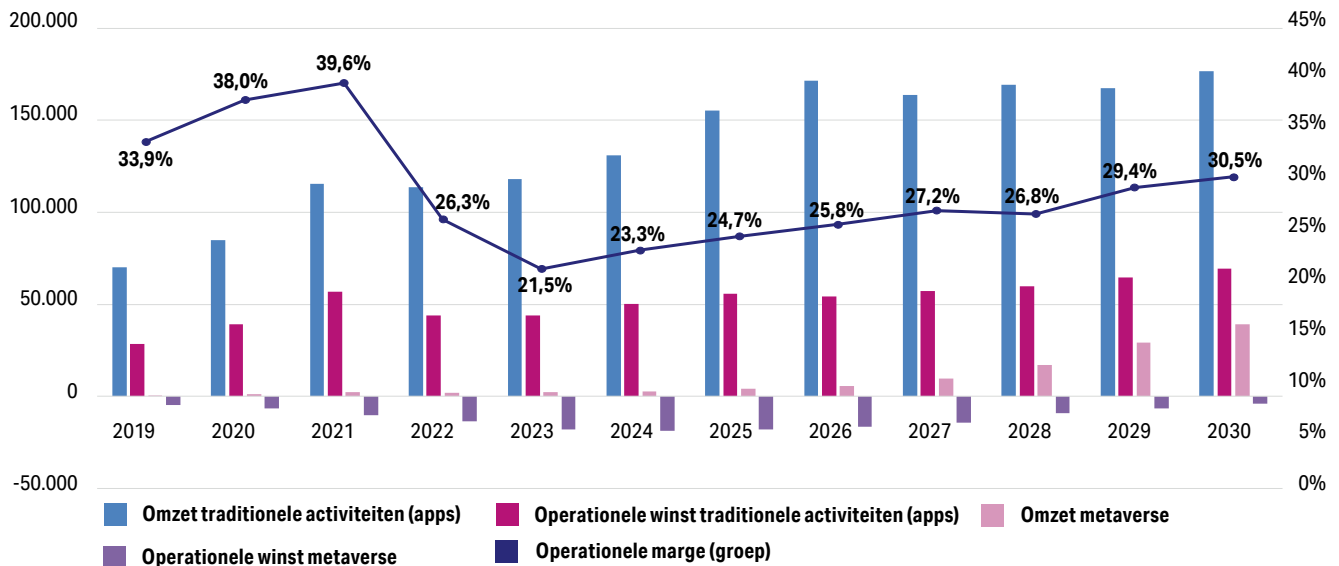


INVESTERINGEN IN DE METAVERSE TREKKEN WINSTMARGE OMLAAG



Bron: jaarverlagen en Bloomberg. De periode 2022-2030 betreft de gemiddelde analistentaxatie. Bedragen in miljoenen dollar.

2 TRADITIONEEL VERDIENMODEL ZONDER DRUK

Dat de metaverse-ambities winsten zullen aanvreten, is duidelijk. Maar ook het traditionele verdienmodel – advertenties op Facebook, Instagram en nog in mindere mate WhatsApp – staat onder druk. In de laatste twee kwartalen kromp de advertentie-omzet zelfs voor het eerst in de geschiedenis. In de periode 2012-2021 bedroeg de gemiddelde omzetgroei ruim 40 procent.

Sinds de oprichting had Meta de wind mee doordat advertentiebudgetten voor kranten en tv verschoven naar online. Nu bijna twee derde van het advertentie-geld al online wordt besteed en de rek er wel uit is, begint Meta's eindmarkt steeds meer in de buurt te komen van de gehele advertentiemarkt. En die is altijd al recessiegevoelig geweest, zo

PER JAAR MOET META VOOR TIENTALLEN MILJARDEN EURO'S INVESTEREN IN DATACENTERS EN SERVERS

erkende ook kersverse cfo Susan Li, die sprak over “een vertraging van de advertentievraag door inflatie en problemen met de toeleveringsketen”.

Een ander probleem, verzadiging, is ook een inherent gevolg van Meta's groeisucces. Zuckerberg benadrukte bij de kwartaalcijfers weliswaar dat apps blijven groeien, maar dit gaat om het absolute aantal gebruikers; de realiteit is dat niet elke klant even veel geld oplevert.

Neem Facebook, Meta's grootste platform waar het meeste informatie over wordt gedeeld. Facebook zag het aantal dagelijkse gebruikers groeien met 50 miljoen tot bijna 2 miljard ten opzichte van het derde kwartaal 2021. Maar die groei komt volledig uit Azië (plus 40 miljoen) en het segment in de rest van de wereld, waar onder meer Afrika onder valt (plus 16 miljoen). In Noord-Amerika staat Facebook nagenoeg stil (plus 1 miljoen), en in Europa was zelfs sprake van een krimp van 5 miljoen gebruikers.

Het probleem: de stagnatie en krimp treedt dus op in Noord-Amerika en Europa, de gebieden

waar Facebook voor respectievelijk 214 dollar en 69 dollar per jaar aan advertenties per gebruiker verkoopt. De inkomsten in Azië (17 dollar) en de rest van de wereld (12 dollar) zijn hier een fractie van. Een risico is dat stagnatie bij de 195 miljoen gebruikers in de VS omslaat in krimp. Wil Facebook de omzet op peil houden, dan moeten voor elke Amerikaan die opstapt 18 nieuwe gebruikers in Afrika worden gevonden.

APPLE EN GOOGLE DE BAAS

Meta's probleem is dieper geworteld dan verzadiging en tijdelijke tegenwind. Dat blijkt ook uit het feit dat de advertentieomzet bij Google wél steeg. De broosheid van Meta's model is dat het geen controle heeft over de content en distributie van zijn apps.

Ruim 95 procent van de omzet uit Meta's apps is afkomstig van mobiele apparaten die in handen zijn van Google (besturingssysteem Android) of Apple (IOS). In de lente van 2021 scherpte Apple de privacyregels aan, met als gevolg dat Meta veel minder gebruikersdata kreeg doorgespeeld. Het kan