Teaser: Medienbranche

Veränderung der Medienbranche vom klassischen Vertriebsweg hin zu Streaming und Video on Demand

Eine Branche, die sich mit strukturellen Veränderungen befassen muss, neigt dazu an der Börse eine hohe Volatilität aufzuweisen. Umso stärker und schneller der Wandel in der Branche von statten geht, desto stärker steigt die Ungewissheit des Markt und damit die Volatilität an. Aktuell befindet sich die Medienbranche in großen Veränderungsprozessen. Ausschlaggebend dafür ist der zunehmende Ausbau von Breitbandinternet, der es möglich macht Content nicht nur in kurzen Clips wie auf Youtube flüssig abzuspielen, sondern auch größere Inhalte wie Serien oder sogar ganze Blockbusterfilme mit einer guten HD-Qualität zum Endkunden zu bringen ohne die klassischen Vertriebswege, wie Satellit, Kabel oder stationärer Filmverleih, nutzen zu müssen. Somit ist es nun mit einer Vielzahl von Empfangsgeräten mit Internetanbindung jederzeit und ohne an einen stationären Anschluss gebunden zu sein möglich auf Content zuzugreifen.

Durch diese Situation sind weltweit viele Firmen auf den Zug von Video on Demand („VoD“) aufgesprungen, der zunehmend eine immer stärker Marktdurchsetzung erreicht. Führende Anbieter in diesem Feld sind Apple Amazon und Netflix, die mit ihrem Angebot „Bezahlcontent“ jederzeit und überall zur Verfügung zu stellen extreme Wachstumsraten weltweit verzeichnen. So weist zum Beispiel Netflix ein Umsatzwachstum in den letzten 10 Jahren von durchschnittlich 28% p.a. auf. Korrespondierend hält auf der Seite der Kabelnetzbetreiber eine beschleunigte Konsolidierung Einzug. Nachdem kürzlich die Akquisition von Time Warner Cable (TWC) durch Comcast von den Kartellbehörden untersagt wurde, hat bereits kurze Zeit später Charter ein Übernahmeangebot für TWC vorgelegt.

Content-Anbieter bzw. Fernsehsender mit herkömmlichen Vertriebswegen sind immer noch extrem populär in der Welt. Zudem macht Content-Anbieter attraktiv, dass ihre Inhalte international skalierbar sind und kaum Investitionen benötigen. Dennoch entwickelt sich der Geschmack von Leuten, wenn sich neue Möglichkeiten eröffnen. Dadurch werden klassische Strukturen aufgebrochen und verlieren an Wert, wie z.B. das Primetimekonzept mit dem Sendeplätzen Freitag- bis Sonntagabends 20:15 Uhr, da sich Kunden daran gewöhnen, Content unabhängig von Zeit und Ort zu konsumieren. Der Weg begann über Festplattenrekorder, wodurch erstmals VoD möglich war. Dennoch zeigte sich schnell, dass dies sowohl umständlich als auch mühsam für den Endverbraucher ist.

Zusammengefasst ist der zeitvorgegebene Konsum von Inhalten reif für eine Ablösung und wird durch die oben aufgezeigte Entwicklung nur stark vereinfacht illustriert.

Die Führenden TV-Sender der Welt haben die Zeichen der Zeit erkannt. Selbst staatssubventionierte Fernsehsender wie ARD und ZDF und machen es den großen Anbietern, wie HBO, Canal+, ESNB oder BBC gleich und entwickeln sich hin zu Internet-TV-Anbietern, da Internetfernsehen für die heutigen Kundenansprüche als wünschenswert angesehen wird.

Unsere Thesen für die weitere Entwicklung des Medienmarktes lauten:

- Internet ist überall, wird immer schneller (z.B. LTE), ist rentabler und flexibler
- Die Verkaufszahlen von internetfähigen Fernsehgeräten steigen stetig an.¹
- Smart TV Adapter wie Apple TV oder Amazon Chrome werden immer günstiger
- TV-Apps sind stark auf dem Vormarsch für mobile Endgeräte
- HD-Videos mit 4k sind heute schon für Streaming die führende Ressource
- „TV Everywhere“ verspricht für die Anbieter zum Wachstumstreiber zu werden
- Neue Spieler auf dem Markt beschleunigen den Wandel der Branche mit „New Economy“

Natürlich ist der Wandel auf der Welt in unterschiedlichen Geschwindigkeiten zu Gange. In Deutschland stehen wir erst am Anfang dieses Wandels, da der Einfluss des Staats verzerrend auf den Markt wirkt. Sender versuchen dennoch neben ihrem linearen Programm über Apps Marktanteile zu gewinnen und dadurch den Werbewert des Senders zu erhöhen, da höhere Nutzerzahlen natürlich höhere Werbeeinnahmen etc. generieren.

Fazit:

¹ Note 1

Teaser: Medienbranche

Durch die Verschiebung der Marktanteile weg vom linearen TV hin zu VoD kommt es bei reinen VoD Anbietern zu starken Marktanteilsgewinnen, der sich direkt auf das Umsatzwachstum der einzelnen Marktteilnehmer auswirkt. Die Abonnentenzahlen steigen derzeit immer noch im zweistelligen Prozentbereich pro Jahr Welt weit. Es gibt derzeit noch eine hohe Zahl von Anbietern sehr unterschiedlicher Größe, Sobald sich hier die Gewinner durchgesetzt haben, wird es zu einer Konsolidierung des Marktes kommen und einige Anbieter werden wieder von der Bildfläche verschwunden sein. Ein langfristige Erfolg in diesem Geschäftsfeld ist ohne entsprechende finanziellen Polster, um exklusiven hochwertigen Content zu erwerben bzw. diesen intern zu produzieren, äußerst schwierig. Abonnenten wählen Ihren Anbieter meist aufgrund dort laufender Top Serien wie Games of Thrones, Breaking Bad oder House of Cards aus. Gezielte Werbung mit genau messbarer Verbreitung generiert zusätzliche Einnahmen, da sie punktuell besser ist dem bestimmten Kundenstamm Produkte anzubieten als breitgefächert Werbung im linearen TV zu platzieren.

Weiterhin ist ein starker Wandel hin zu „Qualitätsfernsehen“ in der Welt zu erkennen. Dies lässt die Nachfrage nach hochwertigem Content steigen. Durch die Möglichkeit jederzeit das zu sehen was man möchte verlieren Trashformate zunehmend an Nachfrage und Wert. Außerdem müssen umsatzschwache Tageszeiten nicht mehr zwangsläufig überbrückt werden. Anbieter hochwertigen Contents wie HBO oder Discovery Communications sind eher unabhängig von der Distribution ihres Contents Ob nun Kabelanbieter oder Internetanbieter den Content ausstrahlen, spielt in der Ertragsrechnung keine große Rolle. Lediglich die Rating-Systematik muss an die neuen Gegebenheiten angepasst werden. Vielmehr besteht hier die Chance höhere Preise bei der Vergabe von Erstverwertungsrechte für VoD durchsetzen zu können.

Im stationären Verkauf bzw. Verleih von Content wird es zum stärksten Wandel kommen. Die Bequemlichkeit und Verfügbarkeit für den Endkunden stellt eine sehr attraktive Möglichkeit da Content zu konsumieren. Der einzige Grund, weshalb es noch stationäre Verleihunternehmen gibt, ist, dass derzeit noch höhere Preise für den digitalen Konsum entrichtet werden muss. Dennoch steigt der Marktanteil der digitalen Contentanbieter sukzessive an. Allein von 2013 auf 2014 steigerten sie ihren Marktanteil von 34% auf 49% im Gesamtmarkt für Film- und Serienverleih. Eine Studie der Convergence Consulting Group Limited rechnet mit einem Verlust von 330.000 Kunden im Jahr 2015 für stationäre Verleiher hin zu Onlineverleih/verkauf von Inhalten in den USA. Damit beschleunigt sich der Wegfall von Kunden nachdem im Jahr 2014 geschätzte 265.000 Kunden den Weg zum digitalen Medienkonsum eingeschlagen haben.

Disclaimer / Haftungsausschluss

Unsere Publikationen dienen ausschließlich Informationszwecken. Alle verwendeten Informationen und Daten stammen aus Quellen, die dem Herausgeber zum Zeitpunkt der Erstellung für zuverlässig und vertrauenswürdig hält. Unsere Publikationen genügen jedoch nicht den Anforderungen, wie sie sich aus den Grundsätzen zur Durchführung von Unternehmensbewertungen gemäß des Standards des Instituts der Deutschen Wirtschaftsprüfer IDW („IDW Standard“) ergeben. Der Herausgeber übernimmt daher keine Gewähr oder Haftung für die Richtigkeit, Genauigkeit und Vollständigkeit der verwendeten und zugrunde liegenden Daten und Tatsachen, für die Angemessenheit der herangezogenen Einschätzungen oder für

Teaser: Medienbranche

den Eintritt der aufgestellten Prognosen, insbesondere übernimmt der Herausgeber keine Garantie dafür, dass genannte Gewinnprognosen eintreffen oder genannte Kursziele erreicht werden. Jegliche Haftungen werden von vornherein ausgeschlossen. Der Herausgeber hat keine Aktualisierungspflicht. Wir weisen darauf hin, dass Veränderungen in den verwendeten und zugrunde gelegten Daten und Tatsachen bzw. in den herangezogenen Einschätzungen einen Einfluss auf die prognostizierte Kursentwicklung oder auf die Gesamteinschätzung des besprochenen Wertpapiers haben können. Die Autoren übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen die Autoren, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen. Unsere Publikationen stellen keine Aufforderung zur Zeichnung, zum Kauf oder zum Verkauf eines Wertpapiers dar. Weder durch den Bezug dieser Publikation noch durch die darin ausgesprochenen Empfehlungen oder wiedergegebenen Meinungen kommt ein Anlageberatungs- oder Anlagevermittlungsvertrag zwischen dem Herausgeber bzw. dem jeweiligen Verfasser und dem Bezieher der Publikation zu Stande. Jedes Investment in Aktien ist mit Risiken bis hin zum Totalverlust behaftet. Jegliche Entscheidung zur Zeichnung, zum Kauf oder zum Verkauf in Bezug auf ein in dieser Publikation besprochenes Wertpapier darf nicht auf Grundlage meiner Publikation erfolgen; sie sollte ausschließlich auf der Grundlage von Informationen aus Prospekten und Angebotsschreiben des Emittenten und nach einer vorangehenden Beratung durch einen professionellen Anlageberater erfolgen. Wir raten ausdrücklich davon ab, Investments mittels Krediten zu finanzieren. Unsere Publikationen dürfen nicht – auch nicht teilweise – als Grundlage für einen verbindlichen Vertrag, welcher Art auch immer, dienen oder in einem solchen Zusammenhang als verlässlich herangezogen werden. Alle unsere Informationen (einschließlich der Informationen auf allen unseren Internetseiten) werden dem Bezieher ausschließlich zu dessen Information zur Verfügung gestellt und dürfen von diesem nicht reproduziert oder an andere Personen weiter gegeben werden. Soweit nicht zwingendes Recht anderer Staaten anwendbar ist, findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung.

Angaben nach §34 WPHG: Die Autoren halten ebenfalls Aktien oder Derivate, die in den Veröffentlichungen besprochen werden, verpflichtet sich jedoch, diese nicht nach einer Empfehlung zu verkaufen. Ausgenommen sind ausgelöste Stoppkurse.

Die von uns enthaltenen Daten, Studien, Kommentare, Einschätzungen, Meinungen, Darstellungen und sonstigen Angaben und Mitteilungen stellen keine Anlageberatung dar. Sie dienen ausschließlich zur Information. Sie stellen kein Angebot, keine Aufforderung oder Anregung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren, Optionen, Optionsscheinen oder sonstigen Finanzinstrumenten dar.

Risikohinweis: Bei Geschäften mit Derivaten handelt es sich um Börsentermingeschäfte. Den überdurchschnittlichen Chancen stehen erhebliche Risiken bis hin zum Totalverlust gegenüber. Nur wer gem. § 53 Abs. 2 Börsengesetz die bei allen Banken ausliegende Broschüre „Basisinformationen über Börsentermingeschäfte“ und das Formular „Verlustrisiken bei Börsentermingeschäften“ gelesen und auch verstanden hat, sollte sich an Spekulationen mit Derivaten beteiligen. Diese Aufklärungsfunktion erfüllen wir nicht.

Es findet keine Aktualisierung der Informationen statt. Wir weisen nochmals darauf hin, dass aus diesem Grund alte Beiträge überholte Informationen enthalten können und übernehme keinerlei Haftung dafür, falls diese Informationen eventuell nicht mehr den aktuellen Fakten entsprechen sollten.