

Was hältst du von...Etsy?

Ich denke, wir wissen alle, auf wen sich Kalin bezog: Amazon. Etsy ist eine andere Art von E-Commerce-Webseite – sie ist stärker auf den Verkäufer ausgerichtet und auf handgefertigte Waren zugeschnitten, die UnternehmerInnen mit verschiedenen VerbraucherInnen verbinden.

Das Unternehmen war seit seiner Gründung im Jahr 2005 erfolgreich und hat bis heute eine beeindruckende Größe erreicht. Derzeit hat das Unternehmen 81,9 Millionen aktive KäuferInnen und ist in Märkten auf der ganzen Welt tätig, auch in Deutschland. Im Jahr 2017 erreichte das Unternehmen den Meilenstein von 1 Mrd. \$. USD an internationalem Bruttowarenumsatz (GMS) und verzeichnete drei Quartale in Folge ein GMS-Wachstum von mehr als 20%. Um den deutschen Markt zu erschließen, schloss das Unternehmen eine Vereinbarung mit DaWanda, einem in Deutschland ansässigen Marktplatz für Geschenke und Handgemachtes und eine strategische Partnerschaft mit Klarna, um Rechnungszahlungen auf Etsy anzubieten.

Die Pandemie verhalf dem Unternehmen zu wachsender Beliebtheit und brachte es dorthin, wo es heute steht. Das Unternehmen konnte seinen Gesamtjahresumsatz im Vergleich zu 2019 um 111 % (!!!) steigern. Die Verlagerung weg vom Einzelhandel ließ den E-Commerce mit einer verrückten Rate von über 40 % im Jahresvergleich wachsen. Dabei wuchs Etsy 2,5 Mal so schnell wie der E-Commerce Markt. Leider ist diese Art von Wachstum nicht mehr tragbar und die diesjährigen Q1-Ergebnisse, obwohl sie immer noch beeindruckend sind, zeigen das.

Etsy hat den größten Teil seiner Aktiengewinne seit Beginn der Pandemie verloren. In den Jahren 2020 bis 2021 hat das Unternehmen seine Größe mehr als verdoppelt. Der Kurs erreichte seinen Höhepunkt im November 2021 mit 276 EUR. Die Q1 Resultate zeigen, dass sich das Wachstum im Vergleich zum

vergangenen Jahr verlangsamt hat. Neben der Verlangsamung des Wachstums auf dem E-Commerce-Markt hat das Unternehmen im letzten Sommer mit Depop und Elo7 einige Übernahmen getätigt, die seine Cashflow-Marge beeinträchtigt haben. Als Reaktion auf die niedrigeren GMS-Zahlen im Jahresvergleich verwies CFO Rachel Glaser auf die steigende Inflation, die Wiedereröffnung der Wirtschaft und den Krieg in der Ukraine. Dennoch ist es dem Unternehmen gelungen, über 90% der in den vergangenen zwei Jahren erzielten Gewinne beizubehalten, und es wird auch in den kommenden Jahren schnell wachsen.

Das Unternehmen ist insgesamt sehr profitabel. Und der finanzielle Vergleich mit den Vorjahren wird im Vergleich zu den enormen Wachstumsraten, die es während des pandemischen E-Commerce-Booms erlebte, viel besser werden. Der E-Commerce-Markt ist riesig, und Etsy als Unternehmen tut alles in seiner Macht, um inaktive KäuferInnen auf der Website in aktive KäuferInnen zu verwandeln. Etsy wird die Mehreinnahmen aus der Erhöhung der Einnahmequote von 5 % auf 6,5 % nutzen, um inaktive KäuferInnen und Website-BesucherInnen in KäuferInnen zu verwandeln. Die Website hat schätzungsweise 180 Millionen BesucherInnen und es gibt über 100 Millionen Käufer, die seit über einem Jahr keinen Kauf getätigt haben.

Nach dem Ausverkauf (60% im bisherigen Jahresverlauf) wird Etsy zu attraktiveren Multiplikatoren als zuvor gehandelt. Mit einem zukünftigen KGV von 24 (!) sehen viele AnalystInnen die Aktie als attraktive Kaufgelegenheit an. Laut Wall Street Journal sprechen sich 12 für den Kauf, 7 für das Halten und 0 für den Verkauf aus.