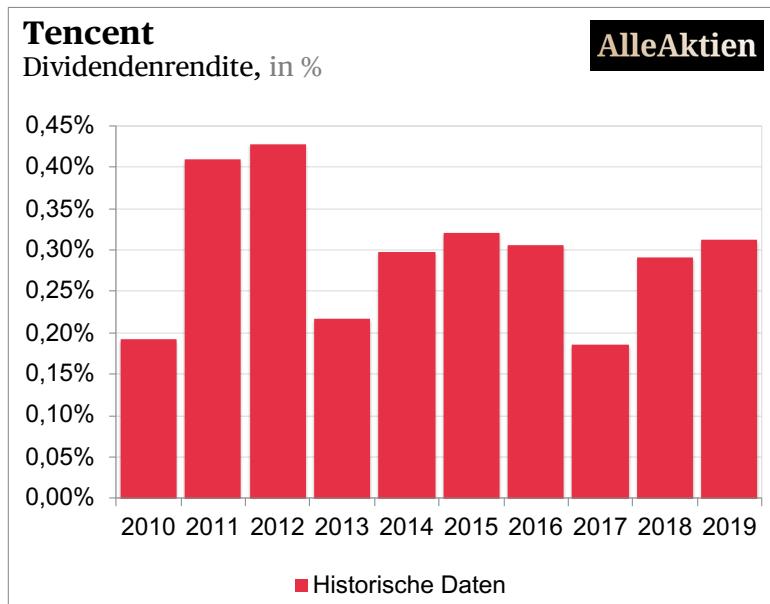


Die operative Gewinnmarge ist von 50% auf 25% abgeflacht. Langfristig soll diese bei 25-30% liegen.

Tencent schüttet eine Dividende von 15 USD-Cent pro Aktie aus. Entspricht einer Dividenden-Rendite von 0,3%. Es ist für ein Wachstumsunternehmen sehr ungewöhnlich, überhaupt schon eine Dividende auszuschütten. Ich freue mich trotzdem.



Tencent erhöht regelmäßig seine Dividende, mit einer Wachstumsrate von 33,5%. Aktuell liegt diese bei 0,15 USD pro Aktie. Das Wachstum der Dividende soll in den nächsten 3 Jahren auf 22% pro Jahr abflachen.



Tencents Dividendenrendite betrug in den letzten 20 Jahren durchschnittlich 0,3%. Dies entspricht einer niedrigen Ausschüttungsquote von 11%. Diese hat jedoch von Jahr zu Jahr stark variert.

Bilanzanalyse: Tencent mit stabiler Bilanz

Tencent hat eine geringe Nettoverschuldung von knapp 8 Mrd. USD. Dies entspricht dem 0,5-fachen operativen Gewinn. Es kann innerhalb von einem halben Jahr alle Schulden zurück zahlen. Dies ist weit entfernt von dem 4-fachen EBIT, ab dem die Verschuldung eines Unternehmens als erhöht gilt. Bis 2019 hatte das Unternehmen eine positive Nettoliquidität, war also gar nicht verschuldet. Die Gewinnentwicklung von Tencent ist sehr stabil, es gibt also keinen Anlass zur Annahme, dass Tencent die Schulden nicht zurückzahlen könnte.

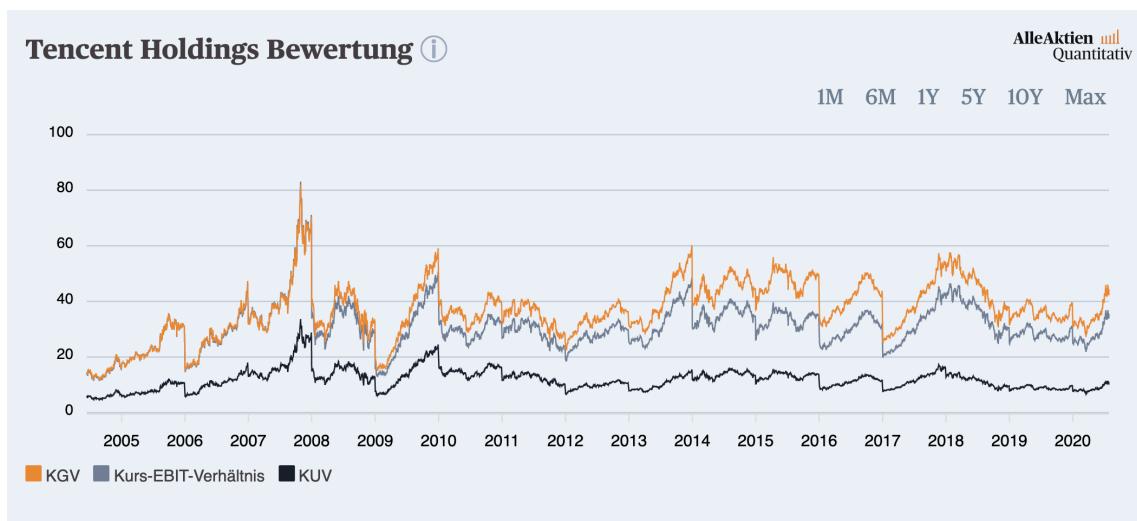
Fast Grower nach Peter Lynch

AlleAktien

Nicht-Zykliker		Zykliker (für erfahrene Investoren)		Asset-Play (für erfahrene Investoren)	
Slow Grower	Average Grower	Fast Grower	Typische Zykliker	Turnaround	Verborgene Werte
<p>Nicht-Zykliker</p> <p>Umsätze und Gewinne steigen wie auf Schienen kontinuierlich an → EBIT (operativer Gewinn) fällt nie stärker als 50%</p>	<p>Zykliker (für erfahrene Investoren)</p> <p>Gewinne abhängig von externen Faktoren, z.B. Konjunktur, Rohstoffpreise → Regelmäßig Gewinnschwankungen von >50%</p>	<p>Asset-Play (für erfahrene Investoren)</p> <p>Werttreiber sind ungenutzte Vermögenswerte (sehr selten) → Grundstücke, Beteiligungen, Patente</p>			
<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Gewinnwachstum <3% Hohe Dividende Kaum Reinvestitionen in das Geschäft 	<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Gewinnwachstum <10% Burggräben Stetiges Wachstum Mittlere Dividende 	<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Gewinnwachstum >10% Hohe Investitionen in Wachstum Keine/kaum Dividende 	<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Wellenförmiges Auf und Ab der Gewinne Gewinnmarge schwankend 	<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Heftiges, zyklisches Tief Marktwert extrem gering (historisch) 	<p>Merkmale</p> <ul style="list-style-type: none"> Verborgene Werte im Börsenwert nicht enthalten Werte sind ungenutzt, nicht erkannt oder werden noch nicht gehoben
<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kauf, wenn Dividende über historischem Schnitt Verkauf nach Kursanstieg Risiko: Fallende Gewinne 	<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kauf, wenn Bewertung unter Durchschnitt Verkauf, wenn Bewertung über Durchschnitt Risiko: Sinkendes Wachstum 	<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kauf, bei zyklischem Tief (oft hohes KGV) Verkauf, wenn Gewinnmarge am historischen Hoch 	<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestreut investieren Gewinner vervielfachen sich Verlierer werden insolvent 	<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kauf, wenn Aussicht besteht, dass Werte künftig gehoben werden Verkauf, wenn Werte erkannt und gehoben wurden 	<p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Ferrari (Abspaltung) Siemens Healthineers (Abspaltung) Microsoft (Einführung Abo, Cloud)
<p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Nestlé Innogy AT&T 	<p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Netflix Amazon Salesforce 	<p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Daimler American Express Boeing 	<p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Infineon (2009) RWE (2015) JPMorgan (2009) 		

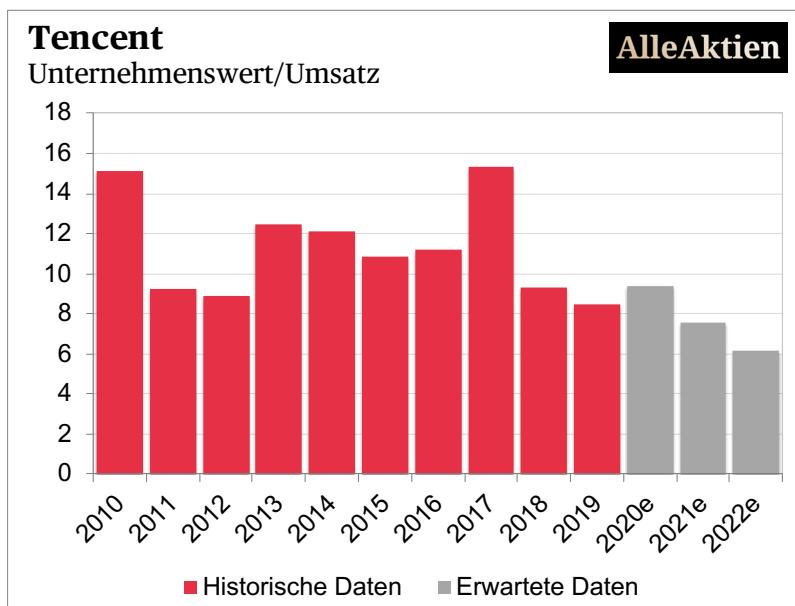
Tencent ist ein typischer Fast Grower. Ein hohes Umsatz- und Gewinnwachstum sind Merkmale für Fast Grower nach Peter Lynch. Für uns bedeutet das: Wenn Umsatz um 22% steigt, dann steigt in der Regel auch der Aktienkurs um 22%. Warum? Weil Wachstumsunternehmen wie Tencent am KUV bewertet werden, dem Kurs-Umsatz-Verhältnis.

1. Bewertung im historischen Vergleich: Unternehmenswert/operativer Gewinn

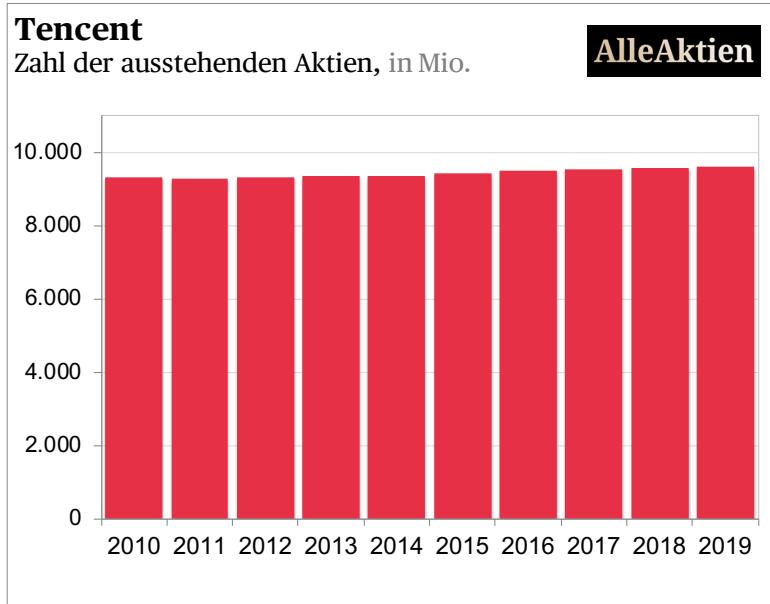


Aktuell liegt das KGV von Tencent bei knapp 50. Dies ist über dem historischen Durchschnitt von 40. Quelle: AlleAktien Quantitativ

2. Bewertung im historischen Vergleich: Unternehmenswert/Umsatz



Wenn man bei Tencent einsteigt, muss man den 8-fachen Umsatz bezahlen. Im historischen Vergleich ist das relativ günstig. Das wundert mich etwas, da das Wachstum nicht abzuflachen scheint, sondern eher noch stärker wird (dank Corona).



Seit 2011 ist die Zahl der ausstehenden Aktien stetig angestiegen. Dies bedeutet, dass die Anteile von jedem Aktionär relativ weniger wert werden. Jedoch ist dieser Anstieg gering, von 9,3 Mrd. ausstehenden Aktien auf 9,6 Mrd. Für ein rapides Wachstumsunternehmen wie Tencent ist das extrem erfreulich: Bei anderen Wachstumsaktien wie Salesforce oder TradeDesk oder Square ist es so, dass sie 5-12% neue Aktien pro Jahr ausgeben!

4. Discounted Cashflow (DCF) Modell (+Excel)

Meine Annahmen:

1. Umsatzwachstum 5 Jahre lang weiterhin bei 22%, dann 5 Jahre bei 15%, dann 10%
2. Gewinnmarge bleibt 5 Jahre bei 25%, steigt dann auf 30% und 35% nach je 5 weiteren Jahren

Fazit zur Bewertung: kaufenswert

Ich halte die Tencent Aktie für kaufenswert. Im AAQS-Score erhält Tencent mit 10/10 die höchste Punktzahl. Echte Qualität, die man sich hier einkauft. Das historische KUV ist aktuell niedrig. Laut Peter Lynch ist das Unternehmen ein Fast Grower und kaufenswert, weil das Wachstum weiterhin voll in Takt ist.

Das DCF-Modell (nächste Seite) zeigt eine leichte Unterbewertung von ca. 20% an.

Ich rechne aktuell mit einer langfristigen Rendite-Erwartung von ca. 15% bis 18%. Definitiv etwas für mein langfristigen Tech-Depot.

Tencent 腾讯 AlleAktien null

AlleAktien Quantitativ

Alle Angaben in Mio. USD

	Fundamental						Prognose							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Umsatz, Mio.	15,843,40	21,882,40	36,540,80	45,459,60	54,185,60	66,106	80,650	98,393	118,071	141,686	162,938	187,379	215,486	247,809
Umsatz-Wachstum, %	38%	67%	24%	19%	22%	22%	22%	22%	20%	20%	15%	15%	15%	15%
EBIT-Marge, %	36%	33%	31%	25%	26%	25%	25%	25%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
EBIT	5,635,30	7,313,10	11,361,40	11,383,40	13,991,30	16,527	20,162	24,598	29,518	42,506	48,882	56,214	64,646	74,343
Gewinn (15% Unternehmenssteuer)						14,048	17,138	20,908	25,090	36,130	41,549	47,782	54,949	63,191

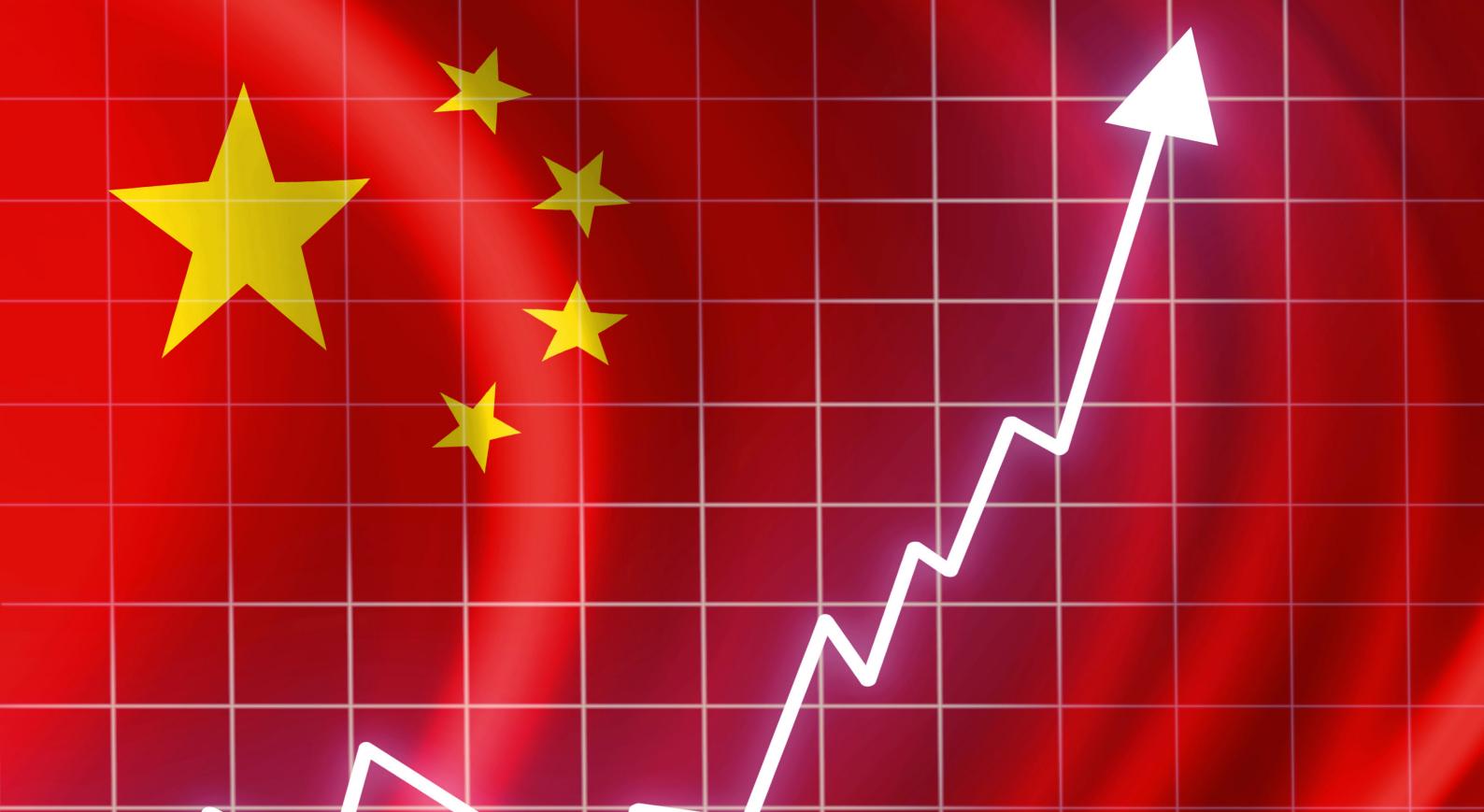
Zinsen werden aus Vereinfachungsgründen nicht berücksichtigt und sind unter den Annahmen des Modells nicht signifikant.

Bewertung	Marktkapitalisierung, Mio	10. Juli 2020	NPV
	Anzahl Aktien (diluted), Mio	672,000	812,587
	Fairer Kurs pro Aktie	9,600	9,600
		70	85
		21% Tencent ist leicht unterbewertet	

WACC

Diskontierungsfaktor	7%
Finbox	8,50%
Gurufocus	5,50%

Das Modell mit konservativen Annahmen zeigt eine leichte Unterbewertung von 21% an. AlleAktien-Tencent-DCF-Modell als Download auf AlleAktien.de.



3. Risiken von Tencent: Konkurrenz, Bewertung, Politik

Die Wahrscheinlichkeit, dass es Tencent in 10 Jahren besser geht als heute sehe ich bei 95%. Faktoren dafür sind insbesondere die Diversifikation der Geschäftsbereiche, die Abhängigkeit der chinesischen Konsumenten von WeChat, die Unterstützung der Regierung und der Besitz von vielen Nutzerdaten zur Entwicklung neuer Produkte.

Risiko 1: Social-Media Konkurrenz

Risiko: Anwendungen wie TikTok und TouTiao haben bewiesen, dass sie schnell an Beliebtheit gewinnen können. Das nächste TikTok wächst noch schneller und nimmt WeChat Marktanteile ab.

Einschätzung: Mittel

Dies zeigt, dass gerade Videoapps in der Beliebtheit steigen. Ich denke jedoch, dass diese nicht WeChat ersetzen werden. Auch wenn nun mehr Zeit mit Videoinhalten verbracht wird, wird WeChat genauso weitergenutzt. Dies ist WeChats Vorteil: Es ist nicht ersetzbar, nicht durch eine einzige Anwendung. Man ist ohne die App so gut wie aus der Gesellschaft ausgeschlossen, da man nicht mehr kommunizieren, bezahlen oder liken kann. Dies bedeutet, dass sowohl WeChat als auch schnell wachsende Trends nebeneinander existieren können.

Risiko 2: Bewertungsrisiko

Risiko: Tencent ist ein Wachstumsunternehmen. Nimmt das Wachstum drastisch ab, kann die Aktie auch um 50 oder 80% einbrechen.

Einschätzung: Mittel

In den letzten 22 Jahren waren die Voraussetzungen für Tencent super. Die Wirtschaft wuchs mit einer historisch einmaligen Geschwindigkeit, die Konkurrenz wurde ferngehalten und die Regierung unterstützte die Firma. So wurde ein riesiger Markt geschaffen. Jetzt ist das Potential aber deutlich begrenzter, es gibt immer weniger Chinesen, die noch kein Smartphone und damit WeChat besitzen. Die Marktkapitalisierung liegt bereits bei 640 Mrd. USD. Tencent muss sich international noch beweisen, denn in China ist das Wachstum begrenzt. Ein abflachendes Wachstum würde die sehr hohen Erwartungen auf den Boden bringen und die Bewertung würde einbrechen.

Risiko 3: Interessenkonflikte mit der Regierung

Risiko: Was passiert, wenn die Interessen der Regierung und von Tencent gegeneinander laufen? Wie realistisch ist dieser Fall?

Einschätzung: Gering.

Tencent ist der Regierung als größter Datenlieferant sehr wichtig. Tencent sendet alle Daten weiter und ist so essentiell für die Überwachung und Zensur. Gleichzeitig hilft die Regierung dem Konzern, indem sie internationale Konkurrenz aus China ausgrenzt. Wären Facebook, Instagram und WhatsApp in China nutzbar, dann wäre es für Tencent um ein Vielfaches schwieriger gewesen, an die aktuelle Monopolsituation zu kommen.

Es gab jedoch auch schon Differenzen: In China müssen alle Videospiele von der Regierung durch eine Lizenz zugelassen werden. 2018 hat China für einige Monate keine neuen Lizenzen mehr zugelassen, was Tencents Kurs um 14% einbrechen ließ. Das Risiko ist vielmehr eine Marktoffnung, sodass westliche Unternehmen direkt einsteigen dürfen. Dann würde Tencent ein Standbein wegbrechen. Solange dies der Fall ist, schätze ich das Risiko als mittel ein.



4. Fazit: Die Tencent-Aktie ist kaufenswert

Tencent verdient Geld mit Spielen (35%), Abos (23%), Transaktionsgebühren bei Überweisungen (25%), und Werbung (16%).

Durch die beiden in China führenden Social-Media Apps (WeChat und QQ) hat das Unternehmen ein Ökosystem geschaffen, das nicht mehr wegzudenken ist. Durch erfolgreiche strategische Investitionen in Spielehersteller und Tech-Startups diversifiziert sich Tencent und versucht, keine Trends zu verpassen. Der Social-Media-Markt und der internationale Gaming-Markt wachsen beide mit jeweils ca. 10% pro Jahr.

Das jährliche Umsatzwachstum (26%) und Gewinnwachstum (25%) von Tencent ist voll in Takt. Es gilt wie bei vielen Fast Growern: Der Kurs steigt mit dem Umsatz. 20% Umsatzwachstum führen zu 20% Kurswachstum, solange alle anderen fundamentalen Kennzahlen in Takt sind.

Das Unternehmen erzielt die volle Punktzahl 10/10 im AAQS-Score, eine historisch geringe KUV Bewertung (KUV = 8) und eine leichte Unterbewertung von ca. 20% im DCF Modell. Dabei haben wir in unserem DCF-Modell eher konservativ gerechnet.

Die größten Risiken sind potentielle Interessenskonflikte mit der Regierung und die steigende Social-Media Konkurrenz durch TikTok 抖音.

Meine Meinung: Kombiniert Facebook und Tencent!

Ich denke, dass die Aktie für alle Technologieinvestoren interessant ist, die diversifiziert in China investieren wollen. Dabei halte ich eine Kombination aus Facebook und Tencent für sehr attraktiv: Mit den beiden Unternehmen gemeinsam bildet man den weltweiten Social-Media-Markt mit starkem Wachstum und hohen Gewinnmargen ab und hat dabei geographisch kaum Überschneidungen. Tencent ist in vielen Branchen diversifiziert, eine starke Marke in China und hat eher geringe Risiken.

Aufgrund der vergleichsweise schnell wachsenden Dividende kann das Unternehmen auch für Dividendeninvestoren noch interessant werden. Für sogenannte Dividenden-Wachstums-Investoren. Tencent bietet uns die Möglichkeit, um in den komplizierten China-Markt eine direkte und gleichzeitig diversifizierte Position aufzubauen.

Ich rechne aktuell mit einer langfristigen Rendite-Erwartung von ca. 15% bis 18%. Definitiv etwas für mein langfristiges Tech-Depot!

Liebe Grüße,

Michael C. Jakob

Gründer und Partner von AlleAktien



Michael C. Jakob, Partner

Gründer von AlleAktien. Studium von Informatik und Management am KIT, ETH Zurich, Massachusetts Institute of Technology. Zuvor in der Strategie beim Vermögensverwalter UBS sowie der Managementberatung McKinsey&Company.

Warum AlleAktien?

[AlleAktien.de](#) ist die Plattform von Aktionären für Aktionäre. Wir bieten dir hochwertige Unternehmensanalysen und langfristige Investment-Ideen. Die von verschiedenen Autoren hochgeladenen Aktienanalysen helfen dir dabei, kaufenswerte Aktien zu finden. Außerdem lernst du die Unternehmen und deren Geschäftsmodelle genau kennen. Dadurch kommst du in die Lage, fundierte Anlageentscheidungen zu treffen. Das hilft dir, Kursänderungen zu verstehen und zu deinem Vorteil zu nutzen.

Die umfassende und zentrale Berichterstattung auf [AlleAktien.de](#) macht es für dich leichter als jemals zuvor, deinen Unternehmen zu folgen. Dafür ist nicht mehr die zeitraubende und quälende Suche auf vielen Seiten notwendig. Alle Analysen auf [AlleAktien.de](#) sind seriös und es wurde eine tiefe Recherche betrieben. Oder um es in einem Satz zu sagen:

Du findest alle Aktienanalysen und langfristigen Investment-Ideen auf einer Plattform, damit du zum erfolgreichen Aktionär wirst.

Tiefgehende Aktienanalysen



Xiaomi:

Die #1 in China oder riskante Spekulation? Chancen, Risiken und eure Fragen beantwortet

<https://www.alleaktien.de/xiaomi-die-1-in-china-oder-riskante-spekulation-chancen-risiken-und-eure-fragen-beantwortet/>



JD.com Aktien-Analyse: Mit führendem Online-Händler von der Konsumlust der Chinesen profitieren?

<https://www.alleaktien.de/jd-com-aktien-analyse-mit-fuehrendem-online-haendler-von-der-konsumlust-der-chinesen-profitieren/>

FACEBOOK

Update zur Facebook Aktie: Kaufen oder nicht? Instagram als stark wachsende Cash-Cow

[alleaktien.de/update-zur-facebook-aktie-kaufen-oder-nicht-instagram-als-stark-wachsende-cash-cow/](https://www.alleaktien.de/update-zur-facebook-aktie-kaufen-oder-nicht-instagram-als-stark-wachsende-cash-cow/)

Alphabet

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

[alleaktien.de/alphabett-aktie-ueberzeugt-als-1-im-werbemarkt-google-android-youtube-und-vielen-moonshots-als-bonus/](https://www.alleaktien.de/alphabett-aktie-ueberzeugt-als-1-im-werbemarkt-google-android-youtube-und-vielen-moonshots-als-bonus/)