

Games-Markt im Trend

Vielversprechendes Potenzial sollte nüchtern geprüft werden

Jörg-Dieter Leinert

Der Games-Boom hat mittlerweile ein Marktvolumen von 35 Milliarden Euro erreicht. Ein Ende scheint vorerst nicht in Sicht zu sein. Für potenzielle Investoren stellt sich die Frage, worauf sie bei einer Investition in diesem Anlagensegment achten sollten. (Red.)

Die Schlagzeilen gleichen sich: Regelmäßig berichtete die Presse in den letzten Wochen vom rasanten Wachstum der Internet-Unternehmen. Facebook, Twitter, LinkedIn, Zynga, Bigpoint und viele andere mehr weisen exorbitante Wachstumszahlen auf. Mehrere hunderttausend neue Kunden pro Tag – in der Old-Economy unvorstellbar.

Letztes Jahr war bereits jedes siebte Weihnachtsgeschenk ein Computer- oder Videospiele. Insgesamt gingen im Jahr 2010 rund 57,8 Millionen Spiele über die Ladentische – dazu gesellen sich weitere Millionen Online-Spieler.

Ablenkung im Internet

Für Hobbys wird viel Geld ausgegeben. Nach Angaben des Bundesverbands Interaktive Unterhaltung (BIU) sucht inzwischen ein knappes Drittel der Bevölkerung über zehn Jahre spielerische Ablenkung im Internet. Im vergangenen Jahr 14,5 Millionen und damit 17 Prozent mehr als im Vorjahr. Den Löwenanteil des Internet-Umsatzes (194 Millionen Euro) erwirtschaftete die Branche 2010 noch über klassische Online-Abonnements und Premium-Accounts.

Studien von Banken, Marktforschungsinstituten und Branchenverbänden belegen: Der Games-Markt wächst – seit 2007 um über 50 Prozent. Bereits 2004 übertraf der Spielmarkt die Umsätze an den Kinokassen, zwei Jahre später die der Musikindustrie.



Jörg-Dieter Leinert, Geschäftsführer
Altaris Emissionshaus GmbH,
Grasbrunn bei München
www.altaris-fonds.de

Besonders großer und stark steigender Beliebtheit erfreuten sich Browser-Spiele: 11,3 Millionen Deutsche klickten sich 2010 durch Farmville und Co. Auch ökonomisch boomt der Internet-Spielmarkt. Geschlossene Fonds ermöglichen Privatanlegern einen Zugang zu dieser Anlageklasse. Der Vorteil: Geschlossene Games-Fonds haben keine Korrelation mit den Börsen, investieren gezielt in besonders aussichtsreiche Projekte und eignen sich optimal zur weiteren Vermögensstrukturierung.

Stabiles Marktumfeld durch unterhaltsame Abwechslung

Der Markt der elektronischen Unterhaltung ist zu einem der wachstumsstärksten Umsatzträger der Unterhaltungsindustrie geworden. Dieser Langzeittrend setzt sich auch künftig fort: Computer- und Videospiele wird eine rosige Zukunft vorher gesagt. Die internationale Wirtschaftsprüfungskanzlei PricewaterhouseCoopers (PwC) erhöhte ihre Wachstumsprognose auf jährlich 10,6 Prozent – und damit auf 86,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2014. Besondere Beachtung verdienen dabei die von Altaris präferierten Online-Games. Alleine für dieses Segment erwarten die Experten im Schnitt jährliche Steigerun-

gen von 21,3 Prozent. Dass Online-Spiele immer mehr an Bedeutung gewinnen, ist kein Wunder. Sie können von überall gespielt werden und entsprechen somit dem vorherrschenden Zeitgeist: Gespielt wird mit dem heimischen Computer ebenso wie dem Smartphone, iPad und anderen mobilen Geräten. Der Kunde startet einfach den Internet Browser, loggt sich auf dem Browsergames-Portal ein – und legt los. Schnell, einfach, unkompliziert. So tauchen Millionen von Menschen in ihrer Freizeit in virtuelle Welten ein, treffen sich dort mit Gleichgesinnten, bauen gemeinsam neue Zivilisationen auf, bekämpfen Feinde und bestehen Abenteuer. Neben dem Spieldrang trainieren die Spieler so ihre Geschicklichkeit oder Gehirnzellen.

Rendite sichern mit einem Kurzläufer

Wer vom Boom am Spielmarkt profitieren möchte, kann dies über Geschlossene Fonds tun. Doch Fonds ist nicht gleich Fonds. Altaris, ein auf Games-Investments spezialisiertes Emissionshaus, bietet neben Private Placements für Großinvestoren derzeit mit dem „Altaris Games Portfolio I“ den einzigen Games-Fonds der zweiten Generation an. Bei einer kurzen Laufzeit bis Ende 2014 hebt sich der Altaris Fonds trotz konservativer Kalkulation mit einer attraktiven Renditeerwartung von über zwölf Prozent und durch sein besonderes Sicherheitskonzept von bisherigen Angeboten ab. Der Fonds hat zum Beispiel die Entwicklung des Spiels „Moorhuhn – Das verbotene Schloss“ finanziert. Das Spiel hat seit seiner Auslieferung im September 2010 über 120 Prozent der Entwicklungskosten eingespielt, womit der Fonds vorgezogene Ausschüttungen leisten konnte. Weitere Spiele wie „Moorhuhn Tiger & Chicken“ und „Quest'n Goblins“ stehen kurz vor der Markteinführung.

Neben laufenden Projekten wie „Asterix – the Online Game“ sowie zwei Gemeinschaftsprojekten mit einem der marktführenden Games-Portale ist die Finanzierung weiterer Hochkaräter geplant. Alle Spiele wurden vorab ausgewählt und ihre Vermarktung sichergestellt. Das gewährleistet ein hohes Maß an Prognosesicherheit. Außerdem wird der Fonds bei den Erlösen vorrangig vor

den Spieleentwicklern und Vermarktungspartnern bedient. Vom Fonds werden ausschließlich die Entwicklungskosten übernommen. Hierdurch sitzen alle Partner wie der Onlinespiele-Anbieter Bigpoint mit dem Anleger im gleichen Boot. Die Partner übernehmen die Kosten für Marketing, Infrastruktur und Logistik. Auch die Verwaltungskosten für Treuhänder und Management werden stets nachträglich vergütet. Es gibt also deutliche Merkmale, die den Altaris Fonds von anderen Spielefonds unterscheiden.

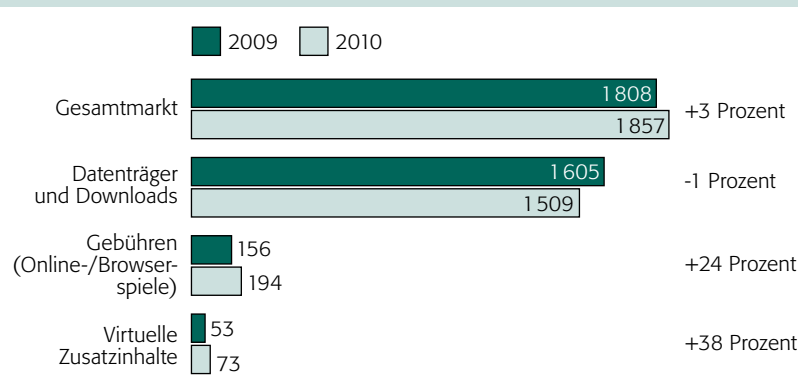
Durchgängiges Risikomanagement

Mit dem aktuellen Fonds wird Investoren die Tür zu einem dynamischen, renditestarken Markt geöffnet. Gleichzeitig sorgen die langjährig erfahrenen Games-Spezialisten des Altaris Fonds, ein Fachbeirat und die eng kooperierenden Vertriebspartner für einen lückenlosen Due Diligence-Prozess. Anders als bei Private-Equity-Fonds wird nicht in ganze Unternehmen, sondern direkt in handverlesene Projekte aus deutscher Produktion investiert. Die Achtung der Investorenrechte wurde von Scope Rating, ebenso wie von kapitalmarkt intern (k-mi), positiv bewertet. Ein besonderes Sicherheitsmerkmal des Fonds ist das breite Portfolio von etwa zwölf Games. Hinzu kommen die vertraglich vereinbarte Zahlung nach Entwicklungsfortschritten sowie die während der Konzeptionsphase berücksichtigten Sicherheitsabschläge bei den Prognosen. Die defensive Prospektierung an mehreren Stellen bietet dem Anleger höhere Gewinnchancen bei geringem Risiko.

Interessengleichheit und vorgezogene Ausschüttung

Dadurch, dass die Vermarktungspartner des Fonds sämtliche Aufwendungen neben dem Entwicklungsbudget schultern, sitzen sie mit dem Anleger vorbildlich in einem Boot. Dass dem Fonds die Erlöse vorrangig zufließen, unterstreicht zudem das Vertrauen der Partner in die gemeinsamen Projekte. Die erfahrenen Vermarktungspartner wie die phenomedia mit über 22 Millionen verkaufter Spiele und die coreX3D Group im Team mit Bigpoint.com, dem weltweiten Marktführer mit über 200 Millionen re-

Computer-/Videospielesoftware: Umsatzanstieg in 2010 um drei Prozent



Quelle: BIU/GFK 2011

Angaben in Millionen Euro

gistrierten Spielern, öffnen dem Fonds einen privilegierten Marktzugang.

Für Games wird viel Geld ausgegeben. Mit Partnern wie Altaris können Anleger daran teilhaben. Auch wenn Games-Fonds noch weitgehend unbekannt sind, unterscheiden sie sich im Grunde weniger von Immobilien und Schiffen als viele Berater und Anleger annehmen: Mit dem Geld der Anleger wird die „Handelsware“ Spiel erzeugt und international an eine stark wachsende Käuferschicht verkauft. Da die Entwick-

lungskosten nur einmalig anfallen, steigt die Rendite nach dem Break-even überproportional an. Wenn dann noch die beteiligten Partner über die notwendige Erfahrung, Seriosität und den Marktzugang verfügen, sind die wichtigsten Parameter für den Erfolg gegeben. Der besondere Vorteil für den Anleger: Durch die hohe Korrelationsfreiheit zu Börsenindizes und anderen Sachwertanlagen wie Aktien eignen sich Games-Fonds optimal zur Diversifizierung und Reduzierung von Portfolio-Schwankungen. **V&S**

Welt der Spiele steht vor einer neuen Revolution

Die Welt der Spiele steht am Anfang einer großen Revolution. Browsergames, Social Games (Gemeinschaftsspiele) und Mobile-Games (Smartphone, iPhone und iPad) laufen Action-Spielen den Rang ab. Sie haben der Branche ganz neue Zielgruppen erschlossen. Ob jung oder alt, ob Mann oder Frau – alle spielen mittlerweile in ihrer Freizeit.

Das Durchschnittsalter liegt Studien zufolge aktuell bei 35 Jahren. Gerade Frauen werden zunehmend vom sozialen Aspekt der Online-Spiele angezogen. Dementsprechend steigt die Nachfrage nach unterhaltsamen Spielen. So ist in den letzten Jahren das Segment der Browsergames immer stärker gewachsen. Hier sind auch deutsche Unternehmen international bedeutend geworden.

Besonders einflussreich ist das Hamburger Unternehmen Bigpoint. Gewinne erzielt das Bigpoint durch das Geschäft mit virtuellen Gütern – und der Umsatz wächst in hohem Tempo. Zuletzt lag er Unternehmensangaben zufolge bei deutlich über einhundert Millionen Euro. Das Prinzip: Die „free-to-play“-Spiele sind zwar kostenlos, aber um im Spiel besser zu sein oder schneller voran zu kommen, kauft der Spieler zusätzliche Güter oder Vorteile für die virtuelle Welt. So kann beispielsweise gegen Bezahlung ein Level übersprungen werden oder das virtuelle Rennauto wird mit besonderen Reifen getunt. Gezahlt wird dann in der realen Welt per Kreditkarte, Anruf, SMS oder einigen anderen Zahlungssystemen. Knapp zehn Prozent der Spieler geben so tatsächlich Geld aus. Das äußerst profitable Geschäftsmodell macht sich bezahlt. Jüngst haben die beiden amerikanischen Finanzinvestoren TA Associates und Summit Partners für 350 Millionen US-Dollar über die Hälfte der Anteile am deutschen Onlinespiele-Anbieter Bigpoint übernommen. Das ist eine der größten Übernahmen in der deutschen Internetbranche seit den Boom-Zeiten der New Economy.