

Presspiegel 2013

Press Documentation

Novomatic Group of Companies

Datum

Date

08.04.2013 / KW 14

Erstellt von

Prepared by

Dr. Reichmann



„APA“ 08.04.2013

OTS0127 5 KI 0457 NMC0001 CI

Mo, 08.Apr 2013

Theater/Leute/Termin/Musik/Kultur/Oper/Soziales

Red Ribbon Celebration Concert 2013 presented by NOVOMATIC

Utl.: Eindrucksvoller Reigen aus Oper & Schauspiel im Kampf gegen AIDS

Wien (OTS) - Am Freitag, 24. Mai 2013, vereint sich unter dem Motto "United in difference" bei der zweiten Auflage des Red Ribbon Celebration Concert powered by NOVOMATIC im Wiener Burgtheater ein einzigartiges Künstler-Line-Up zugunsten Betroffener von HIV und AIDS. Mit Anna Netrebko, Elisabeth Kulman, Erwin Schrott, Piotr Beczala, Ildebrando D'Arcangelo und René Pape stellen sich gleich mehrere international renommierte Operngrößen in den Dienst der guten Sache. Sie treten an der Seite von Christiane Hörbiger, Sunnyi Melles, Nicholas Ofczarek und Mavie Hörbiger auf, die zwischen den klassischen Musikstücken kurze, pointierte Lesungen halten. Die Performances orientieren sich am Thema "1001 Nacht" und spannen damit einen inhaltlichen Bogen zum 21. Life Ball, der am Tag darauf vor und im Wiener Rathaus stattfindet. Begleitet werden die Solisten des Gala-Konzerts vom ORF Radio-Symphonieorchester Wien.

Das Red Ribbon Celebration Concert wird in diesem Jahr zum zweiten Mal von NOVOMATIC als Hauptsponsor unterstützt. "Als Unternehmen der Unterhaltungsindustrie ist uns die Förderung von Kunst und Kultur in Verbindung mit sozialen Themen ein großes Anliegen. Wir betrachten es als unsere Verpflichtung, einen Teil des Unternehmenserfolgs an die Gesellschaft zurückzugeben und so einen Beitrag zu einem solidarischen Miteinander zu leisten. Der Reinerlös des Konzerts kommt der Clinton Health Access Initiative zugute, deren Präsident Bill Clinton als Repräsentant anwesend sein und persönliche Worte an das Publikum richten wird. Gemeinsam wollen wir zur Erreichung des zentralen Ziels, der Eindämmung der Mutter-Kind-Übertragung von HIV in Subsahara-Afrika, eine der am stärksten von der AIDS-Epidemie betroffenen Regionen der Welt, beitragen. Wo immer möglich, verbinden wir Kultur mit einem sozialen Anliegen" so NOVOMATIC-Generaldirektor Dr. Franz Wohlfahrt.

Daten & Fakten:

"Red Ribbon Celebration Concert - United in difference" Freitag 24. Mai 2013, Konzertbeginn 20:00 Uhr Burgtheater, Universitätsring 2, 1010 Wien Eintritt: 30,- / 50,- / 90,- / 180,- / 250,- Dresscode: Elegante Abend-Garderobe

Der Vorverkauf startet heute, 8. April 2013, Tickets sind hier erhältlich:

Zentrale Kassen der Bundestheater, 1010 Wien, Operngasse 2 Tageskasse im Burgtheater, 1010 Wien, Universitätsring 2 Tageskasse in der Volksoper, 1090 Wien, Währinger Straße 78 Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 8 bis 18 Uhr, Samstag, Sonn- und Feiertag 9 bis 12 Uhr

Kartenverkauf im Internet unter www.burgtheater.at oder direkt auf www.culturall.com

Telefonischer Kartenverkauf mit Kreditkarte: +43 (0)1 513 1 513 Für Kreditkarten-Inhaber Montag bis Sonntag von 10 bis 21 Uhr weltweit erreichbar

Das Konzert findet in Kooperation mit dem Burgtheater statt.

Patronanz: Elisabeth Himmer-Hirnigel / Regie: Alexander Wiegold / Dramaturgie: Oliver Lang / Raum und Zeichnungen: Falko Herold

Rückfragehinweis:

Dr. Hannes Reichmann
Leitung Konzern-Kommunikation
Head of Group Communications
NOVOMATIC AG, Gumpoldskirchen
Wiener Strasse 158, 2352 Gumpoldskirchen, Austria
Tel. +43-2252-606 680
Fax +43-2252-606 448
Mobil +43-664-301 48 20
Mail hreichmann@novomatic.com
www.novomatic.com
www.novomaticforum.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1840/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0127 2013-04-08/12:21

081221 Apr 13

„Presseaussendung“ 07.04.2013

Red Ribbon Celebration Concert 2013: Eindrucksvoller Reigen aus Oper & Schauspiel im Kampf gegen AIDS

Unter dem Motto „United in difference“ vereint sich am 24. Mai 2013 bei der zweiten Auflage des Red Ribbon Celebration Concert im Wiener Burgtheater mit den größten Namen der Opernwelt und Stars nationaler Theaterbühnen ein bis dato einzigartiges Künstler Line-Up zugunsten Betroffener von HIV und AIDS. So stellen sich mit **Anna Netrebko, Elisabeth Kulman, Erwin Schrott, Piotr Beczala, Ildebrando D'Arcangelo** und **René Pape** gleich mehrere international renommierte Operstars in den Dienst der guten Sache. Sie treten an der Seite von **Christiane Hörbiger, Sunny Melles, Nicholas Ofczarek** und **Mavie Hörbiger** auf, die zwischen den klassischen Musikstücken kurze, pointierte Lesungen halten. Die Performances orientieren sich am Thema „1001 Nacht“ und spannen damit einen inhaltlichen Bogen zum 21. Life Ball, der am Tag darauf vor und im Wiener Rathaus stattfindet. Begleitet werden die Solisten des Gala-Konzerts vom **ORF Radio-Symphonieorchester Wien**.

Der Reinerlös des Red Ribbon Celebration Concert geht an die Clinton Health Access Initiative (CHAI), eine der wichtigsten globalen Organisationen im Kampf gegen HIV und AIDS sowie langjähriger Partner des Life Ball. **Präsident Bill Clinton** wird als Repräsentant seiner Organisation anwesend sein und persönliche Worte an das Publikum richten, das mit seiner Teilnahme am Konzert zur Erreichung eines zentralen Ziels beiträgt: der Eindämmung der Mutter-Kind-Übertragung von HIV in Subsahara-Afrika, eine der am stärksten von der AIDS-Epidemie betroffenen Regionen der Welt.

„AIDS ist nach wie vor eine der größten gesundheitlichen Herausforderungen, der wir uns global stellen müssen. Es ist uns daher ein persönliches Anliegen einen Teil zur Bekämpfung dieser Krankheit beizutragen und besonders jene vor einer HIV-Infektion zu schützen, die am meisten Hilfe benötigen: Frauen und Kinder“, erklären Anna Netrebko und Erwin Schrott ihr gemeinsames Engagement.

In Uganda sind 1,2 Millionen Menschen HIV-positiv, 110.000 HIV-positive Frauen entbinden pro Jahr. Die meisten Säuglinge stecken sich vor, während oder nach der Geburt bei ihren Müttern an und tragen so die Krankheit in eine weitere Generation. Um dies zu verhindern, führte CHAI 2008 das Programm zur Bekämpfung der Mutter-Kind-Übertragung von HIV in Uganda ein. Infizierten sich im Jahr 2007 noch 30 Prozent der Säuglinge bei ihren HIV-positiven Müttern, konnte diese Zahl dank vermehrter HIV-Tests, breiterem Zugang zu Medikamenten und intensiver Beratung über sichere Geburtsmethoden mittlerweile auf 14 Prozent gesenkt werden. Ziel ist es bis 2015 unter 5 Prozent zu gelangen.

„Bei unserer Uganda-Projektreise im März dieses Jahres konnten wir uns von der Effektivität der Arbeit unseres Partners CHAI überzeugen. Für viele HIV-positive Schwangere ist es erstmals möglich, gesunde Kinder auf die Welt zu bringen und selbst Zugang zu lebenswichtiger Therapie zu erhalten. Um die Mutter-Kind-Übertragung von HIV aber wirklich gegen null zu bringen, ist noch sehr viel Einsatz nötig. Mein Dank gilt daher allen Künstlern, Gästen und Partnern des Red Ribbon Celebration Concert, die es dem Life Ball ermöglichen hier weitere finanzielle Hilfe zu leisten“, so Life Ball Organisator Gery Keszler.

Das Red Ribbon Celebration Concert wird in diesem Jahr zum zweiten Mal von NOVOMATIC unterstützt. *„Als Unternehmen der Unterhaltungsindustrie ist uns die Förderung von Kunst und Kultur in Verbindung mit sozialen Themen ein großes Anliegen. Wir betrachten es als unsere Verpflichtung, einen Teil unseres Erfolgs an die Gesellschaft zurückzugeben und so einen Beitrag zu einem solidarischen Miteinander zu leisten. Der Reinerlös des Konzerts kommt einem sehr wichtigen Projekt der Clinton Health Access Initiative zu Gute, damit möchte NOVOMATIC zu einem sozialen Ausgleich in der Gesellschaft beitragen. Wo immer möglich, verbinden wir Kultur mit einem sozialen Anliegen“* so NOVOMATIC-Generaldirektor Dr. Franz Wohlfahrt.

INFOS & FACTS

„Red Ribbon Celebration Concert – United in difference“

Freitag 24. Mai 2013, Konzertbeginn 20:00 Uhr

Burgtheater, Universitätsring 2, 1010 Wien

Eintritt: 30,- / 50,- / 90,- / 180,- / 250,-

Dresscode: Elegante Abend-Garderobe

Der Vorverkauf startet am 8. April 2013, Tickets sind hier erhältlich:

Zentrale Kassen der Bundestheater, 1010 Wien, Operngasse 2

Tageskasse im Burgtheater, 1010 Wien, Universitätsring 2

Tageskasse in der Volksoper, 1090 Wien, Währinger Straße 78

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag 8 bis 18 Uhr, Samstag, Sonn- und Feiertag 9 bis 12 Uhr

Kartenverkauf im Internet unter www.burgtheater.at oder direkt auf www.cultural.com

Telefonischer Kartenverkauf mit Kreditkarte: +43 (0)1 513 1 513

Für Kreditkarten-Inhaber Montag bis Sonntag von 10 bis 21 Uhr weltweit erreichbar

Das Konzert findet in Kooperation mit dem Burgtheater statt.

Patronanz: Elisabeth Himmer-Himigal / Regie: Alexander Wiegold / Dramaturgie: Oliver Lang / Raum und Zeichnungen: Falko Herold

Novoline Spiele im Netz

Im Fokus: echte Novoline Spiele

Schon vor knapp zwei Jahren wurde mit Stargames das erste Novoline Casino geboren. Hier bietet sich Spielhallenfreunden die Möglichkeit, sich ihren Favoriten unter den Top Spielen online zu nutzen. Das Informationsportal Spielhalle.net zeigt auf, welche Spiele es gibt und für wen Novoline online spielen ab sofort möglich ist. Zugriff haben nämlich nicht alle Länder. Ein Großteil Europas wird durch das Angebot des Spielcasinos im Netz bereits abgedeckt. Wer sich den Klassikern und Neueinführungen der Novomatic AG online widmen kann, wird hier erklärt. Novoline Slots im FokusDas Hauptaugenmerk richtet das Spielhallenportal auf die Slot Maschinen, die schon in landbasierten Spielhallen auf große Begeisterung stießen, und die es nunmehr geschafft haben, einen Platz im Stargames Casino zu bekommen. Zunächst war es um die Auswahl bei diesem Anbieter eher schlecht bestellt, doch mittlerweile dürften es gut 100 Slots sein, die Kunden ganz ohne Download im Browser nutzen können. Alle Games der Novomatic AG sind nur hier kostenlos spielbar, denn lokale Etablissements sind rein rechnerisch gar nicht in der Lage, ihre Kunden einsatzfrei zu unterhalten. Hier und dort wurden neben all den typischen Automatenspielen einige alte Klassiker eingeführt, wie zum Beispiel Roulette und Blackjack. Das Spielcasino hat sein Portfolio ganz bewusst um diese Spiele erweitert, denn wie das Portal deutlich aufzeigt, handelt es sich bei Stargames um eine vollwertige Spielbank - mit allem, was Kunden von einer solchen eben erwarten. Vorteile des Online Spielens im Überblick-Viele eingefleischte Spielhallenbesucher haben sich gerade zu Anfang die Frage gestellt, warum sie sich von der lokalen Lösung trennen und auf die virtuelle Spieloption umschwenken sollten. Schließlich entwickelt man mit der Zeit eine Art Vertrauensverhältnis zu Etablissements, die man schon seit Jahren besucht. Die Vorteile des Spielens im Stargames Casino werden auf Spielhalle.net aufgezeigt. Dass hier kostenlos gespielt werden kann, ist nämlich nur einer von vielen Pluspunkten. Ein weiterer ist der Willkommensbonus, den das Spielcasino seinen Neuzugängen gewährt. Welche weiteren guten Gründe es gibt, zeigt der aufschlussreiche Bericht explizit auf. Gleichzeitig bietet sich die Gelegenheit, einige hilfreiche Spielbeschreibungen zu studieren, denn die meisten Novoline Spiele haben die Portal-Experten ausführlich unter die Lupe genommen und einfach erklärt. ?



KAPSCH GROUP SETZT AUF MULTIZYKLISCHE STRATEGIE

Kapsch setzt mit den drei Sparten Maut- und Transportsystemtechnik (TrafficCom), Kommunikationstechnologie für Netzbetreiber (CarrierCom) und IT (BusinessCom) auf Produkte und Technologien mit unterschiedlichen Lebenszyklen und schafft es, die daraus resultierende Komplexität zu bewältigen.

LENZING MIT FLEXIBLER INTERNATIONALER WACHSTUMSSTRATEGIE

Lenzing hat im Vorjahr mit der Fertigstellung einer Produktionslinie in Indonesien einen weiteren Wachstumsschritt gesetzt. Zugleich werden Investitionsprojekte einer Überprüfung auf der Zeitachse unterzogen, um das Wachstumstempo stets den aktuellen Marktgegebenheiten flexibel anpassen zu können.

Was Wachstums-Champions

Große Unternehmen durch volatile Zeiten zu steuern, ist heute eine gewaltige Herausforderung“, weiß Klaus Malle, Country Managing Director in Österreich beim weltweit tätigen Managementberater, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister Accenture. Will man analysieren, auf welche Faktoren es ankommt, um dabei erfolgreich zu sein, muss man zunächst herausfinden, wer sich dabei tatsächlich besser schlägt als die Konkurrenz. Genau diesen beiden Fragestellungen – Identifikation der Top-Unternehmen und Analyse ihrer Erfolgsstrategien – ist Accenture in einer Studie nachgegangen.

Die Experten haben zu diesem Zweck Österreichs Top-100-Unternehmen unter die Lupe genommen und unter dem Gesichtspunkt betrachtet, wer in den letzten Jahren sowohl beim Umsatzwachstum als auch bei der Profitabilität besser als der Durchschnitt abgeschnitten und dabei zudem auch die direkten Mitbewerber aus der eigenen Branche übertrumpft hat.

Das Ergebnis ist eine Liste von zwölf Unternehmen (siehe Tabelle S. 75), die in den Jahren von 2005 bis 2011 trotz der in diesem Zeitraum wütenden Finanzkrise ein mindestens zweistelliges jährliches Umsatzwachstum erreicht haben. Die operative Marge dieser Top-Unternehmen lag in jedem einzelnen Jahr seit 2008 um mindestens 60 Prozent über jener der übrigen betrachteten Firmen. Im

Das internationale Beratungsunternehmen Accenture analysiert, warum die wachstumsstärksten heimischen Unternehmen ihren Mitbewerbern immer um ein paar Schritte voraus sind.

Von Michael Schmid

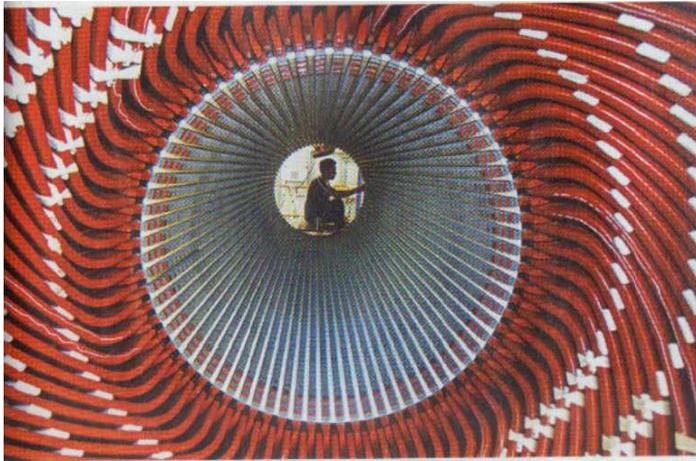


KLAUS MALLE, ACCENTURE: „Wachstumssieger können schnell, flexibel und agil Strukturen aufbauen und Richtungswechsel vornehmen.“

schlimmsten Krisenjahr 2009 waren die Champions sogar fast drei Mal so profitabel wie alle anderen. „Die Wachstumssieger aus Österreich haben die Schrauben der kontinuierlichen Transformation weit besser im Griff als die übrigen Unternehmen. Sie sind in der Lage, schnell, flexibel und agil Strukturen aufzubauen und verfügen jederzeit über die Möglichkeit, Richtungswechsel in der Geschäftsstrategie vorzunehmen“, erklärt Malle die Stärken der herausragenden Unternehmen. Im Detail hat Accenture sieben einzelne Faktoren identifiziert, durch die sie es schaffen, sich vom Durchschnitt abzuheben.

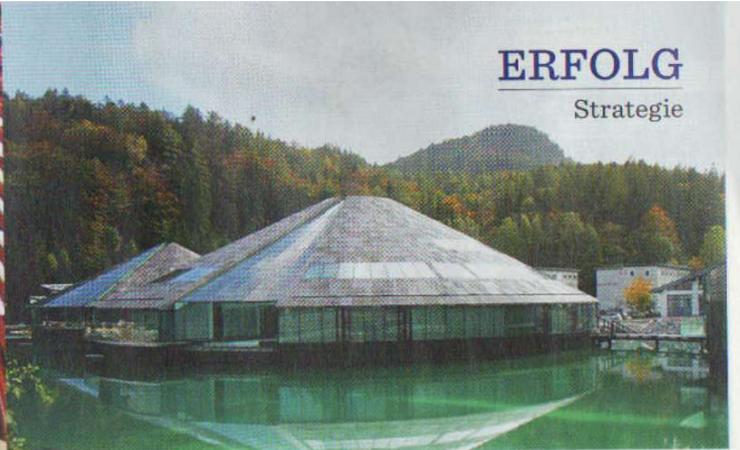
1 Champions nutzen mehrere Produkt- und Technologiezyklen für Wachstum

Produkte und Technologien haben ihre jeweiligen Lebenszyklen (Einführung, Wachstum, Reife, Abschwung), die sich grafisch als S-Kurven darstellen lassen. Nicht nur jedes Produkt, sondern auch jede Phase eines Lebenszyklus verlangt nach unterschiedlichen Strategien. Das macht es schwierig, verschiedene Produktlinien unterschiedlicher Reife parallel zu betreuen. Schließlich müssen für die einzelnen Phasen der Zyklen jeweils ganz besondere Fähigkeiten und Ressourcen vorgehalten werden. Doch wer diese Komplexität beherrscht, wird damit deutlich unabhängiger von der Entwicklung eines einzelnen Marktsegments.



ANDRITZ HAT DIE BRIC- UND NEXT-11-LÄNDER IM VISIER

Mit dem Auftrag für das Wasserkraftwerk Beyhan-1 in der Türkei wurde Andritz zum strategischen technischen Partner für die Energieversorgung in einem der wichtigsten Wachstumsmärkte der "Next 11"-Länder. Schon bei der Präsenz in den BRIC-Staaten zählte das Technologieunternehmen zu den Vorreitern.



ERFOLG

Strategie

RED BULL KANN MILLIARDEN DATENSÄTZE IN ECHTZEIT AUSWERTEN

Mit SAP In-Memory-Computing werden bei Red Bull Daten im schnellen Hauptspeicher vorgehalten statt von einer Festplatte gelesen. So kann Red Bull Milliarden Datensätze in Echtzeit auswerten. Das ermöglicht Kalkulation oder Reporting in Realtime sowie verzögerungsfreien Zugriff auf Infos aus allen Zeitzonen.

besser machen

„Growth Champions beherrschen diese Komplexität und nutzen mehrere Produkt- und Technologielebenszyklen parallel für ihr Wachstum“, analysiert Accenture. Als Paradebeispiel eines Unternehmens, das sich dies zunutze macht, nennen die Berater die Kapsch Group, die parallel auf drei große Zukunftsmärkte unterschiedlicher Reife setzt.

2 Champions setzen auf Kooperation, behalten dabei aber die Kontrolle

Bei der Analyse von Kooperationsformen, die Unternehmen eingehen, stellte Accenture fest, dass Wachstums-Champions überdurchschnittlich stark auf tendenziell festere gesellschaftsrechtliche Bindungen in Form von Joint Ventures setzen. So machen Joint

60%

höher als bei anderen Unternehmen liegt die operative Gewinnmarge der Wachstums-Champs.

Ventures bei den Top-Unternehmen mehr als die Hälfte aller Kooperationen aus. Andere Unternehmen setzen hingegen häufiger auf losere Partnerschaften oder Netzwerke. Joint Ventures bieten den Top-Firmen also offenbar das richtige Maß an Kontrollmöglichkeit innerhalb einer Kooperation und sind im Falle eines Scheiterns aber dennoch deutlich leichter rückgängig zu machen als Fusionen und Übernahmen.

3 Champions haben schon die nächsten Wachstumsmärkte im Visier

Ganz besonders ins Auge sticht der Unterschied zwischen Growth Champions und anderen Unternehmen, wenn man die Zielgebiete ihrer Auslandsinvestitionen miteinander vergleicht: Während >



VOESTALPINE INVESTIERT NACH SUBSTANZAUFBAU IN DIE ZUKUNFT

Seit der Finanzkrise hat der Stahlkonzern strategisch die Eigenkapitalbasis gestärkt und den Verschuldungsgrad reduziert. Die so geschaffene solide finanzielle Grundlage ist Basis für die Investition in eine Direktreduktionsanlage in Texas und die Internationalisierung des Edelstahlbereichs mit Zukäufen in China.



WACHSTUMSCHAMPIONS SORGEN FÜR KONTINUITÄT IN FÜHRUNG

Anpassungsfähigkeit an Veränderungen geht bei den Wachstumssiegern einher mit interner Kontinuität. Wolfgang Eder (l.) ist seit 1995 im Vorstand, seit 2004 CEO der Voestalpine und wurde kürzlich weitere fünf Jahre verlängert. SBO-Chef Gerald Grohmann (r.) steht dem Unternehmen seit 2001 vor.

> das breite Feld dem weltweiten Trend folgt und sich zunehmend in den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) engagiert, haben die Champions bereits die nächste Generation globaler Wachstumsmärkte im Visier. Bei ihnen fließen 37 Prozent der Auslandsinvestitionen in die Gruppe der „Next 11“, die unter anderem Indonesien, Mexiko, Nigeria, Südkorea, die Türkei und Vietnam umfasst. Die übrigen Top 100-Unternehmen sind nur mit zwei Prozent ihrer Investitionen in diesen Staaten vertreten (s. Grafik rechts).

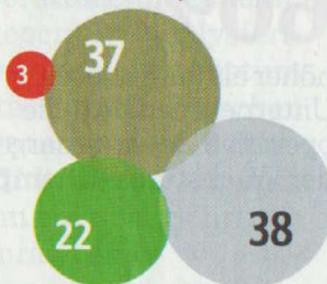
Heimische Vorreiter in diesen Märkten, denen zugetraut wird, in den nächsten Jahren eine ähnliche Dynamik wie die BRIC-Staaten zu erreichen, sind etwa Lenzing mit einer im Vorjahr fertiggestellten Produktionslinie in Indonesien sowie Maschinen- und Anlagenbauer Andritz, der sich mit Lieferung und Montage der elektromechanischen Ausrüstung des Wasserkraftwerks Beyhan als strategischer technischer Partner für die Türkei beim Ausbau der Wasserkraft etabliert hat.

4 Champions sind durch Top-IT-Systeme immer auf dem Laufenden

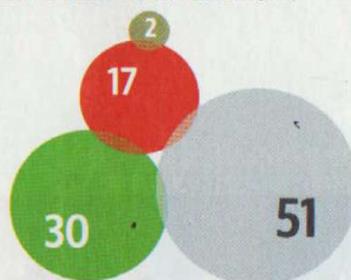
IT ist für die Top-Performer ein strategisches Asset, in das kontinuierlich und auch über Krisen hinweg investiert wird. Besonders weit voraus sind die von der Accenture-Studie identifizierten Spitzenunternehmen beim Einsatz von Software für Business Intelligence und Analytics. Moderne Analyse-Instrumente ermöglichen ihnen, ihre Performance-

Investments: Top-Firmen schon über BRIC hinaus

Auslandsinvestitionen der Wachstumsschampions (in %)



Auslandsinvestitionen der anderen Unternehmen (in %)



Legende

- Industrieländer
- BRIC-Länder: Brasilien, Russland, Indien, China
- Next-11-Länder: Ägypten, Bangladesh, Indonesien, Iran, Mexiko, Nigeria, Pakistan, Philippinen, Südkorea, Türkei, Vietnam
- Rest der Welt

Parameter in Echtzeit zu messen und sie den Mitarbeitern und dem Management ebenso schnell zur Verfügung zu stellen, während Mitbewerber noch wertvolle Zeit mit Auswertungen verlieren.

So setzt etwa Red Bull mit der Implementierung von SAP HANA auf eine Datenbanktechnologie, die bis zu 3600-mal schnelleren Zugriff auf Informationen zulässt als herkömmliche Lösungen. Die Accenture-Expertise attestiert dem Salzburger Getränkekonzern, den damit verbundenen strategischen Vorteil sofort erkannt und genutzt zu haben.

5 Champions investieren gezielt in die Stärkung des eigenen Unternehmens

Gerade in Krisenzeiten zeigt sich, wie wichtig der finanzielle Atem eines Unternehmens ist. Accenture hat daher auch wichtige Indikatoren für die finanzielle Widerstandskraft bei der Beurteilung berücksichtigt: Die Top-Firmen haben einen deutlich niedrigeren Kapitalumschlag und eine höhere Thesaurierungsquote als die anderen Unternehmen. So sind sie selbst in Krisen robust genug, um Substanz aufzubauen. Auch der Verschuldungsgrad hat sich bei den Wachstumssiegern stabil entwickelt, während er bei anderen speziell im Krisenjahr 2008 deutlich nach oben ausschlug.

Mit der Voestalpine setzte aber auch einer der heimischen Champions nach der Krise einiges daran, seinen Verschuldungsgrad kräftig zu reduzieren. Das ist mittlerweile so nachhaltig gelungen, dass die Substanz für strategische Investitionsprojekte im Ausland wie den

Bau einer Anlage in Texas und Zukäufe in China vorhanden ist.

6 Champions setzen bei Führungskräften auf Kontinuität und Erfahrung

„Innere Kontinuität ermöglicht schnelle Anpassungen an ständig wechselnde Anforderungen“, konstatiert Accenture mit einem Blick auf die Vorstandsetagen der Spitzenfirmen. Dort bleiben CEOs im Schnitt neun Jahre im Amt, um fast 50 Prozent länger als beim Rest. Paradebeispiele erfolgreicher Langzeitchefs sind etwa Voestalpine-CEO Wolfgang Eder und SBO-Chef Gerald Grohmann.

7 Champions orientieren sich bei Veränderungen an Werten und Strategien

Wer im ständigen Wandel nicht früher oder später aus der Spur geraten will, benötigt Leitplanken in Form von Werten und Zielen. Die Wachstums-Champions steuern, wie Accenture in der Analyse festhält, stark nach Unternehmenswerten. Solche Werte werden bei ihnen gleich häufig als Richtlinien genannt wie strategische Ziele. So schaffen sie es, ihre Entscheidungen sowohl am Leitbild als auch an der Strategie auszurichten.

„Mit ihren Fähigkeiten gelingt Österreichs Champions die kontinuierliche Transformation“, zollt Accenture-Chef Malle Respekt, „und wo andere mit Krisen kämpfen, nutzen sie bereits die nächsten sich bietenden Chancen.“

ÜBERSICHT

Österreichs Wachstums-Champions

Unternehmen	Gewinnmarge Ø 2005 bis 2011	Umsatzplus Ø 2005 bis 2011	Umsatz in Mio. 2011
Novomatic	12,1%	14,4%	1.515
SBO	11,9%	15,4%	409
Kapsch Group	8,9%	42,8%	984
Lenzing	7,7%	14,4%	2.176
Münze Österreich	7,2%	56,2%	2.559
Kelag	6,7%	19,1%	1.660
Ottakringer	6,7%	18%	198
Voestalpine	6,3%	9,2%	10.954
Red Bull	6,1%	12,1%	4.253
Energie AG OÖ	5,7%	14,9%	2.253
OMV	5,6%	13,9%	34.053
Andritz	4,3%	17,5%	4.597

dayli: Wie 7-Eleven, nur besser

Unternehmenssanierer Rudolf Haberleitner baut die ehemaligen Schlecker-Filialen zu einem breit sortierten Nahversorger um. Jede dayli-Filiale wird künftig über ein eigenes Bistro und ein Terminal für Onlineshopping verfügen. Als Vorbild dient der internationale Nahversorger 7-Eleven.



dayli

Eigentümer: TAP09 (Rudolf Haberleitner, 50 Prozent), Novomatic AG (45 Prozent), Novo Invest GmbH (5 Prozent).

Filialen: 888 in Österreich, bis Ende 2013 sind 900 geplant; 480 in Belgien, Luxemburg, Polen und Italien, bis 2016 sind 4.169 Standorte in ganz Europa geplant

Mitarbeiter: Insgesamt 5700, davon 3800 in Österreich

Umsatz: 1,108 Mrd. Euro (Planung bis Ende 2013, nur Österreich)

Gründung: 2012

Slogan: dayli. My shop.

Web: www.dayli-shop.com

Um 7-Eleven als die größte Einzelhandelskette der Welt zu erkennen, muss man den Blick auf die Anzahl der Filialen richten: Kein anderer Einzelhändler hat ein derart dichtes Filialnetz. 49.494 Filialen gibt es insgesamt, in 16 Ländern. In Japan ist 7-Eleven mit 14.807 Filialen praktisch flächendeckend vertreten, in den USA sind es 8.127 Geschäfte. Eines davon muss Rudolf Haberleitner nachhaltig inspiriert haben. „Ich habe lange in den USA gelebt, und 7-Eleven war auch ein Anstoß für mich, ein ähnliches Konzept zu entwickeln“, sagt Haberleitner zu *retail*. Er kann sich sogar vorstellen, auch *dayli* nach dem Franchise-Prinzip von 7-Eleven zu betreiben.

Haberleitner ist seit Ende letzten Jahres die Zukunftshoffnung von Tausenden ehemaligen *Schlecker*-Mitarbeitern in Belgien, Italien, Luxemburg, Polen und Österreich. Unter dem neuen Namen *dayli* soll der gekenterte Drogerie-Riese zu einem Nahversorger werden – ähnlich wie 7-Eleven, aber „höher entwickelt“, wie Haberleitner sagt.

Schlecker Österreich, mit 1.350 Filialen und 4.600 Mitarbeitern in Belgien, Italien, Luxemburg, Polen und Österreich, war im Jänner 2012 durch die Insolvenz der deutschen Muttergesellschaft ins Strudeln geraten. Nach monatelangem Ringen um die Zukunft der Handelskette hatte Rudolf Haberleitner diese un-

ter dem Fonds TAP09 („Turnaround Platform“) erworben. Mit *Novomatic*-Eigentümer Johann Graf steht Haberleitner ein finanzkräftiger Partner zur Seite: Für ein Darlehen in der Höhe von zehn Millionen Euro und einen Gesellschafterzuschuss in der Höhe von 13,5 Millionen Euro erhielt Graf 45 Prozent an *dayli*, weitere fünf Prozent hält er über eine zweite Gesellschaft. Bis Ende 2013 soll der Umsatz in 900 österreichischen Filialen rund eine Milliarde Euro betragen, der projizierte Gesamtumsatz für *dayli* ist nicht bekannt.

7-Eleven, für Sanierer Haberleitner ein Vorbild, ist ein Nahversorger, orientiert an täglichen Bedürfnissen: Die Shops bieten ein kleineres Supermarktsortiment mit Bistro. Hier finden hungrige Hamburger (*Big Bite*), Hot Dogs, Chicken Wings, Kaffee, Doughnuts und die berühmt-berüchtigen *Shurpees* – sorbetartige Erfrischungsgetränke aus dem Automaten. Seit jüngstem platziert der Onlinehändler Amazon seine Packstationen in den US-amerikanischen 7-Eleven-Shops, um Paketdiebstähle zu verhindern. Die Geschäfte sind rund um die Uhr geöffnet, sieben Tage die Woche. Wer will, kann im nächstgelegenen 7-Eleven auch seine Bankgeschäfte abwickeln. In den USA, Kanada und in Australien verkauft 7-Eleven an manchen Standorten auch Sprit. Auf Europäer wirken die Shops daher oft wie größere Tankstellen.

Ähnlich nah am Kunden stellt sich Rudolf Haberleitner auch die zukünftigen *daylis* vor. Die Zeiten der Drogerie sind vorüber: „Wir werden mit unseren Produkten mehr Bedürfnisse der Konsumenten abdecken“, sagt der Oberösterreicher gegenüber retail. *dayli* soll der Nahversorger für Menschen ohne Auto werden, „die nicht in der Peripherie in einem Shoppingcenter einkaufen wollen“, erklärt Haberleitner. Soeben hat er Testphasen für die neuen Nahversorger-*daylis* in den Muster-Geschäften in Pöggstall, das nur 24 Kilometer von seinem Geburtsort entfernt liegt, und in Linz-Ebelsberg erfolgreich beendet.

Die neuen *daylis* werden unter anderem Lebensmittel, Schreibwaren, Kosmetik, Mode, Musik und Bücher anbieten. Haberleitner will außerdem Dienstleistungen wie zum Beispiel Putzerei- und Postservices etablieren. Als Kooperationspartner hat er sich *Ankerbrot*, *Conrad Electronics*, *Nike* und *Adidas* bereits ins Boot geholt. Der *dayli* der Zukunft ist ein erweitertes Wohnzimmer: „Im Endausbau soll jede Filiale ein Bistro haben, das als Treffpunkt dient, wo man gerne sitzt und kommuniziert. Es geht nicht darum, dass sich die Kunden hier lediglich eine Leberkäsesemmel kaufen. Das Bistro soll die Kunden-Frequenz erhöhen und gleichzeitig Mehrwert schaffen.“ Haberleitner plant außerdem, dass die Bestellung per Anruf aufgegeben werden kann. Diese wird dann nach Hause geliefert.

In Sachen Multichanneling soll *dayli* im Lebensmittel-Einzelhandel Vorreiter werden. Online-Shopping nicht von der Couch aus, sondern zwischen den Regalen im Geschäft: „Jede Filiale wird ein Terminal haben, bei dem man via Touchscreen Artikel einkaufen kann. Wer sich nicht auskennt, bittet die Mitarbeiter um Hilfe.“ Haberleitner hat Marktforschung betrieben und festgestellt, dass trotz weitreichender Internetdurchdringung ein Drittel der Menschen noch keine Möglichkeit hat, online einzukaufen.

7-Eleven ist ein Franchiseunternehmen. Ist für Rudolf Haberleitner ein Franchise-System vorstellbar? Tatsäch-

lich: „Unser langfristiger Businessplan sieht die Etablierung eines Franchisepaketes für selbständige Kaufleute vor. Da wir unsere Arbeit sehr ernst nehmen und professionell vorgehen, werden wir zuerst alle Komponenten für ein erfolgreiches Franchise-System entwickeln und dann in den Markt einsetzen. Dies wird voraussichtlich zu Jahresbeginn 2014 soweit sein.“

Zwischen Rudolf Haberleitner und der Gewerkschaft der Privatangestellten herrscht derzeit Eiszeit, weil *dayli* die Ladenöffnungszeiten wieder zum Gesprächsthema macht. Anfang Februar zeigte die Gewerkschaft die Handelskette wegen der Sonntagsöffnung der Filiale in Linz-Ebelsberg an. Haberleitner hatte seine Ankündigung wahr gemacht und nicht nur das Bistro am Wochenende offen gehalten, sondern auch Drogerieartikel zum Verkauf angeboten. „Wir sehen in unserem Handeln keinen Verstoß gegen die Ladenöffnungszeiten. Auch Tankstellen und Bahnhofsshops verkaufen Zahnbürsten am Sonntag“, sagt Haberleitner. *7-Eleven* auch: Der Name wurde aus den ursprünglichen Öffnungszeiten (sieben Uhr morgens bis elf Uhr nachts) abgeleitet. Inzwischen hat *7-Eleven* an allen Standorten durchgehend geöffnet, 24 Stunden täglich, sieben Tage in der Woche.

In Europa ist *7-Eleven* derzeit nur in Norwegen (162 Filialen) Schweden (189 Filialen) und Dänemark (197 Filialen) vertreten. Rudolf Haberleitner muss nicht befürchten, dass *7-Eleven* in absehbarer Zeit nach Österreich expandiert und ihm die Rolle als Nahversorger streitig macht. Auf Anfrage von *retail* meint Pressesprecherin Margaret Chabris aus der US-Kommunikationszentrale in Dallas: „Das Unternehmen *7-Eleven* als Lizenzgeber der *7-Eleven*-Geschäfte verfolgt zahlreiche Möglichkeiten für Expansionen in der ganzen Welt. Es gab zuletzt aber keine Ankündigungen über mögliche weiterführende Projekte in Europa. Wir unterhalten ein 24-Stunden-Geschäft an sieben Tagen die Woche und sehen es als Kundenfreundlichkeit an, rund um die Uhr offen zu halten.“

Anita Kattinger



7-Eleven

Eigentümer: Überwiegend Franchising, *Seven & I Holdings* über Itō-Yōkadō Japan. Der japanische Konzern hält seit 1991 die Mehrheit.

Mitarbeiter: *7-Eleven* macht keine Angaben. Schätzung: weit über 50.000

Umsatz: *7-Eleven* macht keine genauen Angaben, Schätzung > 35 Mrd. Euro (USA und Japan)

Filialen: Gesamt: 49.494
Europa (Norwegen Dänemark, Schweden): 547, Australien: 595, Asien (ohne Japan): 29.502, Japan: 14.807, Nordamerika (USA und Kanada): 8.604, Mexiko: 1.498.

Gründung: 1927

Slogan: 7-Eleven. Thank Heaven.

Web:
USA: www.7-eleven.com
Japan: sei.co.jp

„Der Standard“
04.04.2013

Ex-Alizee-Bank kämpft noch um Konzession

Aktionäre erwägen Schritte
gegen Finanzmarktaufsicht

Wien – Die frühere Alizee-Bank – heute: Ells Holding – steckt immer noch in der Bredouille. Die Bank werde mit Kapitalmaßnahmen der Aktionäre erhalten, erzählt Hannes Jarolim, selbst Ells-Aktionär und -Aufsichtsrat sowie Anwalt und SPÖ-Nationalratsabgeordneter. Mit den „steigenden Zuschüssen“ werde man das Institut bis zu einer endgültigen Entscheidung der Gerichte über die Bankkonzession erhalten. Dabei gehe es auch darum, dass die Gesellschaft allenfalls Amtshaftungsansprüche gegen die Finanzmarktaufsicht FMA erheben kann.

Mit selbiger liegt die Bank seit längerem im Clinch, man fühlt sich von ihr „massiv geschädigt“, wie Jarolim sagt. Die FMA hat der Bank vorigen Herbst die Konzession entzogen, weil „einzelne Eigentümer den gesetzlichen Anforderungen über die persönliche Zuverlässigkeit nicht genügen und ein nachhaltiges Geschäftsmodell fehlt“. Größter Aktionär der Bank war damals der russischstämmige Transportunternehmer Andrej Kotchetkov, der gern die Mehrheit gehabt hätte. Heute ist Ex-Giro-Banker Herbert Lugmayr größter Aktionär. Außerdem beteiligt: Ex-Kapitalmarktbeauftragter Richard Schenz, Franz Schnabl (Ex-Generalinspektor der Wiener Sicherheitswache), Investor Thomas Hönigsberger, Walter Dahl, Ex-Innenminister Franz Löschnak und Ex-Finanzminister Andreas Staribacher (beide SPÖ).

Teufelskreis

Gegen den Konzessionsentzug hatte die Bank Rechtsmittel eingelegt; der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) hat diesem Antrag aufschiebende Wirkung zuerkannt. Was der Bank aber nichts nützte, denn: Zwei Tage zuvor war sie aus der Einlagensicherung ausgetreten. Die FMA legte ihr das als eine Art freiwilligen Rückzug aus zentralen Geschäftsbereichen aus, was wiederum die massive Einschränkung der Bankkonzession nach sich gezogen hat. Auch dagegen haben die Banker VwGH und Verfassungsgerichtshof angerufen.

Bis zur Entscheidung wird die Ells Holding weiterhin ein bisschen Bank sein. Sollte die Sache schief gehen, so Aufsichtsrat Jarolim kampfeslustig, werde man eben Schritte gegen die FMA unternehmen. (gra)

„Austria Live“ März 2013

SPONSORENFENSTER



Warum unterstützen Sie ausgezeichnet die Austria?

„Neben Erhöhung der Markenbekanntheit sieht Admiral im Sponsoring eine wichtige Maßnahme zur Förderung des österreichischen Sports, der eine zentrale gesellschaftliche Bedeutung einnimmt. Als Traditionsverein in Österreich ist uns eine Kooperation mit Austria Wien ein besonderes Anliegen.“

Wann hat Ihre Zusammenarbeit mit der Austria begonnen?

„Im Jahr 1999. Gleichzeitig mit dem Ausbau der Admiral-Filialen begann unsere Zusammenarbeit mit der Austria.“

Wie sieht die Kooperation im Detail aus?

„Neben klassischer Bandenwerbung

und Werbung im Onlinebereich hält Admiral ein großes Kartenkontingent, welches für Promotions und Geschäftskunden genutzt wird.“

Ihr all-time-Lieblings-Austrianer?

„Aufgrund meiner langjährigen Tätigkeit in der Wettbranche kenne ich natürlich sehr viele Spieler und Trainer persönlich, aber mein absoluter Favorit und alltime-Austrianer ist Toni Polster.“

Ihr schönstes Erlebnis in Violett?

„Im Happel Stadion im Jahr 2002 beim Spiel gegen Schachtjor Donezk. Dieser 5:1 Kantersieg war einfach legendär und sehr eindrucksvoll.“

Haben Sie selbst auch (bei einem Verein) gespielt (wann & wo)?

„Nein.“

Geschäftsführer

Jürgen Irsigler

ADMIRAL
WETTEN. SIE GEWINNEN.

Infos:

Admiral Sportwetten
GmbH
Novomatic Straße 5
2352 Gumpoldskirchen

Tel: 02252/607090
www.admiral.at
200 Filialen in
Österreich