

Frankfurter Rundschau

Wirtschaft - 07.02.2016

ANLAGE

Gewinnen mit den Champions

Von Sebastian Wolff



Immer wenn sportliche Großereignisse vor der Tür stehen, rücken Ausrüster wie Adidas, Puma oder Nike besonders stark in den Fokus.

Foto: imago/Philipp Szyza

Sport-Events und Sportartikel sind ein Riesenmarkt, von dem Anleger profitieren können. Adidas ist dafür nur ein Beispiel.

Der Gewinn der Fußball-Weltmeisterschaft im Jahr 2014 hat Millionen Deutsche in Ekstase versetzt. Selbst Menschen, die sich sonst nicht allzu viel aus Fußball machen, ließen sich mitreißen und kauften ein Trikot der Nationalmannschaft. Zur Freude des größten deutschen Sportartikelherstellers Adidas, der die exklusive Lizenz für das weiße Leibchen mit rotem Bruststreifen und Bundesadler besitzt. Mehr als drei Millionen davon brachte Adidas im WM-Jahr unter das Volk – mehr als doppelt so viele wie beim Sommermärchen 2006. Bei einem Verkaufspreis von bis zu 80 Euro pro Trikot spülte das dem Konzern über 200 Millionen Euro in die Kassen.

Der Titel-Gewinn für Deutschlands Auswahlkicker bei der WM in Brasilien war natürlich ein Glücksfall für Adidas. Doch generell gilt: Immer wenn sportliche Großereignisse vor der Tür stehen, rücken Ausrüster wie Adidas, Puma oder Nike besonders stark in den Fokus. In diesem Jahr stehen gleich zwei sportliche Höhepunkte an: erst von Mitte Juni bis Mitte Juli die Fußball-Europameisterschaft in Frankreich und dann im August die Olympischen Sommerspiele in Rio de Janeiro. Und das aus gutem Grund: „Meist sind steigende Absatzzahlen vor und während der Sportereignisse sichtbar“, sagt Stephan Witt, Anlagestrategie der Finum Private Finance in Berlin.

Doch profitieren auch Anleger in solchen Zeiten von dem Hype, der um die Sportartikel-Riesen entsteht? Ist genau jetzt, wenige Monate vor EM und Olympia, ein guter Zeitpunkt, um in die Aktien solcher Konzerne zu investieren? Hier ist Witt vorsichtiger: „Aktienkurse hängen von mehr ab als von einem reinen Sportereignis. Allerdings ist ein kleiner positiver Effekt schon sichtbar.“ Witt ist zu Recht zurückhaltend. Denn nicht immer wirken sich steigende Absatzzahlen rund um große Sport-Events auch positiv auf die Aktienkurse aus.

Bestes Beispiel war die Adidas-Aktie im Jahr 2014: Trotz WM-Titel und Trikot-Verkaufsrekord und obwohl der Konzern neben Deutschland auch Vizeweltmeister Argentinien ausstattet und darüber hinaus seit 1956 den offiziellen WM-Ball produziert, stand der Aktienkurs am Jahresende 2014 deutlich niedriger als noch zu Beginn des WM-Jahres. Ein möglicher Grund: Die Anleger hatten mit den positiven Effekten der Fußball-WM für das Unternehmen bereits gerechnet und den Kurs schon zuvor kräftig nach oben getrieben. Die Ereignisse selbst vermochten die Anleger dann nicht mehr zu beeindrucken.

ADIDAS-AKTIE AUF DEM HÖHENFLUG Ähnlich könnte es jetzt wieder laufen: Die Adidas-Aktie befindet sich schon seit vergangenem September auf einem Höhenflug. Der Kurszuwachs beträgt seitdem fast 50 Prozent. Die Papiere notieren derzeit nahezu auf einem Rekordhoch. Und das, obwohl die meisten anderen Dax-Unternehmen aktuell wegen des niedrigen Ölpreises und der sich verschlechternden weltkonjunkturellen Aussichten kräftig unter die Räder geraten sind.

Gut möglich, dass die Anleger bei Adidas auch dieses Mal wieder früh in Euphorie verfallen sind und alle Erwartungen hinsichtlich Fußball-EM und Olympia vorweggenommen haben. Paradox: Für die Aktie des Adidas-Konkurrenten Nike ging es 2014 dagegen nach oben – obwohl das Unternehmen bei der WM nicht Top-Teams ausstattete.

Andreas Görler, Vermögensverwalter bei Wellinvest – Pruschke & Kalm in Berlin hat dafür eine Erklärung: „Sportliche Großereignisse verursachen enorme Marketingkosten bei den Ausrüstern.“ Damit die Produkte von der breiten Fanmasse gekauft werden, müssen die Firmen sie auch massiv bewerben. Und das kostet enorm viel Geld. Nike hatte sich weniger stark bei der WM engagiert und musste deshalb auch weniger investieren. Davon wiederum profitierte der Aktienkurs.

Viel erfolgversprechender für Unternehmen wie Adidas, Nike und Puma sei es deshalb, rechtzeitig sportliche oder modische Trends zu erkennen und darauf zu reagieren. „Sportartikelhersteller entwickeln sich vom reinen Produktanbieter zum Life-Style-Begleiter ihrer Kunden“, sagt Görler. Die Innovationskraft sei also ein wichtiger Absatztreiber.

Genauso sieht es Michael Heimrich, Vermögensberater bei der Top Vermögen in München: „Börsennotierte Sportartikelhersteller oder -ausrüster partizipieren viel stärker an laufenden Trends, wie zum Beispiel dem aktuellen Fitness-Boom, als an Großereignissen, die eher einen Werbecharakter haben.“ Und in dieser Hinsicht scheinen sie seit vielen Jahren vieles richtig zu machen: „Die absolute Wertentwicklung der beiden großen Sportartikelhersteller liegt seit dem Jahr 2000 um ein Vielfaches höher als bei Dax, Dow und Co“, sagt Heimrich.

Jedes Jahr setzen die großen Konzerne mit Sportschuhen und Bekleidung Milliarden um. Allein in Deutschland sind es Heimrich zufolge pro Jahr knapp 20 Milliarden Euro. Doch auch andere verdienen kräftig am Sport: So geben die Bundesbürger Jahr für Jahr weitere rund 18 Milliarden Euro für Sportreisen und Sportveranstaltungen aus. Im Bereich Medien und Pay-TV kommen noch einmal knapp fünf Milliarden Euro dazu. Und für Sporternährung sind es immerhin 1,5 Milliarden Euro. Zudem suchen mehr als zehn Millionen Menschen in Deutschland pro Jahr einen Arzt wegen einer Sportverletzung auf.

Um von diesem Trend zu profitieren, können Anleger entweder direkt Aktien von Adidas, Nike oder Puma über die Börse kaufen oder aber in Fonds und Zertifikate, die breit in verschiedene Unternehmen der Branche investieren. Hier sollten die Anleger aber die teilweise nicht unerheblichen Kosten dieser Produkte im Blick haben.

Artikel URL: <http://www.fr-online.de/wirtschaft/anlage-gewinnen-mit-den-champions,1472780,33732376.html>

Copyright © 2015 Frankfurter Rundschau