

# Und es hat Zoom gemacht

Der Videokonferenz-Dienst ist einer der großen Profiteure der Corona-Krise. Der Umsatz hat sich fast vervierfacht.



Der digitale Videokonferenz-Dienst Zoom rechnet nach dem explosiven Wachstum in der Corona-Krise auch für dieses Jahr mit kräftigen Zuwächsen. Für das angebrochene Geschäftsjahr peilt die Firma ein Umsatzplus von mindestens 42 Prozent an. Anleger feierten die frischen Quartalszahlen und die Prognose mit einem Kursprung von zeitweise rund neun Prozent im nachbörslichen Handel am Montag.

Im Ende Jänner abgeschlossenen vergangenen Geschäftsjahr sprang der Umsatz von 623 Millionen auf 2,65 Milliarden Dollar (2,20 Milliarden Euro) in die Höhe. Die große Frage ist, wie weit Zoom noch wachsen kann - oder ob das Unternehmen im Corona-

Boom mit Lockdowns und Heimarbeit sein Marktpotenzial weitgehend ausgeschöpft hat. Noch ungewiss ist auch, wie sehr Videokonferenzen nach dem Ende der Pandemie im Alltag verankert bleiben werden.

## Telefonie als Schlüssel

Der Plan von Zoom für die Zukunft ist, die starke Position bei Videokonferenzen als Brückenkopf zu nutzen, um sich dauerhaft auch im künftigen Büroalltag festzusetzen. Der Schlüssel dafür ist Telefonie: Zoom Phone soll die bisherigen Telefonsysteme der Unternehmen ersetzen und gleichzeitig eine nahtlose Integration mit Videokonferenzen erlauben. Im vergangenen Quartal ge-

wann Zoom als Telefonkunden unter anderem die Universität von South Carolina mit 21.000 Anschlüssen und den weltgrößten Musikkonzern Universal Music.

Zoom war mit der Corona-Krise in eine neue Liga aufgestiegen. Die Firma sollte ursprünglich Videokonferenzen für Unternehmen zur Verfügung stellen. In der Pandemie nahm aber nicht nur die Nutzung in Firmen zu: Auch Privatpersonen greifen zu Zoom für alle möglichen Gelegenheiten - von Familientreffen bis Yoga-Stunden.

Das Geld verdient Zoom allerdings nach wie vor im Geschäft mit größeren Unternehmen. Zum Ende des Geschäftsjahres hatte Zoom über 467.000 Kunden mit mehr als zehn Mitarbeitern - bin-

nen drei Monaten kamen rund 33.000 hinzu. Solche Kunden brachten 63 Prozent der Erlöse ein. Beim Telefonie-Angebot gewann Zoom bisher 10.700 Kunden mit mehr als zehn Mitarbeitern. Er wolle Zoom auch verstärkt als Plattform für Online-Events etablieren, sagte Gründer und Chef Eric Yuan in einer Videokonferenz mit Analysten.

## Synonym für Homeoffice

Im vergangenen Quartal stieg der Umsatz auf 882,5 Millionen Dollar. Ein Jahr zuvor waren es gut 188 Millionen Dollar gewesen. Der Quartalsgewinn schoss von 15 Millionen auf 260 Millionen Dollar hoch. Im gesamten Geschäftsjahr blieb ein Überschuss

von 671,5 Millionen Dollar in der Bilanz, nach vergleichsweise mageren 25 Millionen Dollar im Vorjahr. Zoom ist für viele Menschen im Homeoffice zum Synonym für Videokonferenzen geworden, mit denen sich Mitarbeiter austauschen und Kundengespräche führen können oder sich Schüler mit Lehrern vernetzen.

Dabei ist das 2011 in San Jose gegründete Unternehmen, das zwischenzeitlich mit Sicherheitslücken etwa bei der Verschlüsselung oder dem sogenannten Zoombombing kämpfte, nicht konkurrenzlos. Videokonferenzen sind beispielsweise auch über die Teams-Bürosoftware von Microsoft, Webex von Cisco oder Angebote der Techriesen Google und Facebook möglich. ■ (reuters/dpa)