

FAANG-Firmen im Fokus

## Apple, Alphabet vs. Tesla, Netflix: Krasse Unterschiede

**Sie sind weiterhin in aller Munde und werden dabei in einem Atemzug genannt: Die sogenannten FAANG-Firmen, also Facebook, Apple, Amazon, Netflix und Google. Auch Tesla ist omnipräsent. Aber lassen sich diese Firmen überhaupt in eine „Schublade“ stecken?**

Wir meinen, nein. Zu unterschiedlich sind die Geschäftsmodelle, die unternehmerisch relevanten Kennzahlen, die Verschuldungen und die Unternehmensbewertungen. Auch bei den **Skaleneffekten** und beim **Margenpotential** sind erhebliche Unterschiede festzustellen.

Will man Schubladen bilden, dann folgende: In die erste Schublade stecken wir Alphabet (Google) und Facebook. Ebenso würden in diese Schublade sehr gut Visa, PayPal, Adobe passen und gut – mit kleinen Abstrichen – auch Apple und Microsoft. Bei diesen Firmen sprechen wir von Plattform-Unternehmen, die sehr hohe Größenvorteile und – als Mehrprodukt-Unternehmen – auch Verbundvorteile besitzen.

### **Schublade 1: Plattform-Unternehmen**

Diese Größen- und Verbundvorteile senken die Grenzkosten, also die Zusatzkosten pro Nutzer, massiv, weil die Fixkosten sehr gering und die variablen Kosten noch geringer sind. Daher sind die Margen pro Nutzer sehr hoch. Selbst im Falle sinkender Preise steigen Umsatz und Margen bei schnell wachsender Nachfrage, wie z. B. partiell im Werbegeschäft von Google/YouTube, die App-Geschäfte, die Cloud-Geschäfte oder die Payment-Plattform von Visa. Zusätzlich steigen Umsatz und Marge trotz sinkender Preise bei steigender Nachfrage nach mehreren Produkten, wie etwa innerhalb der „Ökosysteme“ von Apple und Google.

Allerdings haben Plattform-Unternehmen prinzipiell eine hohe Preissetzungsmacht, sodass sie niedrigere Preise nur dann einsetzen, wenn diese den Umsatz über eine besonders schnell steigende Nachfrage noch stärker als steigende Preise den Umsatz erhöhen. Zudem verstehen es die Plattformfirmen, sich wiederkehrende Einnahmen pro Nutzer zu erschließen, etwa durch Abos. Dies

lässt die Grenzkosten weiter sinken. Die Plattformfirmen fügen immer neue Produkte hinzu, was die Kosten pro Nutzer weiter senkt und die Verbundvorteile ständig erhöht. Zugleich werden mit steigender Nutzerzahl angebots- und nachfrageseitige Netzwerkeffekte immer größer. Angebotsseitig sinken die Kosten pro Nutzer. Nachfrageseitig steigt der Nutzen, Kunde zu werden, erstens mit zunehmender Nutzerzahl und zweitens mit steigender Produktanzahl sowie deren Kompatibilität zueinander. Beispiel Visa: Gewinnt Visa mehr Konsumenten, wird Visa für mehr Händler attraktiver, gewinnt Visa mehr Händler, wird Visa für mehr Konsumenten attraktiver. Zudem sind die Markteintrittshürden enorm hoch, denn Wettbewerber müssten dieselbe Plattform aufbauen, um kosteneffizient und für Nutzer vergleichbar attraktiv zu sein.

## **Schublade 2: Produktions-Unternehmen**

In die zweite Schublade stecken wir Tesla und Netflix. Beide sehen wir als Produktions-Unternehmen.

Sie haben einen wesentlich höheren Kapitalbedarf für die Produktion, sowohl initial als auch wiederkehrend. Das begrenzt das Margenpotential. Zugleich haben sie viele etablierte Wettbewerber, daher haben sie wenig Preissetzungsmacht. Z. B. hat Tesla als Automobilhersteller eine feste Marge pro Fahrzeug, die auch bei einer wachsenden Zahl verkaufter Autos kaum steigt. Tesla hat keine hohen wiederkehrenden Einnahmen pro Kunde. Da andere Autohersteller mittlerweile ebenfalls massiv in Elektro-Autos investieren, steigt die Wettbewerbsintensität, das senkt die Preissetzungsmacht.

Bei Netflix sinken zwar die Grenzkosten für einen einmal produzierten bzw. eingekauften Inhalt bei steigender Nutzerzahl, ebenso bei mehrmaliger Wiedergabe des Inhalts. Dennoch muss Netflix fortlaufend neue Inhalte produzieren, um Kunden zu halten und neue Kunden zu gewinnen. Das begrenzt die Marge pro Kunde wie bei anderen Produktions-Firmen. Außerdem produzieren viele Wettbewerber Inhalte, wie Disney, Amazon und Apple. Die beiden letztgenannten Firmen müssen mit den Inhalten außerdem nicht unbedingt Geld verdienen, was die Preise auch für Netflix drückt, da ihre Produkt-Plattformen für Nutzer mit den Inhalten noch attraktiver werden und so neue Nutzer auf die Plattform kommen, die nicht nur diese Inhalte abonnieren, sondern auch andere Plattform-Produkte nutzen.

## **Risikovermeidung und Renditechancen**

Natürlich lässt sich möglicherweise auch zukünftig mit Netflix und Tesla sowie anderen Produktions-Unternehmen Geld verdienen. Aber uns erscheint das Risiko – auch unter Berücksichtigung der Bewertungen – als viel zu hoch. Ein zu hohes Risiko sehen wir auch bei einem Investment in Amazon. Und substanzielle, unternehmerische Risiken versuchen wir strikt zu vermeiden.

Firmen wie Apple, Alphabet, Microsoft, Visa, PayPal, Adobe und Facebook sind zweifellos in ihren jeweiligen Produktmärkten das Aussichtsreichste auf dem weltweiten Kurszettel bei zugleich – und das ist uns besonders wichtig – geringem Risiko. Natürlich sind diese Firmen nicht gänzlich ohne Risiken, weshalb man sie genau beobachten muss (z. B. das Kartellrecht oder die Komplexität der Vielproduktunternehmen).

Wir kombinieren diese robusten „Consumer-Techs“ mit Firmen, deren Geschäftsmodelle extrem geringe Risiken aufweisen, z. B. Zahnpasta-, Waschmittel oder Kaffeehersteller. Also robuste und wettbewerbsüberlegene „Consumer Staples“ mit kapitalleichtem Geschäft, hohen Margen, hohem Wachstum (natürlich bei weitem nicht so hoch wie bei den Consumer-Techs) und einer überschaubaren Wettbewerbsintensität. Durch diese Kombination ergibt sich ein Portfolio mit hoher substanzieller Investitionssicherheit, vergleichsweise niedrigen Schwankungen und attraktiven Renditechancen unter langfristigen Aspekten. Und darauf kommt es uns im Wagner & Florack Unternehmerfonds an.

[Eine detaillierte Betrachtung der FAANG-Aktien sowie von Microsoft und Tesla können Sie sehen und hören im Wagner & Florack Klartext-Webinar „Quo vadis FAANG?“](#)

[Jetzt mehr über den Wagner & Florack Unternehmerfonds erfahren](#)



Dieser Artikel erschien am **04.10.2021** unter folgendem Link:  
<https://www.private-banking-magazin.de/apple-alphabet-vs-tesla-netflix-krasse-unterschiede/>