NACHRICHTEN
Österreich

Sony ist seit dem Walkman wieder so angesagt wie nie zuvor

Sony erlebt eine bemerkenswerte Wiederbelebung und wandelt sich von einem traditionellen Elektronikunternehmen hin zu einem bedeutenden Anbieter von Unterhaltungsinhalten. Erfahren Sie mehr über den Aufstieg der Marke und ihre aktuellen Erfolge in der Streaming-Welt.

Die letzte Zeit, in der Sony an der Börse so viel wert war, war als Bill Clinton Präsident war und die PlayStation 2 kurz vor ihrem Debüt in amerikanischen Geschäften stand. In den letzten zweieinhalb Jahrzehnten hatte es Sony, das 78 Jahre alte Unternehmen, das den Walkman und die PlayStation erfunden hat, nicht leicht. Es verpasste weitgehend den Anschluss an die Mobilfunkrevolution, während die PlayStation zwar profitabel war, die Produktionskosten für andere Elektronikprodukte stiegen und gleichzeitig die Nachfrage nachließ.

Ein Wandel in der Unternehmensstrategie

Doch mit den aufkommenden Chancen im Bereich Streaming versucht Sony, sich von einem traditionellen Anbieter von Unterhaltungselektronik zu einem Unternehmen für originelle Inhalte und Unterhaltung zu wandeln. Diese Strategie trägt Früchte: In den letzten drei Jahren hat sich Sonys Aktie (**SONY**) aus einer jahrzehntelangen Flaute befreit. Der Aktienkurs in Japan schloss kürzlich zum ersten Mal seit März 2000 auf einem Rekordhoch, was das Vertrauen in die Fähigkeit des Unternehmens symbolisiert, sein Spielangebot weiterzuentwickeln und sich auf Unterhaltung zu konzentrieren,

so Damian Thong, Research-Analyst bei Macquarie.

Von Hardware zu Inhalten

Die Sony Group, Japans drittgrößtes Unternehmen nach Marktkapitalisierung, hat sich durch die Innovation ihres Spielegeschäfts über Konsolen hinaus gewandelt und Akquisitionen getätigt, um ihre geistigen Eigentumsrechte (IP) zu erweitern, berichtet Joost van Dreunen, nebenberuflicher Professor an der NYU Stern, der sich mit der Geschäftswelt der Videospiele beschäftigt. Sony **erwarb** 2021 das Anime-Unternehmen Crunchyroll und **erwarb** 2022 das amerikanische Videospielunternehmen Bungie für 3,6 Milliarden Dollar.

Synergien in der Unterhaltungsbranche

Neben Sony Interactive Entertainment, das die PlayStation herstellt, umfasst die Sony Group auch Sony Pictures, das Filme wie die Spider-Man-Serie produziert, sowie Sony Music, zu dem Columbia Records gehört. Sony versucht, Synergien zwischen seinen Tochtergesellschaften zu schaffen, um originelle Unterhaltungsinhalte für die Verbraucher zu produzieren.

Diese Strategie zur Nutzung seines geistigen Eigentums wurde bei den 75. Emmy Awards im Januar deutlich, als die TV-Serie „The Last of Us“ acht Preise in wichtigen Kategorien gewann. Es war das erste Mal, dass eine aus einem Videospiel adaptierte TV-Serie bei einer Hollywood-Veranstaltung große Anerkennung fand. Sony veröffentlichte „The Last of Us“ erstmals 2013 als Videospiel, bevor es 2023 als TV-Serie auf HBO und Max adaptiert wurde. (HBO und Max teilen sich das Eigentum mit CNN.)

Investitionen in Inhalte und IP

Ohne ein eigenes Streaming-Netzwerk gehört das Lizenzieren seines geistigen Eigentums und origineller Inhalte zu Sonys

Strategie, mit Streaming-Giganten wie Netflix, Disney und Amazon zu konkurrieren. Robert Lawson, Chief Communications Officer der Sony Group, erklärte in einer Stellungnahme, dass das Unternehmen seit der Übernahme von EMI Publishing im Jahr 2018, wodurch Sony Music zum größten Musikanbieter der Welt wurde, etwa 1,5 Billionen Yen in Content-IP in verschiedenen Unterhaltungsbereichen investiert hat.

„Die Sony Group hat ihre Unternehmensstrategien darauf ausgerichtet, ihre kreativen und unternehmerischen Assets zu stärken“, erklärte Lawson und betonte, dass das Unternehmen „neue Kooperationen zwischen den Schwestergesellschaften von Sony“ fokussiert, auch im Anime-Genre.

Wachstum des Unterhaltungssegments

Im letzten Geschäftsjahr bis März machte Sonys Unterhaltungssegment, das Musik, Filme und Spiele umfasst, 60 % des Gesamtumsatzes aus. Das ist eine Verdopplung im Vergleich zu vor einem Jahrzehnt, als das Unterhaltungssegment nur 30 % des Umsatzes ausmachte.

Von den Anfängen bis zur Dominanz

Die Fokussierung auf Unterhaltung stellt einen Wandel von Sonys Ursprüngen dar. Vor Sony gab es die **Tokyo Telecommunications Engineering Corporation**, die 1946 von Akio Morita und Masaru Ibuka gegründet wurde. 1950 brachte das Unternehmen Japans erstes Magnetband auf den Markt. 1958 wurde der Name in Sony Corporation geändert.

In den 1960er Jahren erweiterte Sony seine Geschäfte in den USA und etablierte sich als Haushaltsname in der Unterhaltungselektronik. Das Unternehmen produzierte ikonische Geräte wie den Trinitron-Fernseher 1968, den Walkman 1979 und den ersten CD-Player der Welt 1982.

Erfolg im Gaming-Bereich

Die 1990er Jahre waren ein Höhepunkt für Sony, als es in die Welt der Spielkonsolen einbrach. Mit der Veröffentlichung der PlayStation 1994 eröffnete Sony eine neue Ära im Arcade- und Gaming-Sektor. Seitdem ist Sony ein dominierender Akteur im Bereich der Videospielkonsolen, wobei die PlayStation 5, die 2020 veröffentlicht wurde, ihre Hauptkonkurrenten wie Microsofts Xbox Series X und Nintendos Switch übertrifft, laut Daten des Analytics-unternehmens Ampere Analysis.

Van Dreunen erklärte, dass Sony auch im Gaming-Bereich über die Konsolen hinaus wachsen möchte und nach neuen Zielgruppen und Vertriebsmethoden sucht. „Wir durchlaufen derzeit eine schwächere Phase im Gaming, was die Frage aufwirft: Was kommt als Nächstes? Wie kann man als dominierender Konsolenhersteller weiterhin innovativ bleiben und das Geschäft ausbauen?“

Künftige Strategien

Thong fügte hinzu, dass Sony erfolgreich als profitabler Vertriebskanal für Drittanbieter von Videospielen agiert. Sony diversifiziert seine Strategie im Gaming-Bereich, indem es beispielsweise ein Spiel namens Helldivers 2 sowohl für die PlayStation 5 als auch für den PC veröffentlicht. Helldivers 2 war ein Hit für Sony und verkaufte sich innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung über 12 Millionen Mal, so Anna Kerr, Research-Managerin für Spiele bei Ampere Analytics.

Im November gab Sony einen Anstieg von 69 % im Nettoquartalsgewinn bekannt, der zum Teil durch das Spielesegment angetrieben wurde. Das Unternehmen verzeichnete in diesem Jahr weiterhin starke Quartale, die durch die Profitabilität im Gaming-Bereich unterstützt wurden.

Nun ist das Unternehmen in Gesprächen, um Kadokawa, einen japanischen Videospiele-Giganten, zu übernehmen, der das

beliebte Spiel „Elden Ring“ produziert, berichten Personen, die mit der Materie vertraut sind. Trotz einiger Rückschläge, wie dem mäßigen Erfolg des „Concord“-Videospiels und der neuesten Spider-Man-Filmreihe, handelt es sich eher um Lernprozesse, die für ein Unternehmen, das 1,8 Billionen Yen (11 Milliarden Dollar) für Übernahmen und Aktienrückkäufe bis März 2027 eingeplant hat, überschaubare Ausgaben darstellen.

Bei der Jahreshauptversammlung für Investoren im Mai erklärte der CEO Kenichiro Yoshida, dass das Unternehmen eine „kreative Unterhaltungsvision“ verfolgt. Thong merkte an, dass Sonys Entwicklung zu einem Unterhaltungsunternehmen nicht immer sicher war: „Sony hat einige Jahre mit erheblichem Schmerz zu kämpfen gehabt, aber ich denke, es ist ihnen zu danken, dass sie durchgehalten haben und es geschafft haben.“

Sonys IP auf der großen Leinwand

Van Dreunen stellte fest, dass es in der Vergangenheit nicht so viel Nachfrage nach Videospiel-Adaptionen für Film und Fernsehen gab. Doch „The Last of Us“ zeigte, dass Sony die Chance hat, mehr eigene IP auf die große Leinwand zu bringen. Bevor „The Last of Us“ veröffentlicht wurde, versuchte Sony sich bereits mit der Adaption von „Uncharted“, einem Film von 2022 mit Schauspieler Tom Holland, der auf einer Videospielreihe basiert, die Sony 2007 veröffentlichte.

Zusätzlich plant Sony, die Videospielreihe „God of War“, die es erstmals 2005 veröffentlichte, im nächsten Jahr auf die große Leinwand zu bringen, wie Kerr berichtet. Obwohl Sony weiterhin im Elektronikgeschäft tätig ist, hat das Unternehmen seine Identität als Massenproduzent von Unterhaltungselektronik abgelegt.

Bis 2025 beabsichtigt Sony, seine Online-Banking- und Versicherungseinheiten auszugliedern und seine Unterhaltungsmöglichkeiten weiter auszubauen. Sonys Aktienwert ist im vergangenen Monat um fast 18 % gestiegen

und hat die großen Unterhaltungskonzerne wie Disney und Netflix übertroffen. Dies wird auch durch das Interesse der Investoren am Nasdaq angeheizt, der diese Woche erstmals die 20.000-Punkte-Marke überschritt.

Details

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at