

# Match Group Inc Corporation Update

Die Aktiengesellschaft Match Group Inc ist weltweiter Marktführer im Online-Dating Segment mit circa 40 unterschiedlichen Online-Dating Diensten, darunter unter anderem Tinder, Hinge und Match.

In meiner Analyse als 100 Abo-Special am 08.06., also nun schon circa 3 Monate her, bin ich ausführlich auf die Match Group Inc Corporated und dessen Historie, den Fundamentaldaten, dem Online-Dating Geschäft an sich und der Abspaltung der Muttergesellschaft IAC eingegangen.

Mittlerweile ist **der Spinn-Off von der IAC abgeschlossen** und ich möchte in diesem Artikel ein kurzes Resümee ziehen, wie sich die match **Group Inc in letzter Zeit entwickelt hat** und wie die Aussichten auf die nächsten Jahre ist.

Nach wie vor zeichnet sich die Match Group durch **gute Wachstumsraten und eine solide Finanzstruktur aus**. Die Fundamentaldaten spiegeln sich sehr schön im Piotrowski-Score wieder, welcher bei 7 liegt, was bei maximalen 9 Punkten und im Marktvergleich ein sehr guter Wert ist.

Wer eine detaillierte Finanzanalyse sehen möchte, sollte sich einfach die **1 stündige Analyse anschauen**. **In diesem Artikel werde ich jediglich auf die Erwartungen für das dritte Quartal in 2020 eingehen und noch kurz den aktuellen Preis der Match Group bewerten**.

Seit meiner letzten Analyse vor etwa drei Monaten, in dessen Zeitraum ich selber in die Match Group Inc investiert habe, ist die Aktie von circa 94 US-Dollar auf 105 US-Dollar gestiegen. Mit einer Bewertung von 105 US-Dollar ist die Match Group gemäß Dicounted Cash Flow Analyse leicht überbewertet, nichtsdestotrotz in einem erschwinglichen Rahmen.

## Geschäftsentwicklung letzten Monate:

Wenn man sich die Geschäftsentwicklung von der Match Group in den letzten 6 Monaten und speziell in den letzten 3 Monaten anschaut, dann kann man eigentlich nur ein positives Fazit ziehen.

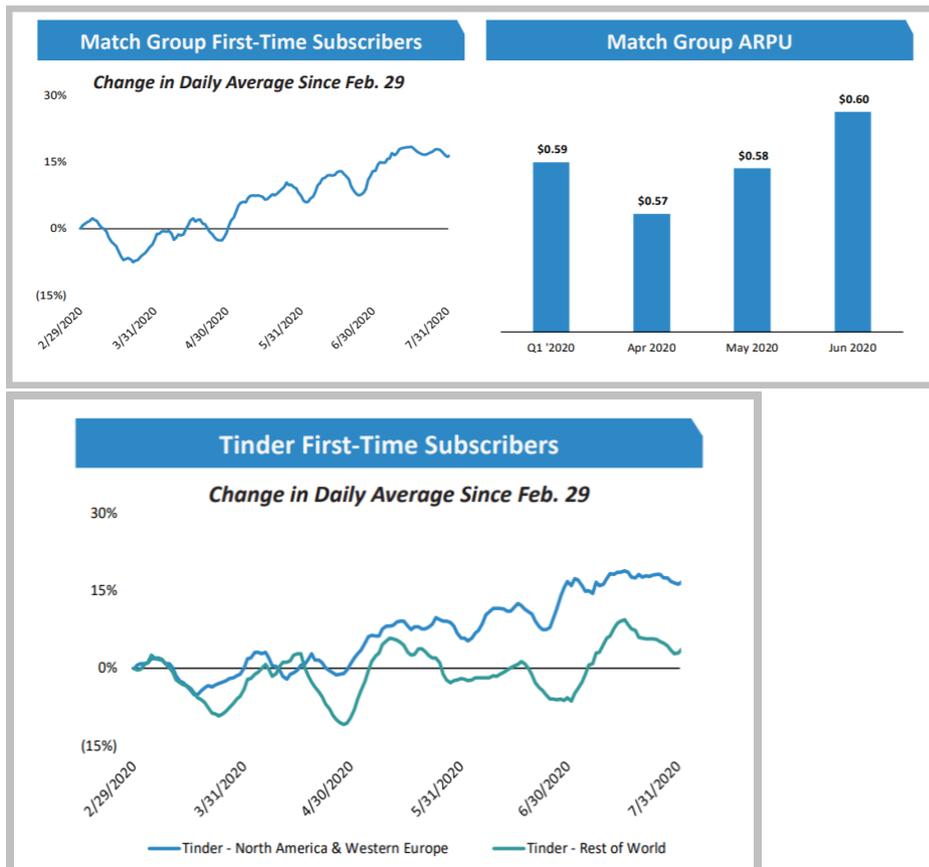
Das Wachstum neuer Abonnenten von den Online Dating Diensten der Match Group ist seit April massiv gestiegen. Das durchschnittliche Wachstum der First-Subscriber in diesem Jahr hat sich gewendet von sinkenden Wachstumsraten zu einem Anstieg der Wachstumsrate um 15%.

Die Beschleunigung der Kunden-Akquisition ist desweiteren besonders positiv zu betrachten, da der Average Revenue Per User, also das durchschnittliche Geld das durch einen User eingenommen wird, ebenfalls seit April eine steigende Tendenz aufweist und mittlerweile bereits wieder bei 0,6 US-Dollar liegt.

In dem Shareholder-Brief der Match Group Geschäftsführung wurde leider nicht angegeben auf welchen Zeitraum sich das Average Revenue per User bezieht, aber ich gehen in diesem

Fall von den monatlichen Einnahmen pro User aus wenn ich mir so die Kostenmodelle von Tinder und Co anschaue.

Und da wären wir auch schon beim Stichwort Tinder – denn Tinder als die erfolgreichste Online-Dating-Plattform der Welt korreliert natürlich massiv mit der eben genannten positivem generellen first-time Subscriberzahl Entwicklung.



## Geschäftsmodell Aussichten:

Tinder hat im Online Dating Markt nach wie vor die mit Abstand größten Marktanteile und entwickelt sich immer weiter zum unangefochtenen Monopolisten auf diesem Gebiet.

Für 2021 plant die Match Group die **Ausweitung der Apps durch neue Features wie der Möglichkeit auf Online-Video-Chatten**. Mit diesen Schritten möchte die Match Group weiterhin **neue Nutzer akquirieren und zudem neue Möglichkeiten hinsichtlich der Monetarisierung der Online-Dating-Dienste liefern**.

Durch die vielen verschiedenen Applikationen und Dienst soll es laut der Match Group auch in den nächsten Jahren zu einer starken Expansion in neue Märkte kommen (insbesondere in Asien).

**Neben der geographischen Lage der Märkte sollen auch neue Zielgruppen wie Muslime und Christen vermehrt erreicht werden.**

Beispiele sind z.B. Chsipa für die Latino-Community oder Hawaya für die Muslime speziell auf diese Zielgruppen ausgerichtete Online-Dating Applikationen. Neben für gewisse Kulturen/Ethnien und Religionsangehörigkeit zugeschnittenen Apps gelingt es Tinder auch, durch Selbstentwicklung oder Aufkauf immer wieder neue Applikationen erfolgreich auf dem Markt zu platzieren. Beispiel dafür ist Hinge, eine etwas seriösere Plattform als Tinder mit dem genialen Marketing Spruch „The App to be deleted“.

## **Kommen wir nun zu den erwarteten Zahlen für das 3 Quartal:**

Im dritten Quartal 2020 erwartet die Match Group einen Mindestumsatz von 600 Millionen US-Dollar. Angesichts guter aktueller Bedingungen für Marketingausgaben und einem entsprechend hohen Return on Investment auf diese Ausgaben erwartet die Match Group 50 Millionen US Dollar mehr an Marketing Ausgaben in Q3 als in Q2 und circa 30 Millionen mehr als im Vorjahr.

Das unverfälschte Bruttoergebnis beziehungsweise der Gewinn vor Zinskosten, Steuern, Abschreibungen und die Abschreibung auf immaterielle Wirtschaftsgüter soll in Q3 bei circa 215 bis 225 Millionen US-Dollar liegen. Das angepasste EBITDA lag im zweiten Quartal bei 227 Millionen, sodass hier ein leichter Rückgang zu erkennen ist, welcher sich jedoch anhand der hohen Marketing Ausgaben und somit der starken Wachstums- und Expansionsorientierung erklären und auch begrüßen lässt, denn heutzutage gilt vor allem eines als ausschlaggebendes Kriterium:

### **Umsatzwachstum und Marktstellung**

Am Schluss möchte ich noch auf die Frage eingehen, ob die Match Group nur aufgrund von Corona so erfolgreich ist/war.

## **Match Group nur durch Corona erfolgreich?**

Ich denke es ist einleuchtend, dass der Match Group die Freiheitseinschränkungen im öffentlichen Leben massiv in die Karten gespielt haben, als dass viele Kennlernmöglichkeiten wie Parties zeitweise gar nicht und derzeit immer noch sehr beschränkt möglich sind.

Nichtsdestotrotz sind die infolge der Corona-Maßnahmen erfolgten Nutzerzuflüsse nach Lockerungsmaßnahmen in den meisten Fällen Nutzer der Online-Dienste geblieben. Man könnte also sagen, Corona war für viele Nutzer ein Legitimierungsgrund, sich eine App wie Tinder zu holen und selbst jz, wo schon wieder deutlich mehr möglich ist, Bars und Restaurant, Geschäfte und vieles mehr wieder geöffnet haben, ist die Nutzerzahl und Nutzung erhalten geblieben (so lässt es zumindest die Geschäftsführung der Match Group verlauten).

In meiner ausführlichen Aktienanalyse bin ich auch 20 Minuten auf den Online-Dating Markt eingegangen und habe mir dort etliche Statistiken und Studien zum Thema Online-

**Dating angeschaut. Infolge von diesem Hintergrundwissen erachte ich persönlich Online-Dating als ein Geschäftsmodell mit auch zukünftig anhaltendem Erfolg und hohem Wachstumspotenzial, unabhängig von dem Wachstumsbeschleuniger Corona (wenn man es so nennen möchte).**

**Wichtig: Dieser Artikel spiegelt meine persönliche Meinung/Analyse wieder und stellt keinerlei Form von Anlageberatung da. Dieser Artikel ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf einer Aktie.**

**Viel Erfolg an der Börse wünscht Ihnen**

**Jonas Wichert**