

Zoom – So profitierte das Software-Unternehmen von Corona

In Zeiten von Homeoffice, Online-Konferenzen und Video-Webinaren ist der US-amerikanische Software-Anbieter Zoom Video Communications schon fast nicht mehr aus dem täglichen Leben wegzudenken. Die Beharrlichkeit und die clevere Geschäftsidee des Gründers Eric Subrah Yuan haben diesen zum Multimilliardär gemacht. Der aus China stammende Einwanderer scheffelte bis zum September 2021 bereits ein Vermögen in Höhe von rund 11 Milliarden US-Dollar. Zoom ist mittlerweile börsennotiert und sieht sich als Marktführer für Videokonferenzen.

Die Geschichte von Zoom beginnt bereits im Jahr 2011, als der Sohn eines chinesischen Montanwissenschaftlers aus der Provinz Shandong im Westen von China das Unternehmen gründete. Eric Subrah Yuan, der in China zunächst seinen Bachelor-Abschluss in angewandter Mathematik und später seinen Master in Bergbautechnik machte, interessierte sich in seiner Freizeit vor allem für die Entwicklung von Videotelefonie-Software. Dieses Interesse keimte während einer Fernbeziehung auf, als ihn rund zehn Stunden Zugfahrt von seiner damaligen Freundin trennten. Um auf das Zugfahren verzichten zu können, seine damalige Freundin aber trotzdem regelmässig sehen und sprechen zu können, interessierte er sich immer mehr für die Realisierung eines Videosoftware-Projekts. Nach seinem Studienabschluss heuerte Yuan beim US-amerikanischen Start-up WebEx an, das später von Cisco Systems übernommen wurde. Mit der Übernahme wurde Yuan direkt zum Vice President of Engineering ernannt und galt damals schon als echte »Einwanderer-Erfolgsgeschichte«. Anfang 2011 schlug Yuan dem damaligen Cisco-Management dann die Entwicklung eines Smartphone-



kompatiblen Videokonferenzsystems vor. Als diese Idee von der Unternehmensführung abgelehnt wurde, verliess Yuan Cisco und gründete sein eigenes Unternehmen mit dem noch heute existierenden Namen Zoom Video Communications. Bereits 2013 veröffentlichte das Unternehmen erstmals eine brauchbare Videosoftware für Smartphones, Tablets und Desktop-PCs. Die Software wurde daraufhin stetig erweitert: 2014 folgten beispielsweise integrierte Chat-Funktionen, Webinar-Funktionen sowie diverse weitere Videokonferenz-Möglichkeiten. Im Jahr 2018 kamen dann VoIP-Anrufe und die Zoom-App dazu. Zoom expandierte

daraufhin nach Grossbritannien und Australien und ging im April 2019 schlussendlich an die Börse.

Mit der Corona-Krise kam der Boom bei Zoom

Die COVID-19-Pandemie sorgte 2020 für einen gewaltigen Umsatzanstieg bei Zoom. Lag die Nutzerzahl von Zoom im Dezember 2019 noch bei rund 10 Millionen, so explodierte diese allein bis zum März 2020 auf rund 200 Millionen. Mittlerweile nutzen mehr als 300 Millionen User täglich das Videokonferenz-Angebot von Zoom. Speziell die Trends um die hybriden Arbeitsmodelle, um das Homeoffice sowie die Corona-



bedingten Restriktionen sorgten für einen sprunghaft ansteigenden Bedarf in diesem Bereich. Als Hauptnutzer von Zoom kristallisierten sich schnell nicht nur Unternehmen, sondern vor allem auch Schulen, Universitäten sowie Anbieter von Online-Unterricht heraus. Schülern, Lehrern und Lernbegeisterten bietet Zoom – insofern sich die Teilnehmer über ihre E-Mail-Adressen anmelden – den Zugang zum verifizierten Schulnetzwerk. Dieses bietet eine unlimitierte Anzahl an Videokonferenz-Minuten und kann dementsprechend kostenlos dafür genutzt werden. Und das Konzept geht auf: Trotz seiner vielerorts eher »wohlwärtigen« Ader konnte Zoom innerhalb der vergangenen zwei Geschäftsjahre seinen Umsatz gewaltig steigern! Erzielte Zoom im ersten Quartal 2020 noch einen Umsatz in Höhe von 122 Millionen US-Dollar, kletterte dieser bis zum dritten Quartal 2021 auf rund 956 Millionen US-Dollar (also auf fast eine Milliarde!).

Das clevere Geschäftsmodell

Als zentrales Produkt vertreibt Zoom bereits seit 2013 seinen Zoom

Meetings-Dienst, den die User via Smartphone sowie Desktop-Anwendung nutzen können. Er ermöglicht Online-Videokonferenzen sowie Video-Telefonie in HD-Qualität. Daneben können Nutzer über eine Chat-Funktion interagieren und zum Beispiel Textnachrichten, Dateien sowie Aufzeichnungen austauschen. Weiterhin können alle Interaktionen aufgezeichnet und transkribiert werden. Registrierte Nutzer können die Leistungen von Zoom maximal 40 Minuten lang am Stück kostenlos nutzen. Weitere Produkte sind Zoom Phone (dabei handelt es sich um professionelle Telefonlösungen für Unternehmen) sowie Zoom Chat, Zoom Conference Room Connector, Zoom Video-Webinars (für Online-Vorträge und Seminare geeignet), Zoom for Developers und Zoom App Marketplace (hier können eigene Produkte integriert werden). Die einzelnen Produkte werden als »Software-as-a-Service« im monatlichen Abo-Modell angeboten. Mit ihren einzelnen Software-Produkten erwirtschaftet das Unternehmen eine Bruttomarge

in Höhe von rund 80 Prozent! Und schlussendlich auch planbare und leicht skalierbare Umsätze.

Zoom übernimmt mehr und mehr Konkurrenten

Zuletzt übernahm der Videosoftware-Riese Zoom Mitte 2021 das deutsche Simultanübersetzungsstartup kites GmbH, das bereits im Jahr 2015 am renommierten KIT (Karlsruher Institut für Technologie) gegründet wurde. Wenig später gab Zoom Absichten zur Übernahme von Five9 bekannt, bei dem es sich um einen führenden Anbieter von Contact-Center-Software handelt. Ein erstes Übernahmeangebot in Höhe von 14,7 Milliarden US-Dollar wurde bereits auf den Tisch gelegt. Zoom verspricht sich, durch die Übernahme weiteres Know-how im Bereich Softwaregebrauch in Callcentern einzusammeln. Bereits innerhalb der ersten Jahreshälfte 2022 soll der Kauf abgeschlossen sein. Zoom verfolgt damit insgesamt eine aggressive »Mergers & Acquisitions«-Strategie und versucht, weite Teile dieses wachsenden und boomenden Marktes aufzukaufen.

Zoom – So profitierte das Software-Unternehmen von Corona

In Zeiten von Homeoffice, Online-Konferenzen und Video-Webinaren ist der US-amerikanische Software-Anbieter Zoom Video Communications schon fast nicht mehr aus dem täglichen Leben wegzudenken. Die Beharrlichkeit und die clevere Geschäftsidee des Gründers Eric Subrah Yuan haben diesen zum Multimilliardär gemacht. Der aus China stammende Einwanderer scheffelte bis zum September 2021 bereits ein Vermögen in Höhe von rund 11 Milliarden US-Dollar. Zoom ist mittlerweile börsennotiert und sieht sich als Marktführer für Videokonferenzen.

Die Geschichte von Zoom beginnt bereits im Jahr 2011, als der Sohn eines chinesischen Montanwissenschaftlers aus der Provinz Shandong im Westen von China das Unternehmen gründete. Eric Subrah Yuan, der in China zunächst seinen Bachelor-Abschluss in angewandter Mathematik und später seinen Master in Bergbautechnik machte, interessierte sich in seiner Freizeit vor allem für die Entwicklung von Videotelefonie-Software. Dieses Interesse keimte während einer Fernbeziehung auf, als ihn rund zehn Stunden Zugfahrt von seiner damaligen Freundin trennten. Um auf das Zugfahren verzichten zu können, seine damalige Freundin aber trotzdem regelmässig sehen und sprechen zu können, interessierte er sich immer mehr für die Realisierung eines Videosoftware-Projekts. Nach seinem Studienabschluss heuerte Yuan beim US-amerikanischen Start-up WebEx an, das später von Cisco Systems übernommen wurde. Mit der Übernahme wurde Yuan direkt zum Vice President of Engineering ernannt und galt damals schon als echte »Einwanderer-Erfolgsstory«. Anfang 2011 schlug Yuan dem damaligen Cisco-Management dann die Entwicklung eines Smartphone-



kompatiblen Videokonferenzsystems vor. Als diese Idee von der Unternehmensführung abgelehnt wurde, verliess Yuan Cisco und gründete sein eigenes Unternehmen mit dem noch heute existierenden Namen Zoom Video Communications. Bereits 2013 veröffentlichte das Unternehmen erstmals eine brauchbare Videosoftware für Smartphones, Tablets und Desktop-PCs. Die Software wurde daraufhin stetig erweitert: 2014 folgten beispielsweise integrierte Chat-Funktionen, Webinar-Funktionen sowie diverse weitere Videokonferenz-Möglichkeiten. Im Jahr 2018 kamen dann VoIP-Anrufe und die Zoom-App dazu. Zoom expandierte

daraufhin nach Grossbritannien und Australien und ging im April 2019 schlussendlich an die Börse.

Mit der Corona-Krise kam der Boom bei Zoom

Die COVID-19-Pandemie sorgte 2020 für einen gewaltigen Umsatzanstieg bei Zoom. Lag die Nutzerzahl von Zoom im Dezember 2019 noch bei rund 10 Millionen, so explodierte diese allein bis zum März 2020 auf rund 200 Millionen. Mittlerweile nutzen mehr als 300 Millionen User täglich das Videokonferenz-Angebot von Zoom. Speziell die Trends um die hybriden Arbeitsmodelle, um das Homeoffice sowie die Corona-



bedingten Restriktionen sorgten für einen sprunghaft ansteigenden Bedarf in diesem Bereich. Als Hauptnutzer von Zoom kristallisierten sich schnell nicht nur Unternehmen, sondern vor allem auch Schulen, Universitäten sowie Anbieter von Online-Unterricht heraus. Schülern, Lehrern und Lernbegeisterten bietet Zoom – insofern sich die Teilnehmer über ihre E-Mail-Adressen anmelden – den Zugang zum verifizierten Schulnetzwerk. Dieses bietet eine unlimitierte Anzahl an Videokonferenz-Minuten und kann dementsprechend kostenlos dafür genutzt werden. Und das Konzept geht auf: Trotz seiner vielerorts eher »wohltätigen« Ader konnte Zoom innerhalb der vergangenen zwei Geschäftsjahre seinen Umsatz gewaltig steigern! Erzielte Zoom im ersten Quartal 2020 noch einen Umsatz in Höhe von 122 Millionen US-Dollar, kletterte dieser bis zum dritten Quartal 2021 auf rund 956 Millionen US-Dollar (also auf fast eine Milliarde!).

Das clevere Geschäftsmodell

Als zentrales Produkt vertreibt Zoom bereits seit 2013 seinen Zoom

Meetings-Dienst, den die User via Smartphone sowie Desktop-Anwendung nutzen können. Er ermöglicht Online-Videokonferenzen sowie Video-Telefonie in HD-Qualität. Daneben können Nutzer über eine Chat-Funktion interagieren und zum Beispiel Textnachrichten, Dateien sowie Aufzeichnungen austauschen. Weiterhin können alle Interaktionen aufgezeichnet und transkribiert werden. Registrierte Nutzer können die Leistungen von Zoom maximal 40 Minuten lang am Stück kostenlos nutzen. Weitere Produkte sind Zoom Phone (dabei handelt es sich um professionelle Telefonlösungen für Unternehmen) sowie Zoom Chat, Zoom Conference Room Connector, Zoom Video-Webinars (für Online-Vorträge und Seminare geeignet), Zoom for Developers und Zoom App Marketplace (hier können eigene Produkte integriert werden). Die einzelnen Produkte werden als »Software-as-a-Service« im monatlichen Abo-Modell angeboten. Mit ihren einzelnen Software-Produkten erwirtschaftet das Unternehmen eine Bruttomarge

in Höhe von rund 80 Prozent! Und schlussendlich auch planbare und leicht skalierbare Umsätze.

Zoom übernimmt mehr und mehr Konkurrenten

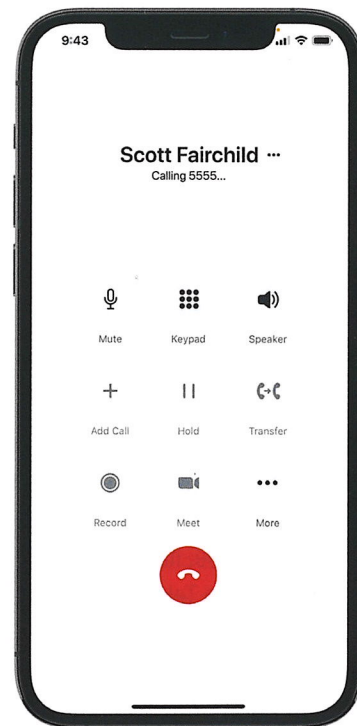
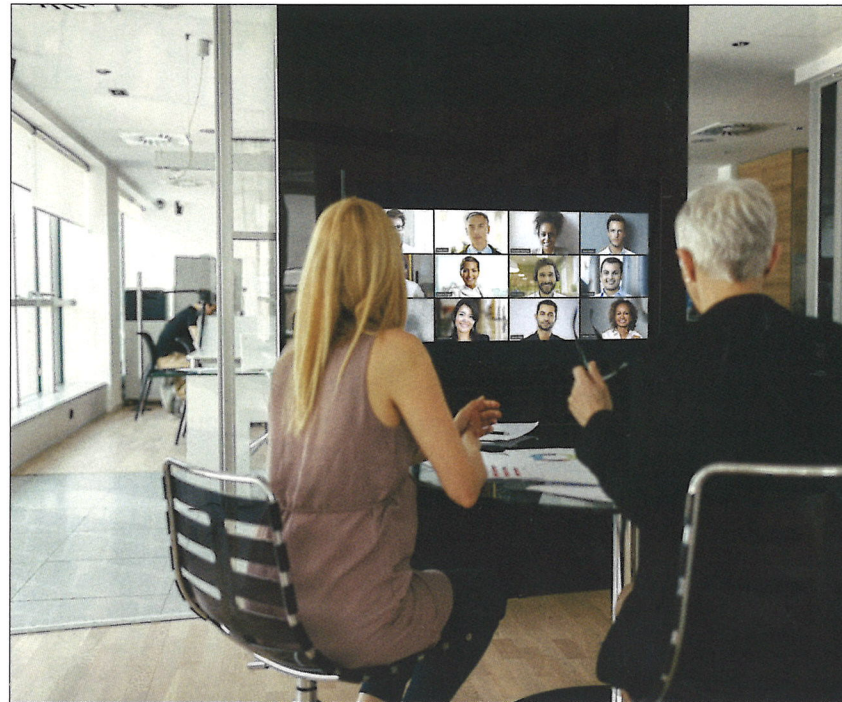
Zuletzt übernahm der Videosoftware-Riese Zoom Mitte 2021 das deutsche Simultanübersetzungsstartup kites GmbH, das bereits im Jahr 2015 am renommierten KIT (Karlsruher Institut für Technologie) gegründet wurde. Wenig später gab Zoom Absichten zur Übernahme von Five9 bekannt, bei dem es sich um einen führenden Anbieter von Contact-Center-Software handelt. Ein erstes Übernahmeangebot in Höhe von 14,7 Milliarden US-Dollar wurde bereits auf den Tisch gelegt. Zoom verspricht sich, durch die Übernahme weiteres Know-how im Bereich Softwaregebrauch in Callcentern einzusammeln. Bereits innerhalb der ersten Jahreshälfte 2022 soll der Kauf abgeschlossen sein. Zoom verfolgt damit insgesamt eine aggressive »Mergers & Acquisitions«-Strategie und versucht, weite Teile dieses wachsenden und boomenden Marktes aufzukaufen.

Der Börsengang

Zwar führte das Unternehmen bereits im April 2019 seinen Börsengang erfolgreich durch, doch der richtige Erfolg liess noch eine Weile auf sich warten: Erst 2020 sammelte das Unternehmen Milliardenbeträge durch den Aktienverkauf ein. So wurde die Aktie beispielsweise im Kalenderjahr 2020 von eingangs rund 35 Euro je Anteilsschein auf zwischenzeitlich fast 500 Euro je Aktie hochkatapultiert. Mittlerweile verfügt das Unternehmen über eine Marktkapitalisierung in Höhe von rund 115 Milliarden US-Dollar, erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 2 Milliarden US-Dollar und produziert einen »Free-Cashflow« in Höhe von etwa 1 Milliarde US-Dollar. Das Vermögen des Gründers und CEO Eric Yuan wird von Forbes bisweilen auf rund 11 Milliarden US-Dollar geschätzt. Yuan selbst besitzt rund 22 Prozent aller Unternehmensanteile (18). Der Gründer lebt dennoch bescheiden und zurückgezogen. Er ist verheiratet und Vater von drei Kindern und lebt in Santa Clara in Kalifornien, unweit des Unternehmenssitzes von Zoom im Start-up-Paradies Silicon Valley.

Die Zukunft nach der Pandemie

Da der grosse Erfolgstreiber von Zoom – die Corona-Pandemie – allmählich dem Ende zusteuert, versucht das Unternehmen sich nun im Büroalltag festzusetzen. Besonders stark möchte es daher sein Produkt Zoom Phone ausbauen. Hier soll ein »Brückenkopf« zwischen Videokonferenzen und von Unternehmen genutzten Telefonsystemen geschaffen werden. Anstatt sich also nur auf ein reines Softwareangebot zu stützen, plant Zoom perspektivisch also, selbst zum Telefonanbieter zu werden. Aktuell führt das Unternehmen diesbezüglich einen Testlauf an der Universität von South Carolina sowie dem



weltgrössten Musikkonzern Universal Music durch. Doch nicht nur der Anteil an institutionellen Kunden soll in Zukunft gesichert werden, auch Privatkunden sind bei Zoom stets willkommen. Von Familientreffen bis hin zu Online-Yoga-Stunden möchte Zoom sich mit smarten Lösungen weiter in den individuellen Alltag

einbringen. Ein weiteres grosses Feld, in dem sich Zoom in Zukunft gern breiter aufstellen möchte, sind Events. Hier plant das Unternehmen eine virtuelle Plattform namens Onzoom, die Bezahlvents für mehr als 1.000 Nutzer ermöglichen sollen. Unter anderem sollen dabei Bezahlungsfunktionen sowie Bewerbungsmöglichkeiten integriert werden. Auch in puncto Datensicherheit soll immer mehr getan werden. Zoom möchte hier zum Beispiel sichere Ende-zu-Ende-Verschlüsselungen einrichten.

Die Erfolgsprinzipien von Zoom

Der raketenähnliche Aufstieg des US-amerikanischen Softwareunternehmens ist beeindruckend. Grosse Anteile seines Erfolgs sind sicherlich auf den Umstand zurückzuführen, dass sich das Unternehmen genau zum richtigen Zeitpunkt entwickelte und die Corona-Pandemie den Bedarf nach Videotelefonie-Software sprunghaft ansteigen liess. Auch der Börsenstart des Unternehmens war mit April 2019 perfekt gesetzt. Doch das



Unternehmen basiert auch auf einigen wichtigen Erfolgsprinzipien, welche dieses seit Anfang an umsetzt und die den weiteren Erfolg von Zoom gewissermassen garantieren werden.

Ein starker Gründer, der kein Nein akzeptiert

Beharrlichkeit, Zielstrebigkeit und Geduld brauchte Firmengründer Eric Yuan nicht nur bei der Erlangung seines US-Einreisevisums, sondern vor allem auch beim Aufbau seines eigenen Start-ups Zoom. Erst beim neunten Versuch konnte Yuan 1997 erstmals in die USA einreisen. Diese Erfolgsprinzipien etabliert er später auch bei Zoom. Sich nicht gleich abwimmeln zu lassen, beharrlich an seinen Zielen zu arbeiten und beständig neue Märkte zu erobern, sind daher fest in den »Core Values« von Zoom verankert.

Glückliche Angestellte sorgen für glückliche Kunden

Ein weiteres Ziel von Zoom war es seit jeher, Menschen glücklich zu machen. Das Unternehmen zahlt seinen Angestellten daher überdurchschnittliche Gehälter und vergibt attraktive Aktienpakete als Bonusvergütung, die aufgrund des steilen Kursanstiegs viele Angestellte bereits sehr wohlhabend gemacht haben dürften. Die mitarbeiterfreundliche Kultur schlägt sich natürlich bei der Kundschaft nieder, weshalb Zoom in unabhängigen Testberichten stets »gut« bis »sehr gut« abschneidet.

Die wohltätige Ader des Unternehmens

Ein weiteres Erfolgsprinzip von Zoom ist die Wohltätigkeit des Unternehmens. So können Schulen, Universitäten und andere Wissenseinrichtungen die Videokonferenz-Dienste noch



bis zum 31. Dezember 2021 komplett kostenfrei nutzen – und zwar unbegrenzt für Meetings. Im Grunde genommen handelt es sich bei Schülern und Studenten ja um die potenziellen Nutzer von morgen, weshalb Zoom speziell bei dieser Zielgruppe gut im Gedächtnis bleiben möchte. Ausserdem steigert dies die gesellschaftliche Reputation des Unternehmens.

Stetige Innovation, Weiterentwicklung und Flexibilität

Auch wenn sich die Corona-Krise dem Ende zuneigt und der vermeintliche Wettbewerbsvorteil von Zoom weiter schwindet, ruht sich das Unternehmen nicht auf seinen Lorbeeren aus. Zoom versucht, in diesem Kontext weiterhin eine feste Rolle im unternehmerischen Alltag zu spielen. Entsprechend dieser Tatsache wird das Produktportfolio beständig erweitert. Anstatt sich nur auf reine Online-Dienste zu fokussieren, plant das Unternehmen einen eigenen Telekommunikationsdienst und möchte auch im privaten Bereich immer mehr punkten. Gleichzeitig strebt Zoom interessante Zukäufe

an, bei denen das Unternehmen weiteres Know-how erschliessen möchte. Insgesamt ist man bei Zoom dahingehend motiviert, beständig für Innovation und Weiterentwicklung zu sorgen. Zoom ist also ständig »in Bewegung« und bleibt dabei trotz seiner gewaltigen Unternehmensgrösse erstaunlich flexibel und agil.

Planbare und leicht skalierbare Umsätze durch Abo-Modelle

Zu guter Letzt verfolgt Zoom mit seinen Abo-Modellen natürlich noch einen geschäftsstrategisch vorteilhaften Ansatz. Denn Abonnements sorgen für stabile, stetige und planbare Umsätze und lassen sich leichter skalieren. Steht das Konzept hinter einem Abonnement einmal, muss das Unternehmen nur dafür sorgen, dass weitere Kunden hinzukommen beziehungsweise muss es bestehende Kunden an das Unternehmen binden. Weiterhin sorgen stabile Umsätze dafür, dass das Unternehmen für potenzielle Investoren ein interessantes Projekt darstellt.

Autor: Thomas Ludwig
(redaktion@noch-erfolgreicher.com)