

Sinds de koerswijziging richting de metaverse is 600 miljard dollar aan beurswaarde verdampt. Meta Platforms – het voormalige Facebook – bevindt zich in een neerwaartse spiraal. Beleggers hekelen de miljardeninvesteringen in een nieuw platform, want tastbare resultaten laten nog lang op zich wachten. Ondertussen staan de traditionele advertentiemodellen onder druk.

## META PLATFORMS: megalomane transformatie, maar de bestaande verdienmodellen wankelen

**S**inds de beursgang tien jaar geleden handelt Facebook op een hogere waardering dan het beursgemiddelde. Maar nadat het bedrijf in oktober 2021 Meta Platforms is gaan heten, is de glijvlucht ingezet. Er was al enige scepsis over de *rebranding* – Facebook was besmet vanwege privacy-schandalen – maar de koersval die zou volgen, hadden weinigen voorzien.

Beleggers hebben twijfels of de investeringen in de metaverse ooit gaan renderen, en of de naamsverandering niet moet verhullen dat oude advertentiemodellen wankelen. De drie grootste uitdagingen van een bedrijf dat zichzelf opnieuw probeert uit te vinden.

### 1 'HISTORISCH WERK' OF BODEMLOZE PUT?

Dat Zuckerberg all-in gaat op de

metaverse, een virtuele ontmoetingsplaats waar met digitale dubbelgangers (avatars) gewerkt, gewinkeld en gegamed kan worden, is wel duidelijk. Het onderdeel Reality Labs, waar de metaverse onder valt, boekte sinds 2019 bij elkaar bijna 35 miljard dollar verlies op een omzet van enkele miljarden.

De vraag hoe groot de kans is dat de gok goed uitpakt, wordt altijd ontwijkend beantwoord. Zo gaf Zuckerberg bij de kwartaalcijfers aan, 'historisch werk' te verrichten in de metaverse. "Beleggers die geduld opbrengen, zullen uiteindelijk worden beloond", zo beloofde hij zelfs.

Eerder liet het concern weten pas in 2030 materiële omzet te verwachten. Tot die tijd zal Reality Labs nog ten minste honderd miljard dollar verliezen, is de consensus onder analisten.

**META'S  
TRADITIONELE  
VERDIENMODEL  
– ADVERTENTIES  
OP FACEBOOK  
EN INSTAGRAM  
– STAAT  
ONDER DRUK**

Ondertussen zijn er nog weinig tastbare resultaten. Zo bleek uit interne documenten in handen van de *Wall Street Journal* dat Meta's virtuele wereld (*Meta Horizon Worlds*) niet groeit, maar krimpt: het aantal gebruikers viel in korte tijd terug van 300 duizend naar 200 duizend. Wie de VR-bril te lang op heeft, wordt zeeziek, avatars hebben geen benen en de software zit vol bugs.

De metaverse afschrijven vanwege kinderziektes is flauw; maar het frustreert beleggers dat niet alleen onzeker is of dit fictieve universum ooit van de grond zal komen. Het is ook onduidelijk hoe Zuckerberg hier geld denkt te gaan verdienen, en waarom het de concurrentie met Microsoft en Apple – dat recent een eigen VR-bril lanceerde – aankan. Concrete doelen geeft Meta ook niet.