

Entertainment bietet Spaß und Kursgewinne

Entertainment hat viele Gesichter. Seien es große Filme aus Hollywood, Erlebnisparks wie die von Disney oder das Ticket-Geschäft für Konzerte, das Unternehmen wie Live Nation und CTS Eventim so perfekt beherrschen. Ein an der Börse häufig übersehender Bereich ist die Welt der Videospiele, der gar nicht einmal so klein ist.

Der Markt für Videospiele ist etwa 200 Mrd. US-Dollar pro Jahr groß. Und verzeichnet eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate im zweistelligen Prozentbereich. Dabei geben die Verbraucher in den USA und China etwa jeweils 45 Mrd. US-Dollar pro Jahr aus, womit diese beiden Länder allein schon auf fast die Hälfte der globalen Marktanteile kommen. Erstaunlich ist zudem, wie sich die Geschäftsmodelle in den Jahrzehnten gewandelt haben und welche Endgeräte von den Verbrauchern favorisiert werden.

Intuitiv erwartet man, dass die leistungsstärksten Endgeräte die größte Rolle spielen. Mit leistungsfähigeren CPUs und vor allem GPUs bekommen die Entwickler selbstverständlich Jahr für Jahr immer mehr Möglichkeiten, ihre Ideen und Phantasien umzusetzen. Doch das ist längst nicht mehr der begrenzende Faktor. Stand die Technik vor zwanzig Jahren als größter Engpass im Mittelpunkt, so sind es heute die Inhalte, die über den Erfolg der Videospiele entscheiden. Die Leistungsfähigkeit ist längst so hoch, dass selbst gute Entwickler die Geräte nicht an ihre Grenzen bringen. Wo viele Entwickler jedoch schnell in Schwierigkeiten geraten, ist es, wenn es darum geht, Inhalte anzubieten, die neu, cool und mitreißend sind.

Geschichtenerzähler machen das Rennen

Es ist die Zeit der Geschichtenerzähler. Ein Videospielhaus,

das eine tolle neue Story erzählen kann, die zudem laufend mit aktuellen Ergänzungen aufgefrischt wird, kann problemlos ein Vermögen verdienen. Erfolgsstorys der vergangenen Jahre sind Klassiker wie Fortnite, dessen Kernstory relativ simpel ist, aber in einer Verpackung daherkommt, die einen hohen Coolness-Faktor erreichte. Zudem kann jeder Fortnite spielen. Niemand wird ausgegrenzt, da es auf allen wichtigen Endgeräten verfügbar und kostenlos ist. Wie aber verdiente Epic Games dann Milliarden mit einem kostenlosen Spiel?

Indem man digitale Items anbietet, die so attraktiv sind, dass alle sie haben wollen. Für einen freshen Skin werden dann schon mal (auf Papas Kosten) 20 Euro ausgegeben. Wer als Veteran über OG-Skins verfügt und trägt, kann sich automatisch des Neids seiner Mitspieler sicher sein. Im Prinzip funktioniert dieses Geschäftsmodell rein über die Merchandise-Funktion. Und das ausgesprochen erfolgreich.

Das klassische Geschäftsmodell ist jedoch nicht ausgestorben. Die meisten Spiele verlangen einen Basispreis, um überhaupt „drin“ zu sein. Damit kommt man jedoch noch nicht an die wirklich attraktiven Inhalte. Für die aktuellen Inhalte, die alle spielen wollen, muss dann zusätzlich ein DLC (Downloadable Content) erworben werden. Es gibt aber in der Regel nicht einen DLC, sondern über die Lebensdauer des Basis-Spiels verteilt mehrere DLCs, je nachdem wie erfolgreich das Geschäft läuft. Parallel zu den DLCs werden Battlepässe angeboten, die die passenden Items zu der jeweiligen Saison bieten, was nicht bedeutet, dass es nicht zusätzlich noch im Shop weitere Angebote zu erwerben gibt. Die Einkommensströme für die Entwickler sind also bei jedem Spiel in mehreren Kaskaden hintereinander aufgereiht.

Mobile Endgeräte dominieren das Geschäft

Bei den Endgeräten dominieren ganz klar die mobilen Endgeräte. Die etwa die Hälfte des Jahresumsatzes auf sich ziehen. Vor dem Hintergrund der immer noch kleinen Bildschirmgrößen mag

das überraschen, aber gerade in Asien und Lateinamerika werden mobile Endgeräte favorisiert. Die andere Hälfte der Umsätze verteilt sich auf PCs und die klassischen Konsolen von Microsoft, Nintendo und Sony.

Kauft man an der Börse lieber die Gerätehersteller oder die Videospielehäuser? Da es keinen dominierenden Hersteller von Spiele-Handys oder Spiele-PCs gibt, wenn man einmal beispielsweise Nvidia herausnimmt, dann bleiben im Kern nur Microsoft und Sony. Und beide Aktien werden nicht von den Konsolenverkäufen tangiert, sondern ziehen ihr Wachstum, das die Aktien bewegt, aus anderen Geschäftsfeldern. Bleiben also nur die Spielehersteller.

Das Problem bei den Spieleherstellern ist, dass sie sich wie Modemacher verhalten. Um erfolgreich zu investieren, muss man also die Pipelines der Softwarehäuser kennen und kauft die Aktien auf, bevor die nächsten Blockbuster auf den Markt kommen. Wenn sie denn börsennotiert sind. Epic Games ist es beispielsweise (noch) nicht. Bekannte Blockbuster, die in Zukunft erscheinen werden und denen ein finanzieller Erfolg sicher ist, kommen beispielsweise aus der Schmiede von Rockstar Games.

Das Softwarehaus hat sich einen Namen für besonders detaillierte, liebevoll gestaltete und spannende Softwaretitel mit Grand Theft Auto (GTA) und Red Dead Redemption gemacht. Das Problem aus Sicht der Börse sind die langen Entwicklungszeiten. GTA V, die aktuelle Version, erschien beispielsweise im September 2013. Vor 11 Jahren! Und der Nachfolger soll erst Ende 2025 kommen, mit dem Risiko, dass die Veröffentlichung auf 2026 verschoben wird. Zudem ist Rockstar Games nicht direkt an der Börse notiert, sondern man kann nur die Mutter Take-Two Interactive Software kaufen.



Hardware oder Software kaufen?

Sehr viel verlässlicher sind Häuser wie Electronic Arts und Ubisoft. Während die Amerikaner mit einem riesigen Portfolio und zahlreichen erfolgreichen Franchisen regelmäßig liefern und den Aktionären viel Freude bereiten, neigen die Franzosen dazu, ihre Aktionäre (und vor allem auch ihre Kunden) immer wieder zu enttäuschen. EA steht hingegen für Dauerbrenner wie Battlefield, F1, FIFA, Madden NFL, NBA, Need for Speed, Sims, Star Wars uvm. Auch Activision Blizzard ist sehr erfolgreich, wurde aber bekanntlich von Microsoft übernommen, weswegen man an deren Entwicklung nicht mehr teilhaben kann.



Doch auch Asien bietet einige interessante Investmentmöglichkeiten. Die chinesische Tencent dominiert sogar die gesamte Videospielbranche, was aber im Wesentlichen an dem umfassenden Heimvorteil und den zahlreichen Beteiligungen in der Branche liegt. Aufgrund der Schwäche der chinesischen Wirtschaft in den vergangenen Jahren sind die Aktien zudem stark im Kurs reduziert worden. Außerhalb Chinas gibt es mit Sea Ltd. aus Singapur einen Player im Bereich der mobilen Endgeräte, der häufig übersehen wird. Die Spiele-Sparte Garena ist jedoch sehr erfolgreich, die zudem im Bereich eSports führend ist. Ein Geschäftsfeld, das bei vielen Anlegern komplett unter dem Radar fliegt.



Buy the rumor, sell the news

Eine ganz andere Spezialität ist Roblox. Das Unternehmen hat es geschafft, eine hardware-unabhängige und globale Spieleplattform aufzubauen, die ein eigenes Ökosystem ist, denn es ist quasi ein großes Spiel mit vielen Zehntausend von Spielen darin. Die Abgrenzung liegt darin, dass Roblox die Softwareumgebung stellt und die Entwickler innerhalb dieses Universums ihre Spielideen umsetzen.



Und das Roblox-Konzept ist hypererfolgreich. Man verzeichnet täglich fast 80 Millionen Spieler weltweit, die allein im vergangenen Quartal 17,4 Milliarden Stunden auf der Plattform verbracht haben und 893,5 Mio. US-Dollar ausgaben. Wohlgemerkt für Spiele und digitale Items. Zudem hat Roblox ausgesprochen große Ambitionen und will langfristig 1 Milliarde Spieler täglich auf die Plattform holen und sich 10 % des Gesamtumsatzes der Branche sichern. Da sieht man wieder: Die Gratwanderung zwischen Genie und Wahnsinn ist sehr schmal.

Insgesamt ist die Branche aus Sicht der Aktionäre sehr attraktiv, da die Margen sehr hoch sind. Der Clou für ein erfolgreiches Investment liegt aber im Wesentlichen darin, die Trends in der Community frühzeitig zu erkennen und die Aktien zu kaufen, bevor der Hype gestartet ist.

ZÜRCHER BÖRSENBRIEFE

30%

*Den Zürcher Trend oder den
Zürcher Finanzbrief abonnieren und
30% auf das Neu-Abo sichern!*

Jetzt anmelden!

www.zuercher-boersenbriefe.ch

Lass dich von der Erfahrung der [Zürcher Börsenbriefe](http://www.zuercher-boersenbriefe.ch) überzeugen und werde Teil des Erfolgs. Teste die Zürcher Börsenbriefe noch heute mit einem exklusiven Rabatt von 30 % auf den regulären Preis für die ersten drei Monate.