

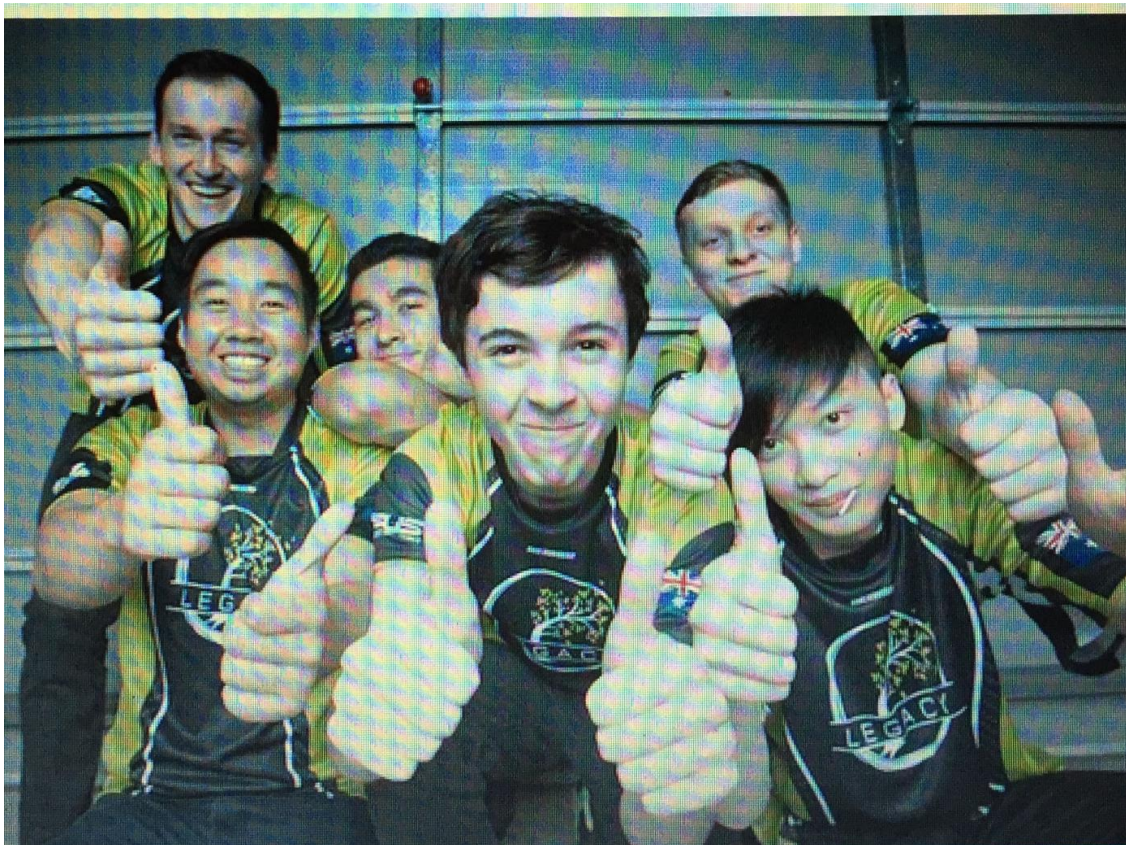


Udo Rettberg - Publizist / Journalist

eSports-Aktien

Marathon in den Wolken

Die Digitalisierung ist auf dem Vormarsch – unaufhaltsam, mit Riesenschritten. Neue digitale Anwendungen, die vor einigen Dekaden noch ins Reich der Phantasie verbannt worden waren, sind heute kaum mehr wegzudenken. Dies gilt auch für den boomenden Bereich „eSports“. Im Zeitalter der Industrialisierung 4.0 – der intelligenten vierten industriellen Revolution – geht es vor allem um die Nutzung und Beherrschung von Technologie durch Menschen.



Optimismus auf der gesamten Mannschafts-Ebene: Im Bild das „Team Legacy“ aus der Ocean Pro League. Quelle: the guardian - Foto: Udo Rettberg

Der beim Researchhaus IHS Technology für digitale Medien zuständige Senior-Direktor Dan Cryan spricht davon, dass sich eSports-Videos – als Segment der Video-Gaming-Branche – recht rasch

von der Nische zur weltweit stark beachteten Kategorie der Unterhaltungs-Industrie entwickelt haben. Zahlreiche Betrachter mag es stören, dass der boomende Technologie-Bereich die schmückende Bezeichnung „Sport“ trägt. Denn

die Verbindung zum Sport assoziiert für die meisten Menschen muskelaufwändiges Streben nach höher, schneller, weiter – also grundsätzlich nach Besseren. Es ist vor allem die Jagd nach körperlichen Bestleistungen, nach Rekorden, die den Sport in seinen Grundelementen ausmachen. Darüber hinaus ist klar, dass die zum einen in der gesundheitsorientierten Ausrichtung und zum anderen in der menschlichen Integration liegenden Ziele des Sports seit Dekaden immer stärker kommerziellen Zielen gewichen sind. Sport ist zum „big business“ und zu einer großen „Werbeveranstaltung“ geworden – zum Leidwesen der Romantiker übrigens. Und das gilt auch für den „kleinen Bruder“, für den Bereich eSports.

Für ältere Generationen hat die virtuelle Abbildung von Sportarten auf Videogeräten, Computern, Spielekonsolen, TV-Geräten oder aber zunehmend auch auf mobilen elektronischen Audio- und Video-Plattformen indes nur wenig mit Sport zu tun. Oder aber nur insofern, als Sport in seiner Vielfalt oftmals Inhalt dieser Spiele ist – Fußball, Golf, Eishockey, Boxen und viele andere Sportarten mehr. Mit den dem realen Sport bei Menschen anhaftenden Fähigkeiten wie Muskelstärke, Schnelligkeit, Ausdauer hat das im Prinzip nur wenig zu tun. Schon eher mit Fähigkeiten wie Auffassungsgabe, Antizipation, Präzision und Reaktions-schnelligkeit.

Was ist „Sport“? Und was ist eigentlich „eSports“?

Sport - Man sollte meinen, der Begriff „Sport“ sei einfach zu definieren. Dem ist jedoch nicht so. Denn wer sich in der Politik, der Wissenschaft und in organisierten Verbänden nach konkreten Bedeutungs-Zuweisungen für den Begriff Sport erkundigt, wird feststellen: Allgemein werden als Sport unterschiedliche Bewegungs-, Spiel- und Wettkampfformen für Menschen und Tiere (z.B. Reitsport) und Geräte wie Fahrzeuge (z.B. Radsport oder Automobilsport) definiert. Meist stehen diese Formen im Kontext mit körperlichen Aktivitäten des Homo sapiens. Sport ist vielseitig. Sport ist darüber hinaus alles und nichts. Einige reihen sogar den entspannten Spaziergang bereits in die Liste der Sportarten ein. Andere fordern für eines solche Klassifikation allerdings auch die Einbeziehung des Leistungsgedankens. In den USA wird im Übrigen auch Angeln – also Fishing – als Sport gesehen und ist dort Statistiken zufolge sogar der meistbetriebe Sport.

eSports - Als eSports (auch E-Sport) wird der „sportliche Wettkampf“ zwischen Menschen mit Hilfe von Computerspielen definiert. Über solche Computerspiele können fast alle realen Sportarten virtuell abgebildet werden. Nicht selten wird der Wettkampf im eSport über den Mehrspielermodus – also Person gegen Person oder aber Team gegen Team – ausgetragen. E-Sport existiert seit Mitte des vergangenen Jahrhunderts. Die Software- und Computertechnologie im Bereich eSports hat sich in den vergangenen Dekaden im Zuge der Innovationskraft der Hightech-Branche dramatisch verbessert. Realsporter bezeichnen eSports nicht selten kritisch als Freizeitvertreib und als „technische Spielerei“. E-Sport wird meist online auf PC (also Personal Computern), auf Spielekonsolen und verstärkt auch auf mobilen Anwendungen und Geräten betrieben. In einigen Ländern wird eSports als Sportart anerkannt. By the way: Rund 40 % der eSports-Zuschauer spielen die Spiele nicht selbst. eSports ist Teil des Riesenmarktes für Video-Spiele. Der Industriezweig für Video-Spiele insgesamt erzielte im Jahr 2015 einen Umsatz von 80 Mrd. \$. Prognose: Bis 2018 soll der Umsatz mehr als 100 Mrd. \$ erreichen.

Denn die Cracks der eSport-Szene nutzen bei ihren mit „League of Legends“ oder „Counter Strike“ sowie „Dota 2“ bezeichneten Spielen vor allem ihre geistigen Fähigkeiten in Verbindung mit den flinken Fingern –

und das in der Regel im Sitzen. Immerhin hacken sie mit starrem auf den Bildschirm gerichteten Blick bis zu 400 mal in der Minute mit ihren Fingern auf Mäuse – nämlich Computermäuse – und Tastaturen ein und halten beim Team-

Wettbewerb über Kopfhörer den direkten Kontakt zu ihren Teamkollegen. Und das bei den großen Events vor zigtausenden von Zuschauern in Arenen.

Der Vergleich mit Peyton Manning - Profi-eSportler genießen bei den Fans eine ähnliche Popularität wie zum Beispiel Super-Bowl-Legende Peyton Manning. Interviews von eSports-Cracks wie Kory „Semphis“ Friesen werden auf Youtube mehr als 200 000 Mal angeklickt

– meist selbstverständlich von jungen Leuten. Man mag es nicht glauben, aber die Tätigkeit der eSports-Akteure scheint so anspruchsvoll zu sein, dass es auch hier bereits (wie im Realsport) Dopingvergehen gibt. Denn einige Cracks gaben zuletzt zu, zur Vorbeugung von Konzentrationsmängeln vor Wettbewerben leistungsfördernde (Psycho)-Stimulanzien – Medikamente wie Adderall und Ritalin - zu schlucken, um den „Marathon in den Wolken“ bewältigen zu können.

ELECTRONIC ARTS – VON 10 \$ AUF 75 \$

EA - Electronic Arts Inc - Weekly OHLC Chart



Quelle: Barchart

Nicht nur wegen solcher Leistungsförderung interessiert eSports darüber hinaus unter anderem auch die Investoren an den Kapitalmärkten und Börsen, die sich für die steigende Zahl von wie Pilze aus dem Boden schiesenden eSports-Neugründungen interessieren. Nach gigantischen Kurssteigerungen während der vergangenen fünf Jahre sind eSports-Aktien im Rahmen der allgemeinen Aktien-Baisse zuletzt kräftig eingebrochen. Viele Beobachter warnen daher vor dem „Internet-Bubble 4.0“. In

Deutschland werden viele Börsianer an den so genannten Neuen Markt erinnert, der das Image der Deutschen Börse arg ramponiert hatte. Aber – das Potenzial des eSports scheint a) zwar bei weitem überschätzt zu werden und scheint b) gleichzeitig bei weitem noch nicht ausgeschöpft zu sein.

Wer die Bedeutung und die Dynamik des eSports-Markets nicht greifen kann, sollte einen Blick auf nackte Daten und Zahlen werfen. Dass Amazon kürzlich

den Spiele-Streaming-Dienstleister Twitch für über 1 Mrd. \$ übernommen hat, zeigt das von der Wirtschaft auf diesem Gebiet erkannte gigantische Potenzial. „Als wir die ESL – die weltgrößte eSports-Gesellschaft - vor 15 Jahren ins Leben gerufen haben, war es unser Ziel, eSports zu Fans in aller Welt zu bringen und es als globalen Sport zu etablieren“, bringt Ralf Reichert, CEO von ESL, die Dinge auf den Punkt. Gemeinsam mit der global aktiven Unterhaltungsgruppe MTG will ESL jetzt die nächste Stufe der eSports-Rakete zünden. MTG – Modern Times Group – hat zuletzt die Mehrheit an Turtle Entertainment GmbH, der Holdinggesellschaft der ESL und ihrer internationalen Tochtergesellschaften, für einen Betrag von 78 Mio. \$ übernommen.

Die Statistiker der Researchgesellschaft IHS Technology haben errechnet, dass nicht nur die Aktiven-Zeiten, sondern auch die Zuschauerzahlen bei eSports seit vielen Jahren überdurchschnittlich wachsen. Menschen suchen sich im von den Politikern kreierten weltweiten politischen Chaos also eine neue Ablenkung. Während eSports-Freaks im Jahr 2011 rund 1,3 Mrd. Stunden an ihren Geräten vor eSports-Videos wie League of Legends, Dota 2 und Star Craft II saßen, ist diese Zahl im Jahr 2013 auf 2,4 Mrd. Stunden gestiegen. Schätzungen für das Jahr 2015 liegen bei 3,5 bis 3,7 Mrd. Stunden.

Der Lockruf von „League of Legends“

- Im Jahr 2014 lockten die League of Legends-Meisterschaften im Unterhaltungs-Segment eSports rund 27 Mio. Zuschauer. Der globale eSports-Markt – die direkt und indirekt generierten Umsätze also - wird von mehreren Seiten auf knapp 300 Mio. \$ p.a. geschätzt. Andere sprechen sogar bereits von direkten und indirekten Umsätzen in Höhe von mehr als 600 Mio. \$. Bis zum Jahr 2017 soll zB das Umsatzvolumen allein im Bereich eSports-Videos die Marke von 300 Mio.\$ übersteigen, so die IHS-Prognosen.

Wer allerdings heute bereits davon spricht, dass eSports schon bald in die

Dimensionen des realen Sports hineinwachsen kann, der sollte mehrere Male nachdenken und die vielen Nullen in seinem Kopf ordnen. Denn eine solche Euphorie verbietet sich schlichtweg. Denn wer bedenkt, dass allein der Fußball über seine gesamte Breite hinweg einen ökonomischen Wert von über rund 200 Mrd. \$ p.a. aufweist, wird rasch erkennen, dass eSports finanziell ein überschätztes „Abfallprodukt“ / „Ergänzungsprodukt“ des realen Sports ist.

Die eSports-Branche hat ihre Ursprünge im PC-Video-Gaming-Markt – einem Markt, dem vor wenigen Jahren bereits der schleichende Tods vorhergesagt worden war. Durch die Entwicklung von Spielekonsolen und Mac-Geräten auf der einen sowie durch den großen Durchbruch von Internet-Anwendungen und Mobilfunk-Applikationen – den Säulen der Digitalisierung – erhielt der Video-Games-Markt eine zweite Chance im Todeskampf. Das Überleben ist dem Markt gelungen. Die Ergebnisse basieren vor allem auf dem Content-Treiber Sport. Researchhäuser sind sich einig: Ein Ende des Booms ist nicht absehbar – zunächst jedenfalls nicht.

Starke Impulse aus Südkorea - Eine immense Fan-Basis hat eSports zuallererst in den USA, aber auch in Südkorea, wo im Jahr 2000 bereits die Korean eSports-Association ins Leben gerufen worden war, die mit dafür verantwortlich war, dass das Land über eine exzellent ausgebaute und technologisch führende eSports-Infrastruktur verfügt. Dieser Spirit ist von Südkorea inzwischen in die VR China und auch nach Russland übergesprungen. Das Geheimnis für den Erfolg dieser „sportlichen Beschäftigung“ sind zwischenmenschliche Faktoren. Bei Video-Spielen werden sowohl durch das direkte spielerische Auseinandertreffen von Spielern als auch über die indirekte Teilnahme als Zuschauer unzählige Menschen zusammengebracht.

Der Markt für eSports kann grob unterteilt werden in die Bereiche Amateure, Übertragungskanäle und Veranstaltun-

gen mit professionellen Spielern. In diese Skalierung ordnen sich a) die Teams, b) die Verleger und Spiele-Herausgeber, c) die unterschiedlichen Ligen und nicht zuletzt d) die Veranstaltungen ein. „Die Spiele-Kreateure und -Herausgeber werfen bei ihren strategischen Überlegungen und Zielen einen kritischen Blick auf die Video-Infrastruktur des Marktes, weil sie an der

Konvergenz von Videos und Spielen interessiert sein müssen“. sagt Anne Blanchard, die im Bereich Gaming Solution bei Limelight Networks tätig ist. Die in dieser Verbindung liegenden Geschäftsmöglichkeiten wurden erst in den vergangenen Jahren peu a peu erkannt und führten in der Folge zu innovativen und kreativen Entwicklungen.

ACTIVISION BLIZZARD – SCHARFE KORREKTUR

ATVI - Activision Blizzard Inc - Weekly OHLC Chart



Quelle: Barchart

Die Fans jedenfalls sind „irre“. Das beweist zum Beispiel die Meisterschaft von League of Legends – dem beliebtesten eSport-Spiel -, das im Jahr 2015 am Finaltag fast 30 Mio. Zuschauer verfolgten. Zum Vergleich: Die Zuschauerzahl bei den Finalspielen der NBA (National Basketball Association) waren geringer.

Werbung als Treiber - Dass eSports wahrscheinlich erst am Anfang einer langen positiven Entwicklung steht, ist bei Fachleuten unumstritten. „Ich denke, dass dieser Markt weiter wachsen wird“,

sagt EA-Vorstandschef Andrew Wilson. Dessen positive Prognose wird wohl auch auf der Erwartung beruhen, dass Sponsoren und Werbetreibende des realen Sports sich immer stärker im eSport engagieren werden. Das gilt sowohl für McDonalds, Burger King, Coca Cola, Budweiser und die anderen „Konsumgüter-Supermarken“ in der Welt. Denn in den Bereich eSports fließen enorme Geldmengen und Werbebeträge. Die hier tätigen Unternehmen stellen sich im Wirtschaftszweig eSports zudem immer breiter auf –

sie entwickeln zum Beispiel eigene Spiele, eigene Plattformen sowie auch eigene Stadien u.v.a.m

Auffallend ist, dass hier vor allem auch jene Markenartikelhersteller zu finden sind, die beim Fußball, beim Football, beim Basketball, Baseball und Eishockey seit Dekaden für paradiesische Sponsoring- und Werbezustände sorgen. In diesem Kontext sind neben den oben genannten Markenriesen auch Namen wie Red Bull, Nissan, BenQ, Plantronic, Microsoft, Mattel, Nissan, Intel, Samsung und AMD zu nennen. Und natürlich haben auch sowohl die Social-Media-

Firmen wie Facebook und YouTube als auch die Unternehmen der Wettbranche längst den Bereich eSports für sich entdeckt – hier fließen inzwischen riesige Geldbeträge. Größere Engagements gibt es im Wettbereich von Firmen wie Datbet, ESport Bets, Pinnacle und Bet365. Und so sind die auf den verschiedenen Ebenen der eSports-Wertschöpfungskette tätigen Unternehmen auch aus Sicht der Kapitalmärkte sehr interessant. Die Zahl der börsennotierten e-Sports-Gesellschaften ist über die Jahre hinweg stark gestiegen. Experten rechnen damit, dass sich dieser Trend fortsetzen wird.

ESPORTS-AKTIEN AN DEN BÖRSEN DER WELT

Unternehmen	Ticker- Symbol	Aktien- Kurs	Hoch / Tief 52 Wochen	Marktkapi- talisierung
<i>Amazon</i>	AMZN	507,08 \$	696 / 366 \$	238,8 Mrd. \$
<i>Activision Blizzard</i>	ATVI	28,12 \$	39,83 / 22,28 \$	20,56 Mrd. \$
<i>Banday Namco</i>	NCBDF.PK	18,54 \$	24,95 / 18,54 \$	474,192 Bio. Yen
<i>Electronic Arts</i>	EA	58,35 \$	76,92 / 53,01 \$	18,326 Mrd. \$
<i>Gfinity UK</i>	GFIN.L	14,12 Pfund	28,4 / 13,5 Pfund	12,09 Mio. Pfund
<i>Giga Media</i>	GIGM	2,88 \$	4,50 / 2,45 \$	31,83 Mio. \$
<i>IHS Technology</i>	IHS	96,09 \$	135,1 / 92,59 \$	6,45 Mrd. \$
<i>King Digital Entertain</i>	KING	17,98 \$	18,00 / 11,63 \$	5,680 Mrd. \$
<i>NC Soft Südkorea</i>	036570.KS	233000 Won	250000 / 167000 Won	5,197 Mrd. Won
<i>Nvidia Corp</i>	NVDA	25,73 \$	33,94 / 19,08 \$	13,84 Mrd. \$
<i>Steampunk Wizards Inc</i>	SPWZ	0,29 \$	2,12 / 0,12 \$	9,389 Mio. \$
<i>Tencent China</i>	TCEHY	17,05 \$	22,30 / 14,71 \$	1,25 Mrd. HK\$
<i>Trig Social Media AG</i>	TRIGG.DE	0,04 €	3,39 / 0,01 €	14,55 Mio. €
<i>Turtle Beach</i>	HEAR	0,94 \$	3,72 / 0,91 \$	46,28 Mio. \$
<i>Ubisoft Entertainment</i>	UBIP.PA	19,54 €	28,23 / 14,84 €	2,112 Mrd. €
<i>PVP Ventures India</i>	PVP.NS	4,85 Rupien	7,90 / 4,20	1,183 Mrd. Rupien
<i>Zynga Inc</i>	ZNGA	1,83 \$	3,13 / 1,78 \$	1,707 Mrd. \$

Quelle: Udo Rettberg und AlphaBulls