

Pressespiegel 2017

Press Documentation 2017

Novomatic

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

24.07.2017 / KW 29

BEI WETTQUOTEN:

Unsere Girls als Geheim-Favorit

BUCHMACHER: Deutschland top, Österreich schon auf Platz 8

Die ÖFB-Ladys verbessern die Titelquote auf 30,00, werden als achtbestes Team gerankt.

Wageningen. Unsere Ladys sorgen in den Niederlanden für Furore. Das bleibt auch den Wettanbietern nicht verborgen. Waren unsere Damen vor EM-Start mit einer Titelquote von 50,00 nur als elftbestes Team gerankt, haben Burger und Co. nun eine Titelquote von 30,00 – stark! Damit überholte man die höher eingeschätzten Schweizerinnen, Norwegerinnen und Belgierinnen, wird als achtbestes EURO-Tipp gerankt. An den Titel denken unsere Ladys jedoch noch lange nicht. Torfrau Zinsberger: „Wir schauen nur von Spiel zu Spiel. Das haben wir so von Beginn an gemacht, das werden wir genauso weitermachen.“

Weiterhin Wettfavorit: die deutschen Damen, die

zuletzt sechs Mal den Titel holten und acht von elf Damen-Europameisterschaften für sich entschieden. In Holland hält die Truppe von Trainerin Jones bei vier Punkten aus zwei Spielen und kann gegen Underdog Russland den Gruppensieg fixieren. Die Titelquote der deutschen Ladys: 3,20.

Deutsche Damen Favorit – Französinnen lauern

Dahinter rangieren die Französinnen, die gegen Österreich erstmals Punkte abgaben. Titelquote: 3,80. Noch vor unseren Damen sind England (6,00), die Niederlande (8,00), Schweden (10,00), Spanien (12,00) und Dänemark (22,00) gereiht. Spätestens seit dem 1:1 gegen Frankreich sind die ÖFB-Damen mitten in der Weltspitze angelangt. Und die Erfolgsstory ist lange nicht zu Ende ...

Alles spricht für Deutsche

Enschede. Am 6. August steigt das EURO-Finale. Schon jetzt steht für die Buchmacher fest: Der Weg dorthin führt über die deutsche Nationalmannschaft. Mit einer Quote von 3,20 führen die DFB-Ladys die Rangliste bei Admiral klar an.

WETTQUOTEN

Gesamtsieger:	Quote
Deutschland	3,20
Frankreich	3,80
England	6,00
Niederlande	8,00
Schweden	10,00
Spanien	12,00
Dänemark	22,00
Österreich	30,00



Mega-Euphorie. ÖFB-Damen sind die Sensation bei der EURO.

Titelfavorit. Deutschland führt die Quoten klar an.

EURO-Tagebuch

BACKSTAGE: ÖSTERREICH vor Ort im Teamquartier

Bericht: Philip Sauer.

Hier träumen die Girls vom Viertelfinale

Wageningen. Rund 90 Kilometer von Amsterdam entfernt liegt Wageningen, eine 38.000-Seelen-Gemeinde am Niederrhein. Eine Abzweigung führt in einen Waldweg. Am Ende des Weges nur noch Wald – und mitten drin das Team-Camp der ÖFB-Ladys. Hier träumen Nina Burger und Co. nach dem sensationellen 1:1 gegen Frankreich vom Aufstieg ins Viertelfinale.

Das Hotel De Wageningse Berg erst einmal betreten, fühlt man sich wie in einer anderen Welt. Im Erdgeschoß machen die gut gelaunten Nationalspielerinnen ihre Wege, der Schweiß rennt. Und das trotz Müdigkeit. „Die Nacht war nur sehr kurz. Ich war einfach zu aufgewühlt, um zu schlafen“, so Teamtorhüterin Zinsberger. Nur gut, dass gestern Regeneration auf dem Pro-



Entspannung. Reporter Sauer zeigt, wie schönes unsere Damen haben.

gramm stand. Die Spielerinnen konnten im Wellnessbereich, im nahe gelegenen Botanischen Garten oder im Hotelgarten entspannen.

Heute steigt das Team von Coach Thälhammer ab 18 Uhr wieder in den Trainingsbetrieb ein. Dann bereitet sich das Team bei Topbedingungen auf das Spiel gegen Island vor, um den Traum vom Viertelfinale wahr werden zu lassen.



EUROphorie. ÖSTERREICH-Reporter Sauer vor dem Teamhotel.

„www.ad-hoc-news.de“, 24.07.2017

Unter den österreichischen Top 10 konnten Novomatic, Erste Bank und Spar ihren Markenwert steigern. Der Energydrink-Hersteller Red Bull ist nach wie vor die mit Abstand wertvollste österreichische Marke.

Die wertvollsten Marken Österreichs. Auf Platz zwei am Stockerl glänzt wie gehabt Swarovski, gefolgt vom Glücksspielkonzern Novomatic des Unternehmers Johann Graf. Zusammen sind die zehn wertvollsten Austro-Marken etwa 32,4 Mrd.

„www.intergameonline.com“, 21.07.2017

Greentube takes Leap i-gaming content

Greentube, the interactive division of Novomatic, is integrating virtual sports content from Leap Gaming onto the Greentube Pro platform.



Greentube hopes the move will attract more male social casino players.

Gabriel Cianchetto, president of market development for Greentube North America, said: "In the US market, virtual sports is becoming a big thing and this is the way we can offer virtual sports to our casino clients via the Greentube Pro platform."

Yariv Lissauer, CEO of Leap Gaming, added: "We are excited to partner with Greentube to provide our virtual sports content.

"We are confident that our virtual sports suite will fit right into Greentube's existing gaming portfolio and augment it tremendously."

„www.oe24.at“, 22.07.2017

Was würden Sie ändern?



"Das wollen wir von der Regierung"

Österreicher sehnen sich nach Reformen

Auftrag. Wie auch immer die neue Regierung aussehen wird, die österreichische Bevölkerung sehnt sich nach nachhaltigen Reformen und hat konkrete Wünsche an die Politik. ÖSTERREICH befragte Persönlichkeiten aus allen Bereichen nach ihren konkreten Forderungen.

Harald Neumann will Geld für Bildung: Investitionen in Bildung sind wichtig. Um Innovation in Österreich zu fördern, müssen wir vieles ändern – auch unsere Einstellung gegenüber Erfindungsgeist und Unternehmertum.

„Wiener Zeitung“, 21.07.2017

NOVOMATIC FORUM
I., Friedrichstraße 7
www.moerderdinner.com
MörderDinner –
Mord goes Music
19.30 Uhr

„www.wirkochen.at“, 20.07.2017



© Novomatic

Mitarbeiter von Novomatic kochen freiwillig

Die Unternehmensgruppe will zeigen, dass soziale Verantwortung ernst genommen wird.

Bereits vor einigen Monaten fand der erste Aktionstag der neuen Novomatic-Freiwilligeninitiative **NOVOTeam** statt in Zusammenarbeit mit der Caritas der Erzdiözese Wien statt. Rund 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren interessiert, sich in den Dienst der guten Sache zu stellen.

Mittagessen

So wurde im **Caritas** Tageszentrum am Hauptbahnhof in Wien ein Mittagessen für 100 Personen zubereitet, im Caritas Pflegehaus St. Klemens mehr als 200 Balkonpflanzen eingetopft und verteilt und es wurde mit Bewohnern des Marienheims in Baden ein Ausflug in das Rosarium im Doblhoffpark unternommen.



Als regionaler Arbeitgeber nimmt soziales Engagement für Novomatic einen hohen Stellenwert ein. Das Ziel lautet, einen gesellschaftlichen Beitrag durch das Spenden von Zeit in der unmittelbaren Umgebung zu leisten und auch das hohe gesellschaftliche Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern.

Novomatic ist Produzent und Betreiber einer der größten Gaming-Technologiekonzerne weltweit und beschäftigt über 24.000 Mitarbeiter. Die vom Industriellen Johann Graf geführte Unternehmensgruppe hat es sich zur Aufgabe gemacht, sozialen Zusammenhalt durch gemeinnützige Projekte zu unterstützen.

„www.money.oe24.at“, 20.07.2017



—NOVOMATIC—
GAMING INDUSTRIES

Ausgezeichnet

Miliz-Gütesiegel für Novomatic Gaming

Das Verteidigungsministerium verleiht dieses Gütesiegel an pflichtbewusste Arbeitgeber.

Im Juni 2017 wurde die Novomatic Gaming Industries GmbH vom Verteidigungsminister mit dem **Miliz-Gütesiegel** ausgezeichnet. Das Verteidigungsministerium verleiht dieses Gütesiegel an Arbeitgeber, die Milizsoldatinnen und Milizsoldaten für die Ausübung ihrer Pflicht freistellen. Zum Beispiel für Übungen, Katastropheneinsätze und Fortbildungen.

Genauso wenn Angehörige während der Dauer des Miliz-Dienstes Unterstützung erfahren (z.B. durch flexible Arbeitszeiten), ist dies für eine funktionierende Landesverteidigung von hohem Wert und auszeichnungswürdig. Ebenso wenn Bewerber gleich zu Beginn zu verstehen geben, dass sie sich für die Miliz engagieren möchten, und dennoch im Unternehmen willkommen geheißen werden.

Die Novomatic Gaming Industries GmbH ist Teil der im Jahr 1980 von Professor Johann Graf gegründeten Unternehmensgruppe.

„Österreich“, 18.07.2017



Heute gegen Schweiz

Mädels, lasst uns jubeln!

Unsere ÖFB-Damen
Erstmals bei einer EURO dabei: Das rot-weiß-rote Team.

ÖFB-Damen prallen heute im 1. EURO-Gruppenspiel (18 Uhr, ORF1) auf die Schweiz.

Deventer. Das Stadion De Adelaarshorst ist Schauplatz einer rot-weiß-roten Fußball-Sternstunde. Zum ersten Mal in der Geschichte des ÖFB tritt eine Frauen-Auswahl bei der EURO an. Teamchef Dominik Thalhammer: „Ich hoffe, dass wir die Menschen in Österreich begeistern und so manchen Skeptiker überzeugen können.“ Gegen die Schweiz haben wir eine klare negative Bilanz (1 Sieg, 1 Remis, 6 Niederlagen). Dennoch fühlen sich unsere Kickerinnen in der Außenseiter-Rolle wohl. Hoffenheim-Legionärin Nicole Billa (21): „Wir glauben an uns, keiner

hebt ab und alle ziehen an einem Strang.“ Mit einer geschlossenen Teamleistung will man heute die Sensation schaffen. Den Angriff bildet Billa gemeinsam mit Rekordtorschützin Nina Burger (46 Tore, Vorbild: Ronaldo). Ihr Motto? „Wir wollen alle überraschen.“

Poker um Einsatz der Kapitänin

Der Einsatz von ÖFB-Kapitänin Viktoria Schnaderbeck ist weiter fraglich. Die Bayern-Legionärin ist am linken Knie verletzt. Thalhammer pokert mit ihrem Einsatz: „Wir hoffen bis zur letzten Minuten.“



ÖSTERREICH

So wollen sie heute spielen

Schiedsrichterin: Steinhaus (GER)

Stadion: De Adelaarshorst, Deventer

Österreich – Schweiz
18⁰⁰
ORF eins



SCHWEIZ

„Österreich“, 18.07.2017

FRAUEN EM 2017

1	X	2
Österreich : Schweiz		
4,00	3,55	1,85

Quotenänderungen möglich. Alle Angaben ohne Gewähr.

©ADMIRAL/GEPA pictures

ADMIRAL
WETTEN, SIE GEWINNEN.

„www.igamingbusiness.com“, 17.07.2017

Greentube offers the magical StakeLogic slot title - The Book™ to all B2B partners

17 July 2017

The latest addition to the company's extensive B2B slot offering is the 10 win line, 5 reel, 3 row video slot game - The Book™. The game is available from August 1st and combines the enchantment of fairy tales with the excitement of magical wilds, free spins and big wins. The colorful reels are filled with wizards and lovable animated characters.

Game features include a MAGICAL WILD BOOK FEATURE, where the magician's book can award WILD symbols randomly on any reel spin. On any given spin, a regular card symbols can be randomly chosen to be a WILD symbol, and every symbol on the reels that matches that symbol turns into a WILD symbol for that spin.

Players will be taken on a unique journey based on which symbol the book reveals. If the book reveals a MOUSE symbol, the FREE SPINS will be played in the kitchen of a French bistro, the LION symbol represents the African savannah, and the DRAGON symbol represents the medieval castle setting.

Top quality graphics combined with the chances of winning up to 135 Free Spins guarantee that your players will be spellbound by the magic of The Book™.

Grandes EMPRESAS

EXPANSIÓN DE NOVOMATIC EN MÉXICO

Texto: Armando Rodríguez
Fotos: Greko

NUEVOS JUEGOS EN CASINO LIFE MÉRIDA

Crown Gaming México, la filial del Grupo Novomatic en el país azteca, continúa su expansión de forma importante por las Salas de Juego de este país.

Desde su creación a mediados del año 2010 ha comercializado un gran número de terminales de juego, convirtiéndose en uno de los líderes de este competitivo mercado.

El último éxito se sitúa en la ciudad de Mérida, capital del estado de Yucatán.

Casino Life Mérida, perteneciente al Grupo Pringsa/CIRSA, abrió sus puertas a Novomatic para el lanzamiento de algunos de sus más famosos productos como el gabinete "Imperator S3" o la "Novostar V.I.P. II". Estos modelos están ya presentes en los principales Casinos latinoamericanos y europeos, donde son unos de los favoritos de los jugadores.



Thomas Borgstedt, Director General de Crown Gaming México



Thomas Borgstedt, Director General de Crown Gaming México, en el centro de la foto, se dirigió a los asistentes al evento para agradecerles la confianza depositada en los juegos de Novomatic



Corte de cinta inaugural: Juan David Baracaldo, CIRSA México; los directivos de Crown Gaming México, Judith Barrientos, Directora Comercial y Thomas Borgstedt, Director General; las ejecutivas de CIRSA México, Ana Montes y Alejandra Magaña y Ricardo Cortés, Gerente de Casino Life Mérida

La fiesta se inició con unas palabras pronunciadas por el Director General de Crown Gaming México, Thomas Borgstedt, quien destacó el crecimiento que está experimentando su compañía en este país y subrayó el compromiso de Novomatic para ofrecer siempre a los operadores y jugadores mexicanos los mejores juegos del grupo austriaco. Seguidamente se realizó un corte de cinta a cargo de los directivos de Crown Gaming México y Pringsa/CIRSA.

Durante toda la noche la Sala estuvo completamente abarrotada de público que en muchas ocasiones hizo cola delante de las máquinas de Novomatic para poder disfrutar de los nuevos juegos.



Judith Barrientos, Directora Comercial de Crown Gaming México, explicó a los clientes las características de las máquinas de Novomatic.



Alejandra Magaña, Subgerente de Producto de CIRSA México, hace lo propio con otros clientes

Los gabinetes "Imperator S3" causaron gran expectación entre los visitantes debido a sus tres pantallas de 24" full HD, su botonera táctil y la disponibilidad de las combinaciones de multijuegos Premium.

La "Novostar V.I.P. II" no se quedó atrás y jamás tuvo un momento de descanso. Su pantalla LED full HD de 50" con flipscreen, así como su gabinete con pantalla LED full HD táctil de 27" resultaron impactantes a los jugadores, que también destacaron su cómodo asiento CROWN V.I.P., que incluye altavoces satélite integrados al reposar la cabeza y en los reposabrazos cuenta con teclas de inicio, configuración de apuestas y control de volumen.

Además de estos modelos, las terminales de Novomatic más populares en México son los gabinetes Premium internacionales "Novo Super-Vision™" y "Super-V+ Gaminator™" verticales, junto a los gabinetes "SL Novostar™" y "Novo-Vision™ Slant Top" con las últimas plataformas internacionales multijuego. Todo ello conforma una oferta de juego de primer nivel para satisfacer los gustos de todos los jugadores mexicanos.



Sentadas: Ana Montes, Directora Comercial de CIRSA México y Judith Barrientos.
De pie: Andrés Ornelas, Gerente de Marketing de CIRSA México; Ricardo Cortés, Casino Life Mérida; Alejandra Magaña, Subgerente de Producto de CIRSA México; Thomas Borgstedt y Juan David Baracaldo, Gerente de Producto de CIRSA México

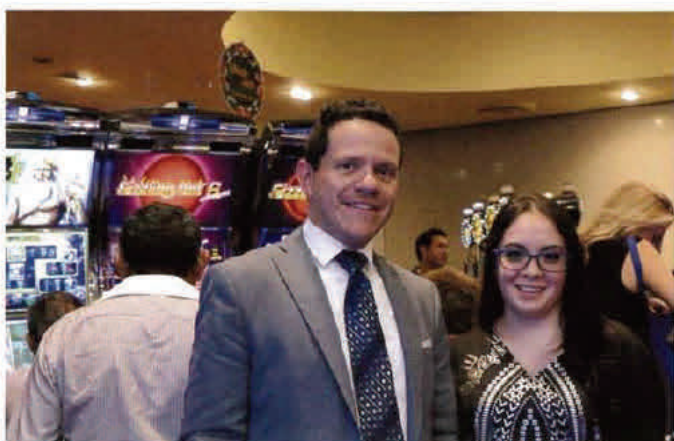


"Novostar V.I.P. II" causó sensación entre los jugadores mexicanos

Las oficinas centrales de Crown Gaming México se encuentran en la capital mexicana, desde donde se canalizan toda la actividad de la compañía. Actualmente es proveedor de los principales Permisarios (operadores) aztecas, como es el caso de Pringsa/CIRSA.



Ricardo Cortés, Alejandra Arceo, Jefa de Servicio al Cliente de Casino Life Mérida; Grecia Conde, Azafata VIP del Casino; y los ejecutivos del Casino: Miguel Palomera, Jefe de Concert Hall y Rogelio Cortés, Jefe de Máquinas



Juan David Baracaldo y Alejandra Magaña



"Novostar V.I.P. II" junto a los famosos gabinetes "Imperator S3"

„WLA Magazine“, Sommer 2017

“Lottery” must produce new search results



When you open the Google search page and type the word “lottery” into the search box, you will see a random list of individual lotteries, generally offering winning number summaries, descriptions of different types of lottery games, and possibly “other information”.

The related search topics appearing to the right of the main search are mostly related to the analysis and review of a book titled “The Lottery” by Shirley Jackson. It is not a book about the lottery business or the benefits of lottery gaming – far from it.

In fact, the nearest the book gets to “lottery”, as we know it, is not in the least bit positive for our industry. The prize for “winning” the lottery in Ms. Jackson’s book is death by stoning!

This is our first problem. Not the link to the book, but the ambiguity of lottery as a collective, unified, powerful industry.

This is a fundamental and significant problem when assessing the vitality of lottery, in general, and certainly as a retail product now, 10 years from now, and further into the future.

The problem is this: in the broadest sense, lottery is not viewed as a single, profitable product by either retail professionals or by the consumer market at large. In part, this is because of the diversity of ownership. By design, lotteries are individual, sometimes even competing organizations, which are generally “owned” by a government. By and large, this is not private industry, which places our business and our product outside the circle of major retail chains’ consumer acquisition and retention plans. We are not Kraft Foods, Aldi, General Electric, or Tesco.

For decades, we as lottery stakeholders, have published articles, delivered conference presentations, directly consulted with retail owners and trade organizations, and brainstormed among ourselves in an effort to open the eyes and vision of the world to the notion of “Lottery for everyone, everywhere”.

At one point, the challenge was technological. Our systems and back office procedures were, again, outside the circle considered “standard” by retail businesses. Our reach to the younger demographic has been limited by the disconnect between lottery presence and handheld technologies. But none of these challenges exist anymore. We have the technological capacity to be everywhere the consumer is and we can provide lottery products in whatever form the retailer dictates.

For example, one prediction for 2030 is that shoppers will be utilizing interactive mirrors in dressing rooms, which allow the shopper to simply touch the mirror/screen and re-

By Frank Cecchini
CEO, NOVOMATIC
Lottery Solutions



ceive product information or request another size to be delivered to the dressing room by an attendant. Ultimately, these high-tech mirrors will even allow the shopper to select “Purchase” from the dressing room and check out without going to a cash register.

Many fashion retailers are going even further; researching the possibility of letting customers send standardized individual photos to their websites, which allow customers to see an image of themselves in the garment of choice, without receiving the item directly, or leaving his or her home.

Where does lottery sit in this new world? The great news is, we can be right there at the forefront of retail/consumer innovation, *if* we can connect with the businesses that are launching this level of consumer connection.

We have the capacity to deliver the technology that will enable a small pop-up on the side of the mirror, which might read “Win a \$5,000 shopping spree at this location! Press here!”. At last, we have the technology solutions to break down the barriers that have prevented “Lottery for everyone, everywhere”, simultaneously correcting the

big retail chains’ perception of lotteries as irrelevant, while appealing to the next generation of players.

Here is what we know:

- Retail sales are decreasing;
- Transactions in retail outlets are decreasing;
- Millennials are mobile and mobile-centric;
- The available footprint for the lottery is shrinking; and
- Technology must be used to enable the lottery to sell to more people, rather than merely boosting sales to its existing small demographic.

For the past 10 years or more, we have recognized that each point listed above is a point of vulnerability for the continued health of our industry. But we have been hesitant to commit to the technological innovations, which will eliminate this vulnerability.

We need to collaborate as an industry to produce a united and assertive call to action. We are members of a sophisticated technology community, which produces products that entertain, reward, and benefit societies.

We need to integrate our product to mainstream, future-focused retailing and infuse the value of lottery directly in the next generation’s minds through a presence on platforms such as Amazon, e-bay, Facebook and Instagram.

We need this change immediately and the technology is available to make it happen.

