

Media/Film als Assetklasse – Chancen und Risiken in der aktuellen Situation

Überblick

- Das Segment Media in Zahlen
- Trends und Entwicklung In der Industrie
- Investitionsmöglichkeiten als Family Office
- Chancen und Risiken
- Risiko/Ertragsoptimierung
- Asset Class Zugehörigkeit
- Fragen (gerne auch im Anschluss an die Ausführungen)

Segment Media in Zahlen

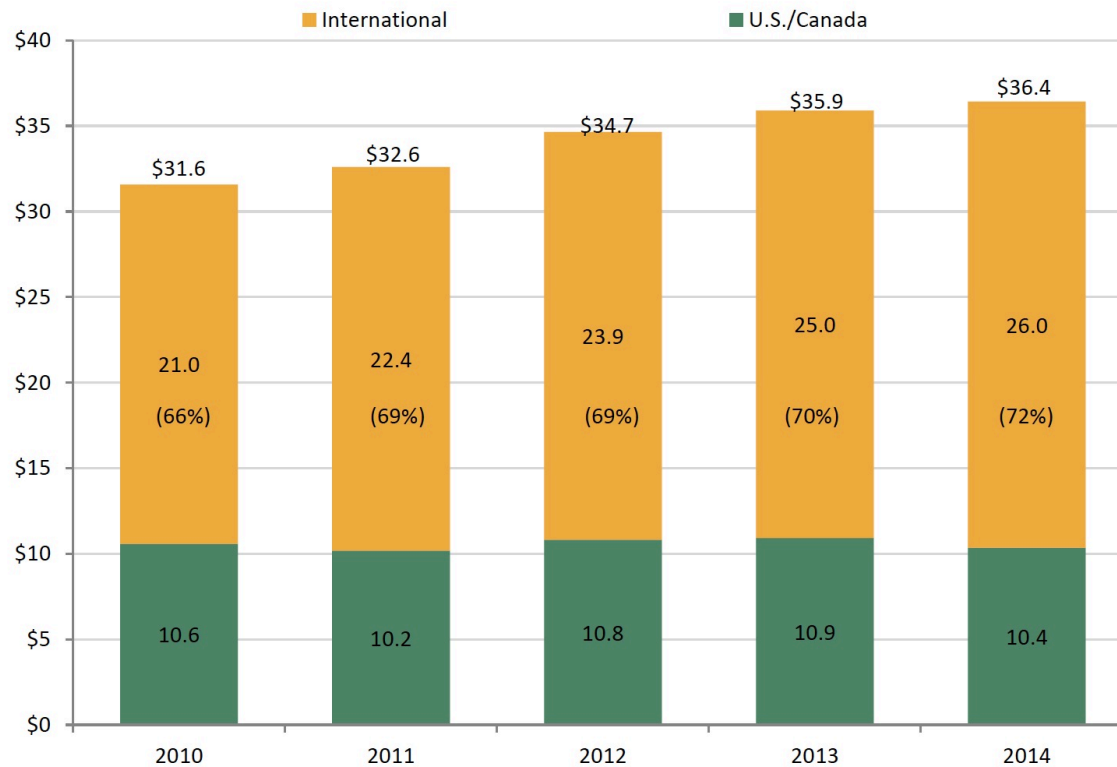


Grösse des globalen Kinomarktes

- Global Box Office aller publizierter Filme im Jahre 2014 bei USD 36.4 Mrd.
 - Zunahme um 1% versus 2013
- Wachstum vor allem in Asiatischen Märkten (+12%), Spitzenreiter ist China bei USD 4.8 Mrd. (+34%)
- Globale Zunahme der Kinoleinwände um 6% (Asien +15%)
 - 90% der Kinos weltweit nun mit digitaler Einrichtung
- USA/Kanada Box Office bei USD 10.4 Mrd. (-5% vs. 2013)
 - Auch 3D Box Office rückläufig in diesen Märkten (-2%)

Verlagerung USA => International

Global Box Office – All Films (US\$ Billions)



- Insgesamt ein Wachstumsmarkt: +15% in 4 Jahren
- USA/Kanada Marktanteil: 28% im 2014 (34% im 2010)

	2010	2011	2012	2013	2014	% Change 14 vs. 13	% Change ² 14 vs. 10
U.S./Canada ³	\$10.6	\$10.2	\$10.8	\$10.9	\$10.4	-5%	-2%
International ⁴	\$21.0	\$22.4	\$23.9	\$25.0	\$26.0	4%	24%
Total	\$31.6	\$32.6	\$34.7	\$35.9	\$36.4	1%	15%

Quelle MPAA / Rentrak Corp.

International Box Office Markets

2014 Top 20 International Box Office Markets – All Films (US\$ Billions)

Source: IHS, local sources

1.	China	\$4.8	11.	Brazil	\$0.8
2.	Japan	\$2.0	12.	Italy	\$0.8
3.	France	\$1.8	13.	Spain	\$0.7
4.	U.K.	\$1.7	14.	Netherlands	\$0.3
5.	India	\$1.7	15.	Turkey	\$0.3
6.	South Korea	\$1.6	16.	Venezuela	\$0.3
7.	Germany	\$1.3	17.	Argentina	\$0.2
8.	Russia	\$1.2	18.	Sweden	\$0.2
9.	Australia	\$1.0	19.	Taiwan	\$0.2
10.	Mexico	\$0.9	20.	Indonesia	\$0.2

Trends und Entwicklung



Filmed Entertainment

- Die grossen Studios investieren mehr als USD 20 Mrd. jährlich in Produktion und weltweitem Marketing
- Co-Finanzierungen strategisch wichtig für die meisten Studios
- Fokus auf eigene Blockbusters bei den grossen Studios
 - Weniger Produktionen, höhere Budgets
- Wachstum von jährlich mind. 5% für die kommenden Jahre erwartet
 - Treiber für die internationalen Märkte allen voran Asien
- Erträge aus Home-Entertainment (Digitale Kanäle) wachsen substantziell
 - Bereits im Jahr 2018 sollen die Erträge aus digitalen Kanälen mit den Erträgen aus den traditionellen Kanälen gleich ziehen können

Fernsehen

Digitale Offerings revolutionieren den TV-Markt

- Exponentielles Wachstum der Pay-TV und Online-Abonnenten weltweit
 - Hoher Bedarf der Streaming Services (Netflix, Amazon, etc.) nach Serienproduktionen und aggressiver Aufbau der Libraries
 - Anbieter erschliessen Märkte öfters global (Viacom, Discovery, Fox, etc.)
 - Online-Fernsehen verbessert und vereinfacht die Erreichbarkeit von noch mehr Kunden
- ⇒ **Robustere Kombination der Erträge durch die Pay-TV Gebühren, Abonnements-Gebühren und weniger Abhängigkeit der Werbeeinnahmen**

Neue Plattformen, neue Kunden

Der Kunde wählt nun seinen Weg, Entertainment zu konsumieren

Die letzten 50 Jahre

- Kabelfernsehen
- Satelliten-Fernsehen
- Videorecorder



Die letzten 10 Jahre

- Video on Demand
- DVD
- Digitale Videorecorder



Die letzten 5 Jahre

Mobile

Tablets

Smart TV

DVD

Video on Demand

Streaming

Cloud DVR

Digital Recorder

Chromecast

Satelliten-Fernsehen

Kabelfernsehen

Investieren in Media Segment



Welches Risiko nehme ich?

Kernfrage: Will ich Box Office Risk oder nicht ?

Reines Kreditrisiko

- Ein Fixed Income & Credit Produkt
- Gute Erträge Vergleich zu den meisten Rentenprodukten
- Kein Risiko, wie eine Produktion beim Publikum ankommt
- Direkt oder diversifiziert mit einem Fund
 - Meist nicht liquid
- Als Beimischung und Diversifikation
- Verhält sich unkorreliert zu den andern Investitionen

Mit Equity - Risiko

- Alternative Anlage
- Grosse Ertragsspanne, vom Vollverlust bis zu Top-Erträgen
- Hohes Risiko, ob Produktion Ertrag einspielen wird
- Direkt oder diversifiziert mit einem Fund
 - Meist Mischfonds Kredite und Equity

Ohne Box Office Risk

Mission: Werterhalt mit überblickbaren Risiken und Performance

- Gute Beimischung zum Fixed Income Portfolio im angemessenen Rahmen
 - Nachhaltiger Beitrag
 - Verhält sich unkorreliert zu den anderen Positionen
 - Kredite mit kurzen Laufzeiten (Produktionszeit oft zw. 12 und 27 Monaten)
 - Produkte nicht liquid (meist mit lock-up period), daher auf 5% max. 10% des Rentenanteils limitieren
 - Gehört zur Fixed Income Allokation (Charakteristik/Risiken)
 - Kein Hollywood sondern traditionelles Geschäft (Überbrückungskredite mit entsprechenden Hinterlagen/Sicherheiten)
- ⇒ Persönliche Meinung: Aus Risiko-/Ertragsüberlegungen bevorzugt
- ⇒ und auch unser Fokus

Mit Box Office Risk

Gute Risikobereitschaft ist vorausgesetzt

- Verschiedene Formen von Investitionen
 - Direkt in Produktions- /Vertriebsgesellschaften
 - Direkt in Einzelproduktionen
 - Funds
- Je nach Produktwahl verschiedene Risikoparameter
- Verhält sich unkorreliert zu den anderen Positionen
- Manche Funds nehmen Leading Position in Produktionen und damit aktiv Einfluss auf Intellectual Property, Segmentkenntnisse sind hilfreich
- Gehört in die Allokation der Alternativen Anlagen
- Einzelne Länder geben Steuerrabatte, um Anreize zu schaffen (zB UK)

Meine Schlussfolgerungen

**Investition in Media bietet sich grundsätzlich als Beimischung an
⇒ Unkorreliert und krisenresistent**

**Ein diszipliniertes Anlageverhalten ist dabei entscheidend
⇒ Im Einklang mit dem Risikoprofil
⇒ Kein „Hollywoodfeeling“ bei den Entscheiden
⇒ Steueranreize sind unter dem Strich nicht immer der richtige Treiber**

**Unterscheiden Sie zwingend Produkte mit Box Office Risk von
Produkten mit reiner Kreditvergabe**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Anhänge



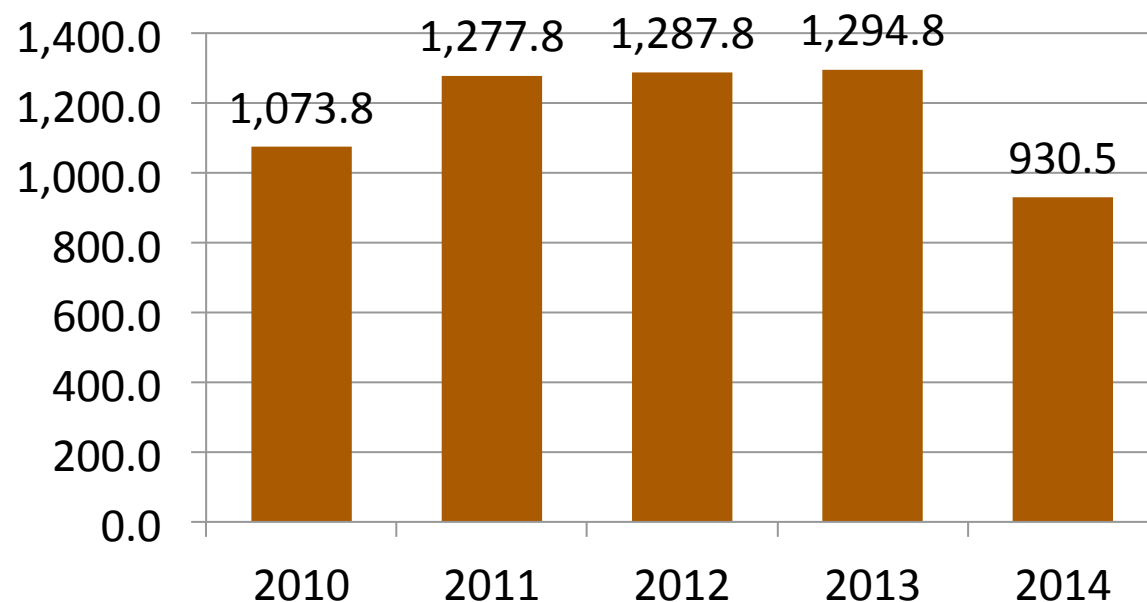
Filmförderung macht Sinn

Studien ergeben, dass die Förderbeiträge für die Staaten und Bundesstaaten nachhaltigen Rückfluss generieren

- Begünstigen lokaler Arbeitsplätze für ca. 1-2 Jahre (je nach Produktionszeit)
 - Zulieferer zum Filmset in fast allen Bereichen lokale Betriebe (Handwerker, Transporteure, etc.)
 - Infrastruktur für Filmset (Hotellerie, Lebensmittelbranche, Energie, etc.)
 - Erschaffen eines neuen beruflichen Segmentes über Zeit in der Region
 - ⇒ Paradebeispiel Louisiana in den USA
- Rückfluss in Form von erhöhter Steuersubstanz der lokalen Betriebe und Privatpersonen
- Touristische Aspekte (Tourismusförderung)

Box Office in Deutschland

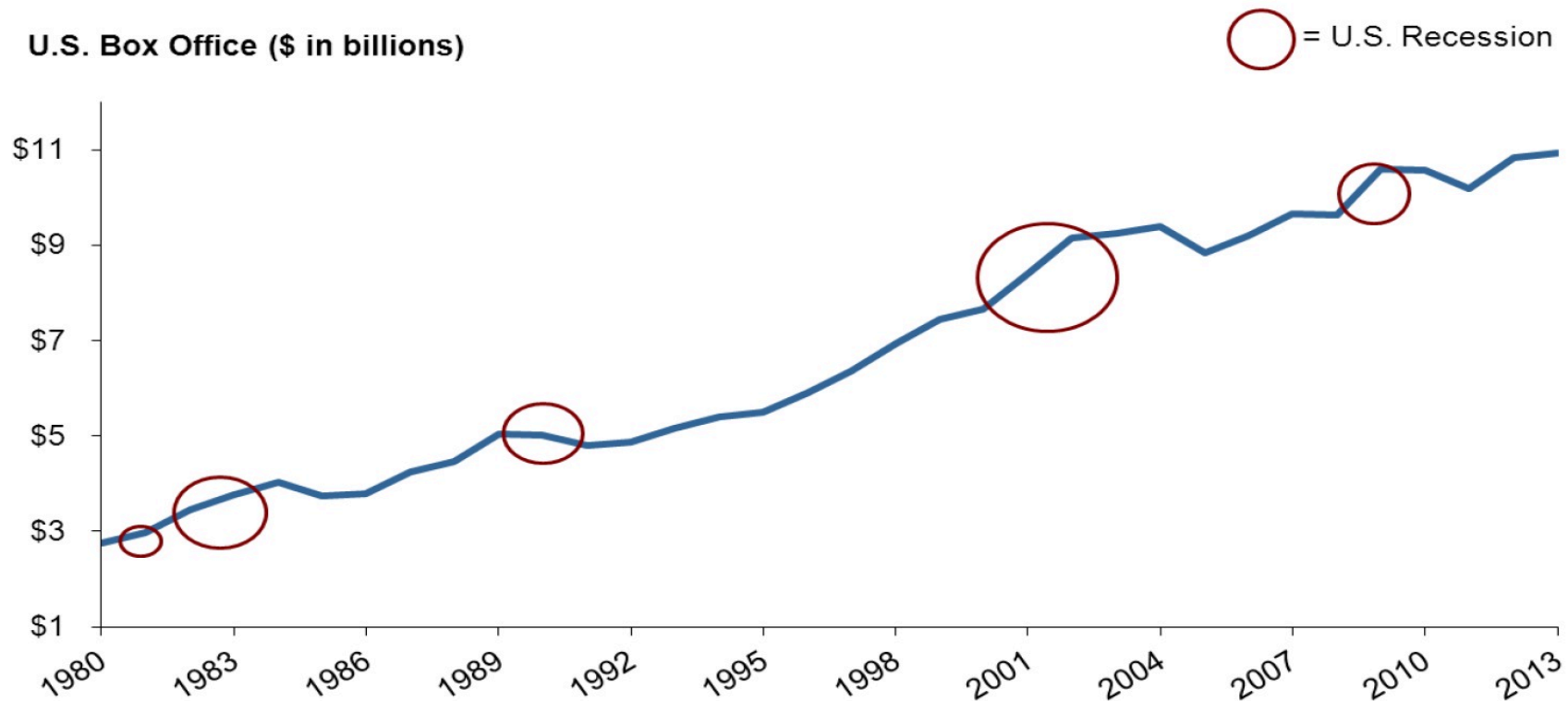
Box Office – All Films Germany (Million)



2010	2011	2012	2013	2014	% Change 14 vs 13	% Change 14 vs 10
1073.8	1277.8	1287.8	1294.8	930.5	-28.1 %	-13.3 %

Krisenresistenz

Die Grafik belegt (Beispiel USA), dass auch bei grossen Rezessionen der Media-Bereich gute Resistenz beweist



Source: Box Office Mojo and U.S. Census Bureau.

Kontakt

Ich bedanke mich für Ihr Interesse.
Gerne kann ich Bereiche aus dem Referat in
individuellen Gesprächen mit Ihnen vertiefen.
Hier meine Kontaktdaten:



Convestro AG
Marcel Strobl
Geschäftsführer
Schipfe 2
CH-8001 Zürich
Tel: +41 43 888 45 45
marcel.strobl@convestro.com
www.convestro.com