

Pressespiegel 2015

Press Documentation 2015

Novomatic

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Dr. Reichmann

13.07.2015 / KW 28

„NÖN online“, 13.07.2015

Casino: "Urteil" nächste Woche?

Krems oder Bruck? Wo wird die geplante Spielbank gebaut?



Jetzt wird es wirklich ernst: Bis spätestens Mitte nächster Woche soll eine Entscheidung über die umstrittene Vergabe der Casino-Lizenzen fallen: Am Mittwoch, 22. Juli, läuft die angesetzte Frist ab.

Bruck/Leitha (Novomatic-Projekt) oder doch Krems (Casinos Austria)? Wie berichtet, muss nun das Bundesverwaltungsgericht über diese Streitfrage befinden. Denn die Casinos Austria AG hat Einspruch gegen den Bescheid des Finanzministeriums eingelegt, das der Firma Novomatic den Zuschlag erteilt hatte.

Insider spekulieren aufgrund des bisherigen Prozessverlaufes darauf, dass das Gericht eine Neubewertung der jeweiligen Konzepte anordnet. Das würde heißen: „Zurück an den Start!“

Brisant: Die seinerzeitige Entscheidung war unter Finanzminister Michael Spindelegger getroffen worden. Mittlerweile hat Hans Jörg Schelling das Kommando übernommen. Und damit werden die Karten neu gemischt.

In Krems ist man nun durchaus optimistisch. Wirtschaftsstadtrat Erwin Krammer: „Ich glaube, wir haben gute Chancen, dass wir doch noch zum Zug kommen. Ich wäre sehr froh darüber. Krems würde mit einem Casino stark aufgewertet werden.“

„Rate von Börsengang ab“

Der soeben abgetretene Lotterien-Vorstand Friedrich Stickler glaubt nicht daran, dass Spielerschutz und Gewinnmaximierung unter einen Hut zu bringen sind.

Von Miriam Koch

FORMAT: Der österreichische Staat versucht derzeit, weitere Anteile an den Casinos Austria - und damit auch an den Lotterien - zu erwerben. Auch mit der Perspektive, einen späteren Börsengang zu ermöglichen. Was halten Sie von diesem Plan?

Friedrich Stickler: Was die Lotterien betrifft, kann ich von einem Börsengang nur abraten. Bei einem börsennotierten Glücksspielunternehmen gibt es immer Konflikte zwischen Regulator und Spielerschutz auf der einen Seite und dem Wunsch der Aktionäre nach Gewinnmaximierung.

Aber in anderen Ländern sind solche Gesellschaften sehr wohl an der Börse?

Der Versuch, möglichst hohe Gewinne und Umsätze zu erzielen, quasi den letzten Cent aus dem Geschäft zu pressen, ist mit gesellschaftlicher Verantwortung und Spielerschutz nicht vereinbar. Gewinnmaximierung passt mit Glücksspiel nicht wirklich zusammen.

Aber ist es sinnvoll, dass ein Staat einerseits Glücksspiellizenzen vergibt und andererseits selbst Eigentümer ist?

In einer gewissen Situation ja. Meiner Ansicht nach allerdings nicht als Mehrheits-eigentümer über einen längeren Zeitraum. Es gibt in Europa die unterschiedlichsten Modelle, um Lotterien zu strukturieren.

Wer käme, abgesehen vom Staat, als künftiger Eigentümer der Casinos und Lotterien in Österreich in Frage?

Ein strategischer Partner, der die langfristige Entwicklung im Auge hat.

Aber wer könnte so ein Partner sein?

Es gibt eine Reihe von Interessenten. Die tschechische Gruppe mit Peter Goldscheider wäre so ein strategischer Partner, denn die Gruppe hat bereits Anteile an zwei Lotteriegesellschaften in Europa. So viel ich weiß, beabsichtigen sie, in Österreich einen Technologie-Hub auf die Beine zu stellen, was ich sehr vernünftig fände. Sie wollen hierzu das Know-how der Casinos und der österreichischen Lotterien nutzen. Ein weiterer Interessent mit strategischem Potenzial wäre Novomatic. Ich fände es durchaus überlegenswert, sich näherzukommen. Bei Novomatic ist Geld und große Erfahrung als Produzent sowie Know-how im Automatenbereich vorhanden, bei Casinos und Lotterien Know-how im Spielbereich und in der Entwicklung. Ich gehe allerdings davon aus, dass die meisten der derzeitigen Eigentümer der Casinos vor allem auf den Kaufpreis schauen.

Es gibt Blockade- und Vorkaufsrechte unter den jetzigen Eigentümern. Ist das sinnvoll?

Als in den 70er-Jahren die Konstruktion entstand, war das sehr sinnvoll. Weil man damals große Angst hatte, dass plötzlich ein unseriöser Eigentümer auftaucht. In der Zwischenzeit stellt sich die Syndizierung aber als ziemlich hinderlich heraus. Wobei etwa die B&C-Holding einfach die Gesellschaft, die ihre Anteile gehalten hat, an Novomatic verkauft hat und nicht die Anteile selbst. Ob man das mag oder nicht, es war wirklich clever. Das hat alle überrascht.

Welche Entwicklungen erwarten Sie denn allgemein für den Glücksspielbereich?

Eine weitere Konzentration. Die Großen fressen die Kleinen. Für Glücksspiel im Internet sehe ich in einigen Ländern Europas zumindest eine partielle Liberalisierung. Wir werden aber keine vollständige Liberalisierung sehen, sondern jedes Land wird den Sektor so regulieren, wie es für richtig hält.

Sind solche Alleingänge gescheit?

Ja, absolut. Glücksspiel ist ein sensibler Sektor mit ganz unterschiedlichen Kulturen und Strukturen in den Ländern Europas. Die Italiener gehen eher liberal an die Sache heran, was letztlich zu einem starken Überangebot im Glücksspiel geführt hat. Andere Länder, etwa Finnland, haben ein sehr rigides System. Dort gibt es einen staatlichen Glücksspielanbieter und ein durchgängiges Monopol.

Ein Monopol kann durch illegale Glücksspiel-Seiten im Internet durchlöchert werden?

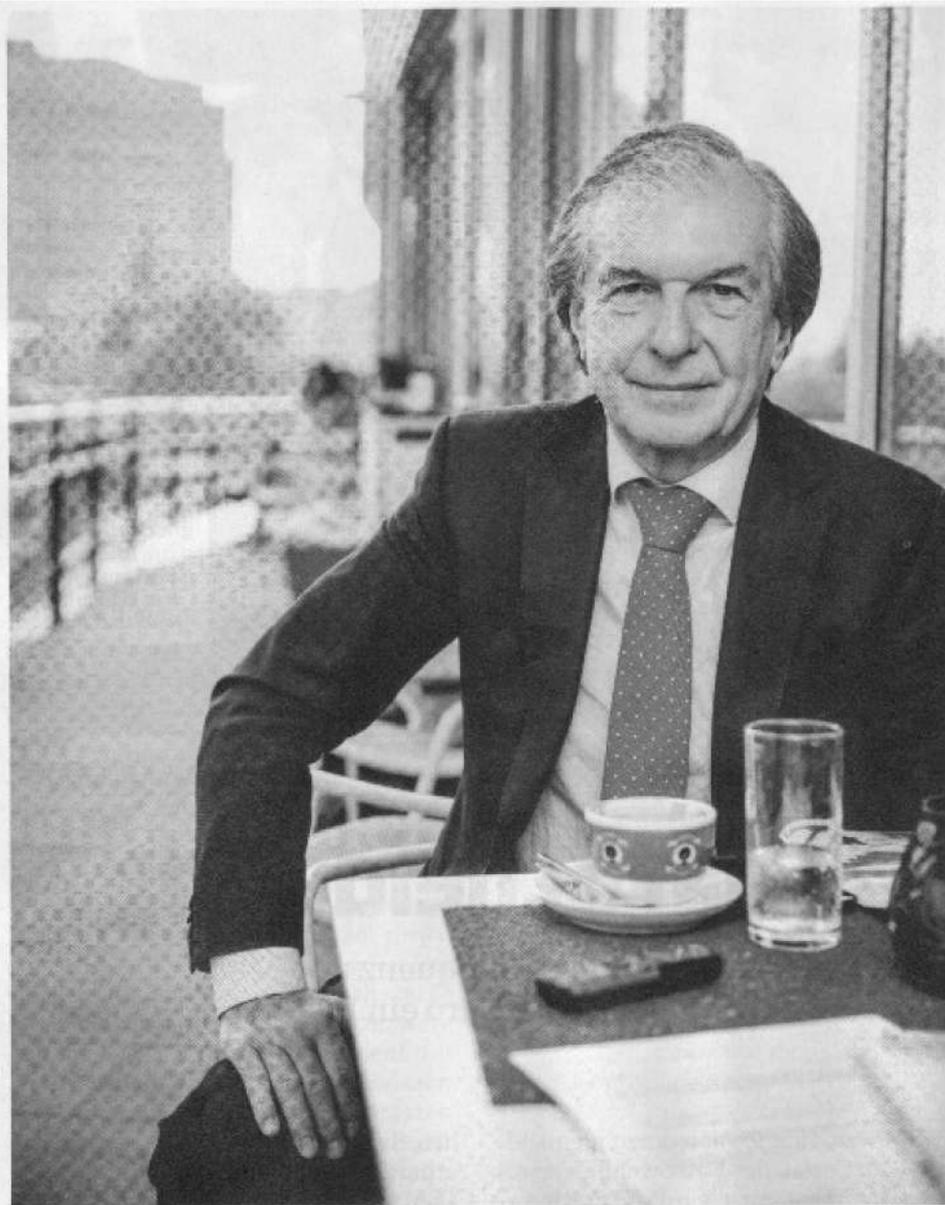
Nicht, wenn der Zugang zu illegalen Internet-Seiten blockiert wird. Werden illegale Anbieter zugelassen, wird die Schutz Aufgabe, die der Regulator wahrzunehmen hat, nicht erfüllt. Grundsätzlich gilt: Je gefährlicher ein Angebot ist, umso stärker muss reguliert werden. Das heißt, es braucht eine strenge Regulierung bei Automaten und im Internet; Klassenlotterie-Süchtige gibt es hingegen keine.

Welche Länder blockieren IP-Adressen von illegalen Anbietern?

Eine Reihe von Ländern, darunter etwa Belgien, Italien oder Frankreich. In Italien zum Beispiel bekommt man nach dem Eintippen der Adresse die Warnung, dass man eine illegale Seite besuchen möchte.

„Ich schätze den österreichischen Steuerausfall durch illegale Glücksspiel-Anbieter im Internet auf rund 100 Millionen Euro.“

Friedrich Stickler fordert strengere Regelungen in Österreich



Aber dennoch gibt es Wege, um solche Sicherungen zu umgehen ...

Das höre ich oft. Aber wenn man 80 bis 90 Prozent der Konsumenten erreicht, ist das schon einmal sehr hilfreich. Es gibt zudem die Möglichkeit, Zahlungen an illegale Anbieter zu verhindern, sodass Überweisungen an und von solchen Unternehmen verboten sind. Das machen die Israelis oder die USA. Weitere Maßnahmen sind das Verbot der Werbung von illegalen Anbietern und das Führen von schwarzen Listen.

Wie viel entgeht denn Österreich, weil es bei uns keine so strengen Maßnahmen gegen illegale Internet-Anbieter gibt?
Ich schätze den Steuerausfall auf rund 100 Millionen Euro.

Wie stehen Sie dazu, dass es bei uns auffallend viele Sportwetten-Cafés gibt?
Das hängt mit dem eigentlich letzten Schwachpunkt der österreichischen

Glücksspiel-Gesetzgebung zusammen. Sportwetten sind seit 1918 Ländersache. Dabei wäre es sinnvoll, Sportwetten auch im Glücksspielgesetz zu regeln, indem der Rahmen vom Bund vorgegeben wird und die Umsetzung durch die Länder erfolgt.

Bekommt man wenigstens den Wettbetrug mittlerweile besser in den Griff?

Nein, Wettbetrug nimmt weltweit weiter zu. Das hängt auch damit zusammen, dass die organisierte Kriminalität Internet-Sportwetten für sich entdeckt hat, um Geld zu waschen und mit Manipulationen viel Geld zu verdienen. Das Risiko dabei ist relativ gering, da die Gesetzgebung weltweit viel zu schwach ist. 500 bis 1.000 Milliarden Dollar werden illegal im Bereich Sportwetten umgesetzt. Ich werde immer wieder gefragt, ob diese Schätzung realistisch ist. Aber allein die zwei größten illegalen Buchmacher, die auf den Philippinen sitzen, machen jeweils 200 Milliarden Dollar Umsatz.

Zur Person. Friedrich Stickler, 66, ist Österreichs Mr. Lotto. Er hat in den 80er-Jahren das Spiel „6 aus 45“ nach Österreich gebracht und war fast 30 Jahre Chef der Österreichischen Lotterien. Zudem war er lange Jahre Präsident des Österreichischen Fußballbundes und stand der Europäischen Lotterievereinigung vor. Mit Ende Juni 2015 ging er als Lotto-Chef in Pension. Künftig will er Strategieberatung für Lotterien und Glücksspiel-Hersteller sowie für Sportverbände und Regierungen anbieten.

Was könnte und sollte die EU denn dagegen tun?

Die wichtigste Initiative ist die Konvention des Europarats gegen Wettbetrug, die mittlerweile von 18 Staaten unterschrieben wurde.

Auch von Österreich?

Nein, aber ich hoffe, dass es auch bei uns bald eine Koordinationsstelle für den Kampf gegen Wettbetrug gibt. Denn die Materie betrifft verschiedene Ministerien, Instanzen und Sportorganisationen, die man koordinieren muss.

Sie sind seit Kurzem in Pension. Wie waren denn die ersten Tage?

Nachdem ich mich nicht in Pension fühle, hab ich ganz schön viel um die Ohren. Ich sitze stundenlang am Computer, habe gerade ein Bewerbungsschreiben an die EU-Kommission für eine Expertengruppe verfasst. So wirklich das Gefühl, dass es vorüber ist, habe ich nicht.

Aber Ihr Büro ist jetzt schon geräumt?

Ja, seit Anfang Juli. Das war eine schwere Aufgabe, da sich viel angesammelt hat.

Haben Sie dabei auch Dinge gefunden, die Sie eigentlich vergessen hatten?

Unbedingt, zum Beispiel Briefings für die Einführung von Lotto in Österreich. Eine Agentur hatte damals vorgeschlagen: „Her mit den Möpsen“. Ich glaube, „Alles ist möglich“ war da doch der bessere Slogan.

Sie arbeiten künftig als Berater?

Ich bin die letzten 30 Jahre quasi mit 180 gefahren, da kann man dann nicht einfach stillstehen. Allerdings möchte ich jetzt zwei Monate lang abhängen und Urlaub machen, denn das Leben zuvor war schon sehr hektisch.

„Format“, 10.07.2015

Ö-Marken: Red Bull, und dann lange nichts

Einmal im Jahr ermittelt das European Brand Institute die wertvollsten heimischen Unternehmensmarken, und einmal mehr steht dabei 2015 Red Bull einsam an der Spitze. Die Marke des Salzburger Energydrinks ist demnach knapp 15 Milliarden Euro wert. Dahinter folgen Swarovski und Novomatic. Der Glücksspielkonzern gilt dem Institut als Wachstumssie-

Unternehmen	Wert
1 Red Bull	14,8 Mrd. €
2 Swarovski	3,3 Mrd. €
3 Novomatic	2,8 Mrd. €
4 Spar	2,1 Mrd. €
5 Raiffeisen	2,0 Mrd. €
6 ÖBB	1,9 Mrd. €
7 Erste Group	1,6 Mrd. €
8 OMV	1,4 Mrd. €
9 VIG	1,1 Mrd. €
10 XXXLutz	0,8 Mrd. €

ger: Der Markenwert sei 2014 durch Innovationskraft und strategische Akquisitionen erneut um acht Prozent gewachsen und liegt bei 2,8 Milliarden Euro. In die Top Ten schafften es dieses Mal auch die Vienna Insurance Group und XXXLutz. Vermerkt wurde außerdem die Wiederbelebung von Traditionsmarken wie der ÖBB.

„Kleine Zeitung“, 09.07.2015

KLEINE ZEITUNG
09.07.15

ÖSTERREICHISCHE TOP-MARKEN

Markenwert 2015 in Milliarden Euro



Quelle: APA/EUROPEAN BRAND INSTITUTE, Foto: FOTOLIA

Markenranking: Red Bull vorne

WIEN, SALZBURG. Bei der Frage nach Österreichs wertvollster Marke gibt es heuer keine Überraschung: Mit hohem Abstand führt Red Bull vor Swarovski. In den hinteren Rängen des Top-Ten-Rankings von Eurobrand gibt es allerdings zwei Neueinsteiger: die Vienna Insurance Group und XXXLutz. Der Markenwert der beiden Unternehmen hat sich nicht stark verändert. Den Aufstieg verdanken sie zwei Ausschlüssen aus der Wertung: Casinos Austria und A 1. Der Mobilfunker wird nicht mehr als österreichisches Unternehmen gewertet.

XXXLutz erstmals unter den zehn wertvollsten Marken

Red Bull bleibt Spitzenreiter, Novomatic mit größtem Zuwachs

WIEN/WELS. Die Möbelhandelskette XXXLutz hat es erstmals in die Rangliste der zehn wertvollsten Marken Österreichs geschafft. Mit 832 Millionen Euro Markenwert liegt das Welser Familienunternehmen auf dem zehnten Platz.

Das European Brand Institute, das die Rangliste jedes Jahr erstellt, erklärt, dass XXXLutz als weltweiter Top-Drei-Möbelhändler „zu den dynamischsten Unternehmen Europas“ zähle. Die Gruppe betreibe eine „stetige Expansionspolitik und überzeugt mit einer geschickten Markenportfoliostrategie, strategischen Akquisitionen sowie einem ausgezeichneten Mitarbeiterausbildungsprogramm“. Auch die seit 16 Jahren erfolgreiche TV-Werbekampagne mit der fiktiven Familie Putz wird erwähnt.

„Altbewährtes“ wiederbelebt

Der Salzburger Getränkehersteller Red Bull liegt heuer mit einem geschätzten Markenwert von 14,8 Milliarden Euro wieder auf Platz eins, dahinter folgen der Tiroler Kristallkonzern Swarovski (3,3 Milliarden) und der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic. Letzterer verbuchte mit plus acht Prozent auf 2,8 Milliarden Euro den höchsten Wertzuwachs.

Auf den Rängen vier bis neun der Eurobrand-Österreich-Wertung liegen Spar, Raiffeisen, ÖBB, Erste Bank, OMV und der Versicherungskonzern Vienna Insurance Group (VIG). Letzterer ist auch erstmals in den Top Ten. Ein Grund für den Aufstieg von XXXLutz und VIG ist, dass A1 Telekom wegen neuer Eigentumsverhältnisse (weniger als 45 Prozent österreichischer Besitz) und Casinos Austria wegen „starker regulatorischer Unvorhersehbarkeiten“ in der Analyse nicht mehr berücksichtigt wurden.

Gerhard Hrebicek, Sachverständiger für Marken- und Patentbewertung, betont, dass sich in wirtschaftlich turbulenten Zeiten ein Trend zu neu aufgeladenen „altbewährten Marken“ wie Post und KTM abzeichne und diese wiederbelebt würden.

Österreichische Top-Marken 2015

Auswahl

Platz 1

14,82

Milliarden Euro
Markenwert

Platz 2



SWAROVSKI

3,26

Milliarden Euro
Markenwert

Platz 3

NOVOMATIC
GROUP OF COMPANIES

2,83

Milliarden Euro
Markenwert

Platz 10

XXX Lutz

0,83

Milliarden Euro
Markenwert

Red Bull bleibt wertvollste Marke, Novomatic legt kräftig zu

Mit einem Wert von 14,8 Milliarden Euro führt Red Bull bei der „Eurobrand Austria 2015“-Studie.

Wien. (kill) Red Bull hält weiterhin die Verfolger auf Distanz und bleibt mit einem Markenwert von 14,819 Milliarden Euro die teuerste österreichische Marke, wie das European Brand Institute berechnet hat. Auch international kann sich das Salzburger Unternehmen behaupten und landete im Vorjahr auf Rang 53 im weltweiten Ranking, das Apple anführt.

Mit deutlichem Abstand folgt auf Platz zwei das Tiroler Kristallunternehmen Swarovski mit 3,3 Milliarden Euro Markenwert. Auf Rang drei folgt mit 2,831 Milliar-

den Euro der Glücksspielkonzern Novomatic, der laut dem European Brand Institute seit Beginn der Studie vor zwölf Jahren als einzige Marke jährlich den Wert gesteigert hat. Sowohl absolut als auch relativ legten Novomatic, die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) und die Erste Group am stärksten beim Markenwert zu. Novomatic steigerte seinen Wert durch Technologieinnovationen und die globale Expansion mittels strategischer Akquisitionen sowie dem Ausbau von Online-, Mobile- und Lotterielösungen. Bei den

ÖBB mache sich der Umbau von Bahnhöfen, der Ausbau von Onlinetickets und Social Media Aktivitäten sowie Sponsoring bezahlt. Die Erste Group profitiert von der Einführung der Online-Banking-Plattform „George“.

Vienna Insurance und XXXLutz steigen in Top 10 auf

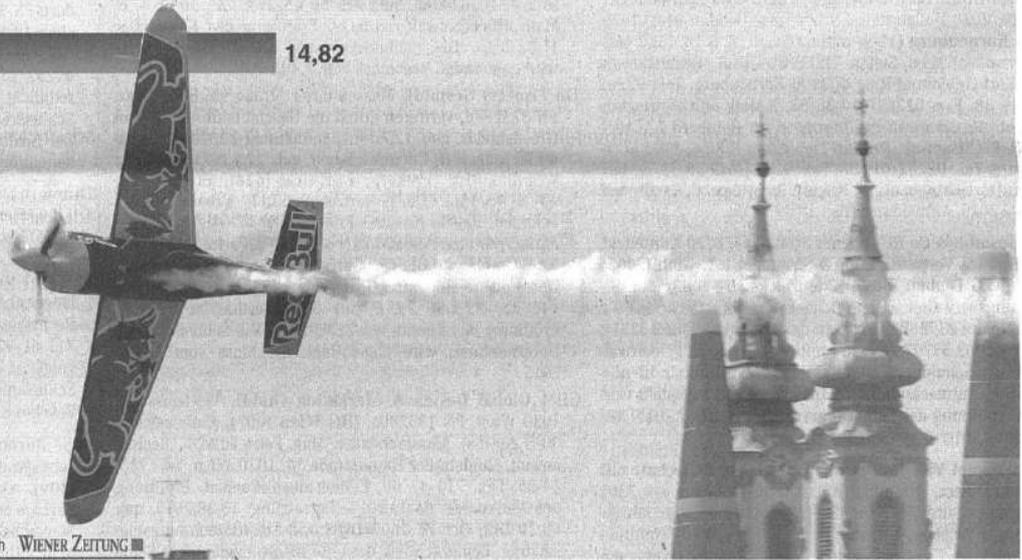
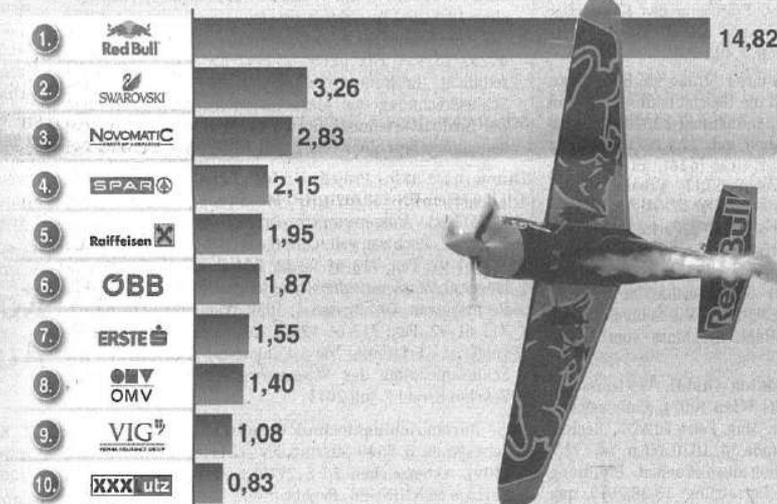
Erstmals unter den zehn wertvollsten Marken finden sich die Vienna Insurance Group und die XXXLutz Gruppe. Nicht mehr berücksichtigt wurden dieses Jahr die Casinos Austria, die im Vor-

jahr auf Rang fünf lagen – das European Brand Institute begründet dies mit „starken regulatorischen Unvorhersehbarkeiten“. Die A1 Telekom Austria, zuletzt Siebter, fiel aus dem Ranking, weil das Unternehmen mit dem neuen Mehrheitseigentümer, dem Telekomkonzern America Movil des mexikanischen Milliardärs Carlos Slim, zu weniger als 45 Prozent in österreichischem Eigentum steht.

Die Top-10-Marken sind insgesamt 31,7 Milliarden Euro wert, nach 34,6 Milliarden Euro im Vorjahr. ■

Österreichische Top-Marken

Markenwert 2015 in Mrd. Euro



Unternehmen

Red Bull bleibt wertvollste Marke in Österreich

WIEN. Red Bull bleibt die wertvollste Marke in Österreich. Auch in internationalen Rankings hat der Salzburger Energydrinkhersteller immer einen fixen Platz. In einem Österreich-Vergleich liegt Red Bull mit einem geschätzten Markenwert von 14,8 Milliarden € unangefochten an der Spitze, ermittelte der Marken- und Patentbewerter Eurobrand. Mit großem Abstand auf Platz 2 landete der Tiroler Kristallkonzern Swarovski (rund 3,3 Milliarden €).

Zuwächse für die ÖBB

Der dritte Platz ging an Novomatic. Eurobrand schätzt den Markenwert des Glücksspielkonzerns aktuell auf 2,8 Milliarden €, ein Plus von acht Prozent gegenüber 2014. Damit erzielte Novomatic den stärksten Zuwachs von allen Marken. Auch ÖBB (plus 5,5 Prozent auf 1,9 Milliarden €) und Erste Bank (plus 4,1 Prozent auf 1,6 Milliarden €) verbuchten heuer starke Zuwächse bei ihren Markenwerten. Erstmals im Top-10-Ranking vertreten sind der Versicherungskonzern Vienna Insurance Group (VIG) mit einem Markenwert von 1,1 Milliarden € sowie der Möbelhändler XXXLutz (832 Millionen €).

Bedingt durch die neuen Eigentumsverhältnisse bei Al Telekom (weniger als 45 Prozent in österreichischem Eigentum) und aufgrund regulatorischer Unvorhersehbarkeiten bei den Casinos Austria wurden diese Markenunternehmen nicht mehr berücksichtigt, erläuterte Eurobrand am Mittwoch. Der Wert der zehn wertvollsten Marken in Österreich wird von Eurobrand in Summe auf 31,7 Milliarden € geschätzt. Die Top-10 sind: Red Bull, Swarovski, Novomatic, Spar, Raiffeisen, ÖBB, Erste Bank, OMV, VIG sowie XXXLutz. (apa)

Energydrink-Riese

Red Bull gilt – mit einem Wert von fast 15 Mrd. € – als die mit Abstand stärkste heimische Marke. Wachstumssieger ist Glücksspiel-Multi Novomatic, der seinen Markenwert in einem Jahr um 8% steigerte. Neu in den Top 10 sind XXXLutz und die Vienna Insurance Group. Die Telekom Austria, die jetzt zu unter 45% in heimischem Besitz steht, flog aus der Wertung.

Die wertvollsten heimischen Marken



Krone GRAFIK Quelle: European Brand Institute 2015

Markenwert: VIG und XXXLutz schaffen Sprung in die Top 10

Österreichs wertvollste Marken	
Firma	Markenwert
Red Bull	14,82 Mrd. € (-4,2%)
Swarovski	3,26 Mrd. € (-6,0%)
Novomatic	2,83 Mrd. € (+8,0%)
Spar	2,15 Mrd. € (-1,4%)
Raiffeisen	1,95 Mrd. € (-5,7%)
ÖBB	1,87 Mrd. € (+5,5%)
Erste Group	1,55 Mrd. € (+4,2%)
OMV	1,40 Mrd. € (+2,6%)
VIG	1,08 Mrd. € (+1,8%)
XXXLutz	0,83 Mrd. € (+3,2%)

Laut Eurobrand gehören die Vienna Insurance Group (9.) und XXXLutz (10.) heuer erstmals zu den zehn wertvollsten Marken Österreichs. Nummer eins bleibt trotz leichtem Minus Red Bull mit rund 14,8 Milliarden (-4,2 %), gefolgt von Swarovski (3,3 Milliarden, -6,0 %). Wachstumssieger 2015 ist der Glücksspiel-Konzern Novomatic, dessen Wert um 8 % auf rund 2,8 Milliarden stieg

Fotos: List Niesner, ÖBB

RANKING 2015

ÖBB und Novomatic sind die Marken-Aufsteiger

„eurobrand Austria“. Red Bull wieder Platz eins

ÖSTERREICHISCHE TOP-MARKEN

Markenwert 2015 in Mrd. Euro

1.		14,82
2.		3,26
3.		2,83
4.		2,15
5.		1,95
6.		1,87
7.		1,55
8.		1,40
9.		1,08
10.		0,83

Beim ersten Platz hat sich nichts geändert. Der Vorsprung von Red Bull war mit einem Markenwert von fast 15 Milliarden Euro viel zu groß. Die Markenwertstudie vom European Brand Institute erfasst nicht den Wert des Unternehmens, sondern den der Marke.

Nicht mehr gelistet im Ranking 2015 für Österreich sind Telekom Austria und Casinos Austria. Laut dem Herausgeber der Studie, Gerhard Hrebicek, war bei der Telekom die Übernahme der Mehrheitsanteile durch den mexikanischen Großinvestor Carlos Slim die Ursache für die Neubewertung – die österreichische Beteiligung ist zu gering. Die Casinos Austria flogen wegen der unsicheren Marktlage hinaus.

Novomatic im Glück

Aufsteiger waren der Glücksspielkonzern Novomatic und die ÖBB. Der Marktwert der Novomatic stieg um 211 Millionen Euro (plus acht Prozent), bei der ÖBB ergaben plus 5,5 Prozent einen Markenwert von 1,8 Milliarden Euro. Neu dabei – auf den Plätzen neun und zehn – sind die Vienna Insurance Group sowie die XXXLutz Gruppe.

In wirtschaftlich turbulenten Zeiten steigt das Bedürfnis nach Sicherheit und der Wunsch nach Vertrauen. Hřebíček sieht darin eine Ursache für die Wiederbelebung altbekannter Marken. Das Neuaufleben eingeführter Marken wie KTM oder Post sei außerdem billiger als die Schaffung neuer. Etwa 40 Prozent des Gesamtwertes eines Unternehmens entfallen laut Hřebíček auf den Markenwert. Berücksichtigt wurden: Branche, Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und Umsatz.

Manner mag man eben

Abgefragt wurde auch das Vertrauen der Österreicher in diverse Produktgruppen. Gewonnen haben Kekse, Waffeln und Schnitten. Ein Grund dafür: das große Vertrauen der Konsumenten in die Marke Manner.

Derzeit wird bereits an einem internationalen Standard für die Bewertung von Marken gearbeitet. Insbesondere China ist daran interessiert. Der neue Standard soll nämlich auch große chinesische Marken international vergleichbar machen.

– KATRIN ROTHER

Red Bull bleibt teuerste Marke



Nummer 1.
Red-Bull-Boss
Didi Mateschitz.

Wert von Novomatic legt am stärksten zu

Top-10-Ranking: Novomatic und ÖBB sind Österreichs Überflieger des Jahres.

Wien. Keine andere Marke aus Österreich ist so viel wert wie Red Bull: Der Salzburger Dosengigant ist laut neuester Eurobrand-Studie mit einem Markenwert von 14,82 Mrd. Euro unangefochtene Nummer 1 (s. Tabelle). Erst mit einem Riesenabstand folgt Swarovski auf Platz 2 (3,26 Mrd. Euro). Absoluter Marken-

Überflieger ist Novomatic: Der Glücksspielkonzern aus Niederösterreich steigerte seinen Markenwert um 8% auf 2,83 Mrd. Euro und katapultierte sich erstmals auf Platz 3.

XXXLutz springt in Top 10. Auch die ÖBB (plus 5,5% auf 1,9 Mrd. Euro) verbuchten starke Zuwächse. Erstmals in den Top 10 sind der Versicherer VIG (1,1 Mrd. Euro) und der Möbelhändler XXXLutz (832 Mio. Euro).

Das sind Österreichs Top-Marken wert

1. Red Bull	14,82 Mrd. Euro
2. Swarovski	3,26 Mrd. Euro
3. Novomatic	2,83 Mrd. Euro
4. Spar	2,15 Mrd. Euro
5. Raiffeisen	1,95 Mrd. Euro
6. ÖBB	1,87 Mrd. Euro
7. Erste Bank	1,55 Mrd. Euro
8. OMV	1,40 Mrd. Euro
9. VIG	1,08 Mrd. Euro
10. XXXLutz	0,83 Mrd. Euro

„Kleine Zeitung“, 08.07.2015

GLÜCKSSPIEL

Rechnungshof prüft Lizenzvergabe

Spielautomaten: drei Einsprüche und hitzige Debatte.

Drei Unternehmen mit mehr oder weniger gutem Draht zum Konzern Novomatic und zur Politik teilen sich ab 2016 das kleine Glücksspiel (1012 Automaten) in der Steiermark auf. Die KPÖ wollte im Landtag Details zu dem „völlig intransparenten Verfahren“ hören, die Grünen witterten ein „abgekartetes Spiel“, was wiederum die

SPÖ in Rage versetzte. Antworten musste Landeshauptmann Hermann Schützenhöfer (ÖVP) aber schuldig bleiben: Die Verfahren laufen noch, da drei zu kurz gekommene Anbieter Rechtsmittel ergriffen haben.

Sehr wohl beschlossen alle Fraktionen, dass der Landesrechnungshof sich die Vergabe nachträglich genau ansieht.

„Österreich“, 08.07.2015

Heiße Netzwerk-Party

Schwül. Sommerpause? Gibt es für echte Netzwerker nicht. Trotz tropischer Hitze fand sich am Montag beim Event „L'Hotel Biz“ alles, was in der VIP-Szene je Rang und Namen hatte, im Novomatic Forum.

Das Motto „Smart food for smart people“ wurde von Kabarettist **Martin Oberhauser**, Filmproduzent **Norbert Blecha** und Society-Urgestein **Friedrich Schiller** kurzerhand in „kühlende Drinks für überhitzte Promis“ umfunktioniert.



Friedrich Schiller & Ex-Ditech-Chefin Alexandra Izdebska.



Martin Oberhauser (l.) . Johnny K. Palmer & N. Friedrich.

Casinos-Eigentümer lehnen Schelling-Angebot ab

Glücksspiel. Der Finanzminister hat über die ÖBIB für 66 Prozent an den Casinos Austria 230 Mio. Euro geboten. Zu wenig, sagen die Anteilseigner. Sie gaben ein Gutachten in Auftrag, in dem der Wert der Casinos neu berechnet wird.

VON HEDI SCHNEID

Wien. Es ist wie beim echten Pokerspiel: Man stapelt tief, setzt zuerst einen geringen Betrag, behält eine coole Mine und wartet, was die anderen Mitspieler machen. Erst dann erhöht man den Einsatz. Genauso läuft es bei der Neuordnung der Eigentumsverhältnisse der Casinos Austria (Casag). Nur kurz, nachdem Finanzminister Hans Jörg Schelling (ÖVP) über die Staatsholding ÖBIB den Eignern der verbleibenden 66 Prozent an den Casinos das Übernahmeangebot gelegt hat, kam die Antwort. Die Aktionäre haben signalisiert, dass ihnen Schellings Angebot von 350 Mio. Euro (für den gesamten Konzern, also 230 Mio. Euro für 66 Prozent) zu wenig ist. Die erwartete Preisschlacht hat begonnen.

Schelling müsste also sein Angebot aufbessern, will er die Anteil-

le für die ÖBIB sichern – zumal nun externe Anbieter in das Match einsteigen und verbindliche Angebote legen können. Die warten nur darauf: Peter Goldscheider und seine Investmentfirma Epic hat mit zwei tschechischen Milliardären im Konsortium mehrfach Interesse signalisiert. Und die Novomatic hat mit der Übernahme von acht Prozent an der Casag-Tochter Lotterien keinen Zweifel gelassen, dass sie mehr will. Weitere Interessenten, über die immer wieder spekuliert wurde, sind noch nicht aus ihrer Deckung gekommen.

Dass die Casag-Aktionäre, allen voran die Medial-Beteiligungsgruppe (Raiffeisen, Uniqa, Vienna Insurance, Donau Versicherung, Leipnik-Lundenburger sowie Schelhammer & Schattera) und die MTB Privatstiftung von Maria Theresia Bablik Schellings erstes Angebot ablehnen würden, war abseh-

bar. Bei den Mitgliedern der Medial-Gruppe, die 38,29 Prozent an der Casag hält, habe sich eine „schwere Irritation“ breitgemacht, wurde der „Presse“ signalisiert. Soll heißen: Das Angebot ist viel zu niedrig.

Neues Gutachten

Bablik, die ihren knapp 17-prozentigen Anteil angeboten hat, soll ihre Meinung überhaupt geändert haben. Sie wolle unter diesen Umständen gar nicht verkaufen, heißt es im Umfeld der 87-jährigen Aktionärin, die auch im Aufsichtsrat der Casag und deren Tochter Lotterien sitzt. Was Bablik besonders stören dürfte: Schelling will die Casag möglichst günstig komplett unter das Dach der ÖBIB stellen, die schon den Münze-Anteil an der Casag von 33,2 Prozent hält.

Damit soll auch die komplizierte Gesellschafterstruktur berei-

nigt werden. In einem zweiten Schritt soll der Glücksspielkonzern so teuer wie möglich weiterverkauft werden.

Der Preis, den die ÖBIB geboten hat, liegt noch weit unter dem Durchschnittswert von 407 Mio. Euro, den PWC und Leiter+Leitner im Vorjahr für den Verkauf des Münze-Anteils an die ÖBIB ermittelt haben. Die Medial-Gruppe hat nun ein eigenes Gutachten bei der KPMG in Auftrag gegeben, das demnächst fertig sein soll. Man kann davon ausgehen, dass die Experten in dem Gutachten eine höhere Bewertung erzielen werden.

Vorerst gibt es keine weiteren verbindlichen Angebote. Ursache dafür sei, dass Interessenten noch keinen tiefen Blick in die Bücher der Casinos Austria machen können, heißt es. Ohne diese Due Dilligence sind jedoch Angebote international unüblich.

„APA“, 08.07.2015

Red Bull bleibt wertvollste Marke in Österreich

Utl.: Eurobrand schätzt Markenwert des Energydrinkherstellers auf 14,8 Mrd. Euro - Swarovski auf Platz 2 - Novomatic, ÖBB und Erste Bank mit stärksten Zuwächsen - GRAFIK

Wien (APA) - Red Bull bleibt die wertvollste Marke in Österreich. Auch in internationalen Rankings hat der Salzburger Energydrinkhersteller immer einen fixen Platz. In einem Österreich-Vergleich liegt Red Bull mit einem geschätzten Markenwert von 14,8 Mrd. Euro unangefochten an der Spitze, ermittelte Eurobrand. Mit großem Abstand auf Platz 2 landete der Tiroler Kristallkonzern Swarovski (rund 3,3 Mrd. Euro).

Der dritte Platz ging an Novomatic. Eurobrand schätzt den Markenwert des Glücksspielkonzerns aktuell auf 2,8 Mrd. Euro, ein Plus von 8 Prozent gegenüber 2014. Damit erzielte Novomatic den stärksten Zuwachs von allen Marken. Auch ÖBB (plus 5,5 Prozent auf 1,9 Mrd. Euro) und Erste Bank (plus 4,1 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro) verbuchten heuer starke Zuwächse bei ihren Markenwerten.

Erstmals im Top-10-Ranking vertreten sind der Versicherungskonzern Vienna Insurance Group (VIG) mit einem Markenwert von 1,1 Mrd. Euro sowie der Möbelhändler XXXLutz (832 Mio. Euro). "Bedingt durch die neuen Eigentumsverhältnisse bei A1 Telekom (weniger als 45 Prozent in österreichischem Eigentum) und aufgrund starker regulatorischer Unvorhersehbarkeiten bei den Casinos Austria wurden diese Markenunternehmen nicht mehr berücksichtigt", erläuterte Eurobrand am Mittwoch.

Der Wert der zehn wertvollsten Marken in Österreich wird von Eurobrand in Summe auf 31,7 Mrd. Euro geschätzt. Die Top-10 sind: Red Bull, Swarovski, Novomatic, Spar, Raiffeisen, ÖBB, Erste Bank, OMV, VIG sowie XXXLutz.

„www.csr-guide.at“, 07.07.2015

Gesundheitstag bei Novomatic

07 Jul 2015 /  Autor: red /  Novomatic



Ziel war es, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein möglichst breit gefächertes Angebot in Sachen Betriebliche Gesundheitsförderung zu bieten: Neben Vorträgen zu Ganzheitlicher Medizin und zur Ernährungslehre der Traditionellen Chinesischen Medizin fanden auch die Aktivworkshops von Piloxing über Zumba und Yoga ein begeistertes Publikum. Besonders erwähnenswert sind die beiden Vorträge zur Burnoutprophylaxe, gehalten von Dr. Andrea Kdolsky, Ärztin und Fachexpertin für Vorbeugungsmaßnahmen, die sich auch in den praktischen Alltag gut integrieren lassen. Insgesamt nahmen 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Gesundheitstag teil.

Der Gesundheitstag selbst wurde von Landesrat Ing. Maurice Androsch eingeleitet, der sich in seiner Eröffnungsrede auf die Vorteile und positiven Effekte des Betrieblichen Gesundheitsmanagements bezog.

Foto: Novomatic-CEO Mag. Harald Neumann, Dr. Monika Poeckh-Racek und Landesrat Ing. Maurice Androsch bei der Eröffnung des Gesundheitstages.

„www.umweltzeichen.at“, 07.07.2015

Novomatic Forum + Café Bar
Luigi's

Friedrichstraße 7

1010 Wien

Österreich

Telefon: +43158520210

E-Mail: info@novomaticforum.com

Lizenznummer: UZTB 963



Lage



2 km



250 m



0 m

Ausstattung



Das Novomatic Forum - prestigeträchtiger denkmalgeschützter Bau, mitten im Herzen Wiens - besticht durch seine einzigartige Architektur mit Stilelementen des Jugendstils und Art Déco.

Ein stilvoller Rahmen für jeden Event. Das Ambiente verbindet die Reize der Vergangenheit mit jenen der Moderne. Veranstalter von Business-, öffentlichen und privaten Events bieten ihren Gästen damit einen einmaligen Rahmen für unvergessliche Erlebnisse. Der Festsaal bietet bis zu 300 Personen Platz und damit den stilvollen Rahmen für Feiern, Ausstellungen und viele andere Events. Die Salons Schmid, Aichinger und Privé stehen für kleinere Veranstaltungen zur Verfügung.

Ausgestattet mit modernster Technik, elegantem Mobiliar in edlem Design samt Betreuung durch ein professionelles Team

Wir orientieren uns am sorgsamem Umgang mit Ressourcen und an der Minimierung der Umweltbeeinträchtigungen aus dem eigenen Geschäftsbetrieb.

Überzeugen Sie sich selbst und besuchen Sie unsere Homepage www.novomaticforum.com, wo wir Ihnen einen ersten Einblick unseres Haus geben.

Wir führen das Österreichische Umweltzeichen für unseren Betrieb weil wir uns am sorgsamem Umgang mit Ressourcen und an der Minimierung der Umweltbeeinträchtigungen aus dem eigenen Geschäftsbetrieb orientieren.

Veranstaltungsdaten:

Flächen und Räume:

Festsaal 300 m² & Galerie 120m²

Bar 1.OG 130 m² & Smoking Lounge 22 m²

Salon Privé 50 m²

Salon Aichinger 70 m²

Salon Schmid 115 m²

Salon Lugmayr 76 m²

Terrasse 3.OG 157m²

Technische Grundausstattung vorhanden

Angemietet werden können: Lichttechnik, Präsentationstechnik, Mobiliar, Pflanzen als Deko

The Novomatic Forum, a prestigious landmark building in the heart of Vienna, impresses with its unique architecture and stylistic elements of art nouveau and art deco.

A classy setting for every event. The ambience combines the charms of the past with those of modernity.

Therefore organisers of business, public and private events offer their guests a unique setting for unforgettable experiences. The banquet hall provides enough space for up to 300 guests and thereby an ideal setting for celebrations, exhibitions and many other events. The Salons Schmid, Aichinger und Privé are available for smaller events.

Every space is equipped with state-of-the-art event technology, elegant furnishing in terms of design elegance, including support of a professional team.

We are geared to a careful handling of resources and minimisation of environmental impacts by our own business operations.

Convince yourself and visit our homepage www.novomaticforum.com to get a first impression of our building.



Get-together



Gastgeber
Ralph Vallon (l.)
mit Kelly-Marketing-Chefin
Maria Bauernfried und CEO
Wolfgang Hötschl

Business-Angel Rudi Semrad (l.) und Amrop-Jenewein-Chef Günther Tengel.



Club-Cuvée-Sommerfest im Novomatic-Forum

WIEN. Ein Sommerfest zum Anstoßen – schließlich hat der Club Cuvée ins Novomatic-Forum eingeladen, wo **Ralph Vallon**, Initiator der Networking-Plattform, mit Freunden und Partnern übrigens auch auf seinen 60. Geburtstag anstoßen konnte.

Mit dabei: Brau-Union-Generaldirektor **Markus Liebl**, Wienthal-Vorstand **Alexander Martinowsky**, Wien-Holdingchef **Peter Hanke**, Tesla-Country-Manager **Daniel Hammer**,

Kelly-CEO **Wolfgang Hötschl**, Smart-Tech-Boss **Hansjörg Tengg**, Großbäcker **Kurt Mann**, WirtschaftsBlatt-Chefredakteurin **Eva Komarek**, Hink-Pasteten-Eigentümer **Hans Peter Spak**, Amrop-Jenewein-Chef **Günther Tengel**, Cafe+Co-Chef **Gerald Steger**, Neo-Winzer **Jonny Schweiger**, IAA-Executive-Director **Raphaella Vallon-Sattler** sowie Novomatic-Marketingleiterin **Alexandra Izdebska**.
(chp)

Trans World Corporation

Mit Glücksspiel hat das nichts zu tun

Der Casinobetreiber Trans World Corporation hat dort seine Spieltempel, wo auch die Konkurrenz stark vertreten ist. Dennoch kann sich das US-Unternehmen mit seinem Konzept auf dem Markt behaupten.

In den nächsten Wochen sollte sich bei den Casinos Austria und den Lotterien eine Entscheidung abzeichnen: Geht es nach Finanzminister Schelling, sollten die verschachtelten Eigentumsverhältnisse vereinfacht und das gesamte Unternehmen am besten vom Staat übernommen werden. Novomatic hat sich mittlerweile bei den Lotterien eingekauft, ein Konsortium hat ebenfalls ein Auge auf die Casinos und die Lotterien geworfen. An weiteren Interessenten dürfte es nicht mangeln.

Bei den Casinos gibt es aber schon jetzt genügend Konkurrenz. Dabei haben die neuen Spieltempel, deren Lizenzen im Vorjahr ausgeschrieben wurden, noch gar nicht eröffnet. Die Konkurrenz lauert jenseits der Grenze: In den Nachbarländern haben sich entlang der Grenze unzählige Casinos etabliert. Die Trans World Corporation (TWOC) ist mit drei American Chance Casinos (ACC) in Tschechien entlang der österreichischen und der deutschen Grenze vertreten.

Das US-Unternehmen, das in seiner Anfangszeit Casinos in den Vereinigten Staaten betrieben hat, fährt ein etwas anderes Konzept als die anderen Betreiber: Es handelt sich um Themencasinos, die einer bestimmten Epoche bzw. Region gewidmet sind. Das Route 59 liegt gleich nach dem Grenzübergang Kleinhauzdorf und ist auf New Orleans getrimmt. Das Route 55 liegt etwa 40 Autominuten nördlich von Linz und soll an Miami Beach in den 1950er-

Jahren erinnern. Beim Casino Česká Kubice, eine Autostunde von Regensburg entfernt, hat man sich ein typisches US-Casino zum Vorbild genommen und bei der jüngsten Renovierung fünf Hotelzimmer eingerichtet.

Damit kommen wir auch gleich zum zweiten Geschäftsbereich: Hotels. So betreibt die TWOC etwa das Hotel Savannay, das an das Casino Route 59 angeschlossen ist. Neben dem Casino Route 55 soll das Dolní Dvořiště-Hotel entstehen. In Folmava soll ein weiteres Hotel errichtet werden. Dort sind auch Spielautomaten geplant. Zudem hat das US-Unternehmen das Hotel Columbus bei Frankfurt übernommen, das mit seiner Nähe zum Flughafen vor allem für Geschäftsreisende interessant ist.

Harte Konkurrenz

Das Konzept, das Casino mit einem Vier-Sterne-Hotel zu kombinieren, bescherte dem Route 59 neue Besucher, wie das Unternehmen im Geschäftsbericht erklärt. Hinzu kommen Veranstaltungen, die auch Nichtspieler ins Casino locken. Dieses Konzept bescherte TWOC im Vorjahr um 5,4 Prozent mehr Umsatz und ein um 10,8 Prozent höheres Ergebnis.

Dabei hat TWOC unmittelbare Konkurrenz. Das Route 59 konkurriert mit dem Casino Admiral Colosseum, dem Casino Hatě Seven Stars und dem Casino Admiral Hatě – alle weniger als drei Kilometer entfernt. Das Route 55 matcht sich wiederum

mit dem Casino Admiral Dolní Dvořiště, ebenfalls nicht weit entfernt. Bei Česká Kubice ist die Konkurrenz besonders hart: Casino Royal Admiral, Casino Admiral Victorian, Casino Admiral Eldorado, und Casino Admiral of Ra sind hier die direkten Konkurrenten. Umso beachtlicher, dass TWOC sich in diesem Umfeld behaupten und beim Ergebnis zulegen kann.

Fazit

Im Vergleich mit den Mitbewerbern ist die Trans World Corporation recht günstig bewertet. Demnach wäre ein Kurs jenseits von fünf US-\$ gerechtfertigt. Dass die Aktie sehr günstig bewertet ist, verdankt sie der US-Notiz, während das Geschäft in Tschechien betrieben wird. Dementsprechend gering sind die Umsätze mit dem Papier.

Wer sich die Aktie ins Depot legt, muss allerdings damit rechnen, dass es etwas dauern kann, bis sich ein Käufer findet. Allerdings zeigt auch der Chart, dass es tendenziell weiter aufwärtsgehen sollte. Große Sprünge sind vorerst nicht zu erwarten – es sei denn, einer der Konkurrenten legt ein entsprechendes Angebot vor. Die Chancen auf moderate Kursgewinne stehen jedoch sehr gut. Insofern ist es wohl besser, sein Geld in die Aktie des Casinobetreibers zu stecken, als es an den Spieltischen der Casinos zu riskieren.

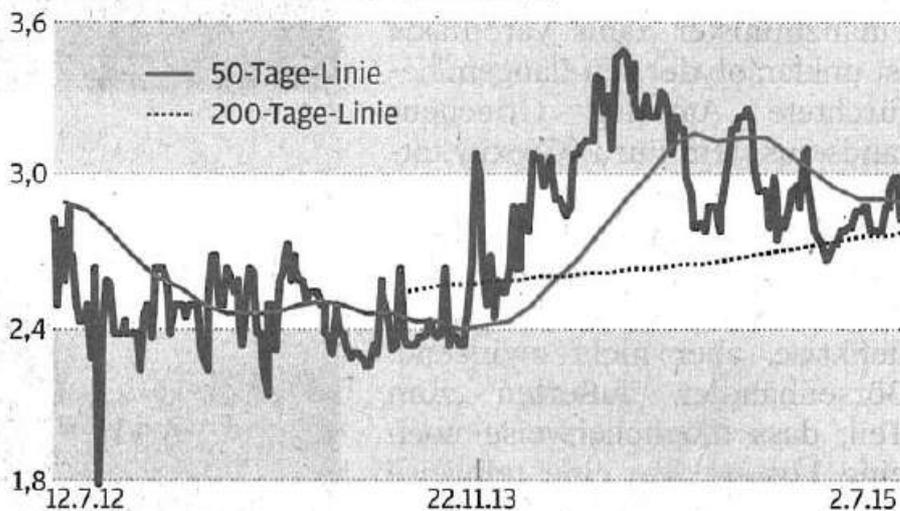


MARTIN
FELLHUBER

martin.fellhuber@wirtschaftsblatt.at

■ Kennzahlen (in Mio. \$)	2010	2011	2012	2013	2014
Erlös	34,1	36,5	36,0	36,5	38,5
Bruttogewinn	15,4	17,6	16,7	16,7	17,7
Betriebsertrag	2,4	3,8	4,0	3,5	4,0
EBITDA	4,4	6,0	5,7	5,1	5,6
EBITDA-Marge (T12M, %)	12,99	16,37	15,91	13,97	14,62
EBT	1,8	3,4	3,7	3,4	3,9
Nettoergebnis	1,7	3,0	1,8	2,4	2,6
Gewinn je Aktie (in \$)	0,19	0,33	0,20	0,27	0,30

■ Kursverlauf Trans World Corporation (in \$)



■ TWOC im Branchenvergleich

