

Sina sieht sich im Aufwind - Aufschwung in 2010 erwartet

Mittwoch, 18.11.2009 13:54



(IT-Times) - Die Aktien von Chinas populärstem Internet-Portal Sina (Nasdaq: SINA, WKN: 929917) gehörten am gestrigen Handelstag mit einem Kursplus von knapp zehn Prozent mit zu den Hauptgewinnern an der Technologiebörse Nasdaq.

Das chinesische Internet-Portal hatte im jüngsten Quartal die Gewinnerwartungen übertreffen können. Gleichzeitig blickt das Unternehmen auch optimistisch in die Zukunft, insbesondere was die Erholung des Online-Werbemarktes angeht. Hintergrund ist unter anderem die Messe World Expo, die im nächsten Jahr in Shanghai stattfindet. Hierdurch erhofft sich Sina zusätzliche Wachstumsimpulse.

Auch die Analysten aus dem Hause der Deutschen Bank sind zuversichtlich, was die weitere Aktienkursentwicklung von Sina angeht. Die Analysten erwarten für das Jahr 2010 ein Wachstum im chinesischen Online-Werbemarkt von rund 37 Prozent. Zudem würden viele Werbetreibende ihr Werbebudget im nächsten Jahr zu Gunsten von Online-Werbung umschichten, glauben die Deutschen Banker.

Sina streicht 30 Prozent der Gewinne von CRIC ein

Weitere Gelder könnte die Ausgliederung weiterer Geschäftsbereiche in die Kassen von Sina spülen. Nachdem Sina sein Online-Immobiliengeschäft an die E-House China Holdings übertragen und sich im Gegenzug eine Beteiligung bzw. Gewinnbeteiligung an dem neuen Unternehmen China Real Estate Information Corporation (CRIC) gesichert hat, deutet Sina CEO Charles Chao weitere Abspaltungen in der Zukunft an, sollte sich für Sina die Chance ergeben, mit einem Marktführer zusammenzuarbeiten.

Zudem wird Sina 30 Prozent der künftigen Erlöse, die durch CRIC generiert werden, einstreichen, wie die *West China City Daily* berichtet. Dieser Gewinn wird den Ertrag, den Sina durch sein internes Immobiliengeschäft generierte, deutlich übersteigen, so Sina-Chef Chao.

Sina steigt bei Social-Networking-Portal ein

Daneben engagiert sich Sina auch in neuen Wachstumsfeldern. Anfang November stieg das chinesische Internet-Portal beim chinesischen Social-Networking-Spezialisten Kaixin001.com ein, wie das Portal *163.com* berichtet. Kaixin001.com wurde im Februar 2008 vom vormaligen Sina-Cheftechnologien Cheng Binghao gegründet. Eine spätere Übernahme des Portals durch Sina scheint damit nicht ganz ausgeschlossen, zumal auch der Social-Networking-Markt in China vor einer Boomphase steht...

Kurzportrait

Die im Jahre 1997 gegründete und in Schanghai ansässige Sina betreibt vier große Web-Portale in China, Hongkong, Taiwan, sowie in den USA. Mit mehr als 280 Mio. registrierten Nutzern gilt Sina als eines der größten Internet-Portale in China. Zuletzt erzielten die Nachrichten-Seiten des Unternehmens durchschnittlich mehr als 200 Mio. Seitenaufrufe täglich. Insgesamt operiert Sina heute aus fünf Kerngeschäftsbereichen heraus: Sina.com, Sina Mobile, Sina Community, Sina.net und Sina E-Commerce.

Mit Sina.com betreibt das Unternehmen eine Online-Plattform bestehend aus über 15 lokalen Web-Seiten, welche neben Nachrichten auch Spiele anbieten. Gleichzeitig haben Nutzer kostenlosen Zugriff auf 30 verschiedene Themen-Rubriken. Die Inhalte auf den Online-Seiten werden durch Partnerschaften mit 600 nationalen und internationalen Content-Providern gefüllt. Der kostenlose Email-Service Sinas gilt hinter Hotmail, Netease Mail, Yahoo Mail und AOL als einer der weltgrößten Freemailer. Aufgrund der starken Nutzerbasis dominiert Sina auch den Online-Werbemarkt. So kann das Unternehmen mehr als 700 Firmenkunden vorweisen, welche auf den Online-Seiten der Gesellschaft Werbung schalten.

Über Sina Mobile bietet das Unternehmen insbesondere mobile Mehrwertservices wie Klingeltöne und Spiele an. Durch die Übernahme von Memestar im Januar 2003 baute das Unternehmen sein SMS-Angebot erheblich aus. Mit der im Februar 2002 gegründeten Sina.net will das chinesische Portal verstärkt kleine und mittelständische Firmenkunden ansprechen. Sina.net bietet den inzwischen mehr als 300.000 registrierten Geschäftskunden Verzeichnisdienste, Email-Services, Marketing- und E-Commerce-Dienste an.

Im Januar 2003 gründete Sina gemeinsam mit der koreanischen NCsoft ein Joint Venture im Online-Spielbereich. Mit Lineage II und dem Online-Portal iGame will das Unternehmen im Bereich Online-Spiele stärker Fuß fassen. Im Februar 2004 kaufte Sina dann den Online-Reisespezialisten Bravado Investments. Einen Monat später akquirierte Sina den SMS-Diensteanbieter Crillion. Anschließend

kaufte Sina den Instant Messaging-Anbieter Davidhill Capital. Im Jahr 2007 schloss Sina eine Partnerschaft mit Google im Bereich Suchdienste. Anfang 2008 gründete Sina ein Joint Venture mit dem Immobilienspezialisten E-House, um ein neues Immobilienportal zu errichten. Im Frühjahr 2008 brachte Sina dann auch seine beiden Web 2.0 Dienste Sina Space und Sina TV an den Start. Mitte 2009 brachte Sina sein Online-Immobiliengeschäft in die China Online Housing Technology Corporation (CRIC) ein und sicherte sich im Gegenzug 39 Prozent der Anteile an CRIC. Die Fusionsgespräche mit dem chinesischen Werbekonzern Focus Media wurden im Herbst 2009 ergebnislos abgebrochen.

Zahlen

Im dritten Quartal 2009 meldete Sina einen Umsatz von 96,35 Mio. US-Dollar nach 105,41 Mio. Dollar im Vorjahreszeitraum. Der Bruttogewinn summierte sich auf 56,62 Mio. Dollar (2008: 60,15 Mio. Dollar). Es wurde ein operativer Gewinn von 18,28 Mio. Dollar erwirtschaftet, der Nettogewinn lag bei 16,86 Mio. Dollar. Im Vorjahr wies Sina mit 20,08 Mio. Dollar und 18,94 Mio. Dollar höhere Kennzahlen für beide Werte aus.

Der Umsatz aus dem Online-Werbegeschäft ging im jüngsten Quartal um 16 Prozent auf 63,8 Mio. Dollar zurück. Im Vorjahr hatten die Olympischen Spiele noch das Online-Werbegeschäft beflügelt. Das Nicht-Werbegeschäft schrumpfte um 12 Prozent auf 32,6 Mio. Dollar.

Ausgenommen außergewöhnlicher Sonderbelastungen konnte Sina im jüngsten Quartal einen Nettogewinn von 20,1 Mio. Dollar oder 34 US-Cent je Aktie realisieren und damit die Markterwartungen der Analysten leicht übertreffen. Diese hatten im Vorfeld mit einem Plus von 31 US-Cent je Aktie kalkuliert.

Markt und Wettbewerb

Sina gilt mit mehr als 250 Mio. registrierten Internet-Nutzern nach Umsatz gemessen als das zweitgrößte chinesische Internet-Portal. Mit rund 300 Mio. Online-Nutzern gilt China neben der USA als der weltweit größte Online-Markt.

Darüber hinaus gilt China mit mehr als 480 Mio. Mobilfunknutzern als der weltweit größte Mobilfunkmarkt. Insgesamt wird Sina im chinesischen Online-Werbemarkt ein Marktanteil von rund 50 Prozent zugeschrieben.

Sina sieht sich dabei nicht nur etablierten Branchengrößen wie Yahoo! gegenüber, sondern insbesondere auch der Konkurrenz der chinesischen Mitbewerber Netease.com, Sohu.com, und China.com ausgesetzt. Während das Internet-Portal Netease.com mit mehr als 300 Mio. registrierten Nutzern ähnliche Services und Dienstleistungen anbietet wie Sina, sind Netease.com und Sohu.com auch im Bereich Online-Spiele erfolgreich.

Den chinesischen Suchmaschinenmarkt dominiert allerdings der lokale Anbieter Baidu.com, mit der Sina durch seine eigene Suchmaschine iAsk.com in direkter Konkurrenz steht.

Ausblick

Für das vierte Quartal 2009 rechnet Sina mit einem Gesamtumsatz von 93 Mio. bis 96 Mio. Dollar. In diesen Zahlen mache sich aber auch die Abspaltung des Immobilien-Werbegeschäftes bemerkbar, was zu einer Verringerung des Werbeumsatzes insgesamt führen werde, heißt es aus dem Management. Hinsichtlich der Umsatzeinnahmen durch Werbung rechnet Sina daher mit 61 Mio. bis 63 Mio. Dollar. Weitere Geschäftsbereiche sollen 32 Mio. bis 33 Mio. Dollar zum Umsatz beitragen.

Analysten rechnen bei Sina für das laufende Dezemberquartal mit Einnahmen von 99,5 Mio. Dollar sowie mit einem Nettogewinn von 33 US-Cent je Aktie. Im laufenden Gesamtjahr 2009 soll der Jahresumsatz auf 358,9 Mio. Dollar und der Nettogewinn auf 1,17 Dollar je Aktie steigen, wenn es nach den Prognosen der Analysten geht.

Für das nachfolgende Jahr 2010 rechnen Analysten mit einem weiteren Umsatzanstieg auf 422,8 Mio. Dollar sowie mit einem Nettogewinn von 1,53 Dollar je Aktie.

Bewertung

Unmittelbar nach den jüngsten Zahlen wurden Sina-Anteile deutlich fester an der New Yorker Nasdaq bei 47 US-Dollar gehandelt, womit sich damit ein Börsenwert von rund 2,5 Mrd. US-Dollar für Chinas populärstes Internet-Portal ergibt. Auf Basis aktueller Gewinnanschätzungen für das anstehende Jahr 2010 ergibt sich ein Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) von 31. Gleichzeitig wird Sina mit dem siebenfachen des zu erwartenden Umsatzes für das laufende Jahr bewertet.

Die Analysten aus dem Hause der Deutsche Bank Securities erwarten weiter steigende Kurse und stufen Sina-Aktien von „halten“ auf „kaufen“ nach oben. Dabei sehen die Deutsch Banker ein Kursziel von 52 US-Dollar für den Wert.

Die Investmentbanker aus dem Hause Sanford C. Bernstein & Co sind jedoch zurückhaltender und stufen Sina-Aktien unverändert mit „market perform“ ein und erhöhen das Kursziel für den Wert von 28 auf 37 US-Dollar.

Das US-Brokerhaus Goldman Sachs rät Anlegern zum Zugreifen empfiehlt den Titel mit einem Kursziel von 44 US-Dollar zum Kauf. Ähnlich zuversichtlich ist man im Hause Citigroup. Die Analysten empfehlen Sina-Aktien mit einem Kursziel von 46 Dollar zum Kauf.

Links:

