

Pressespiegel 2017

Press Documentation 2017

Novomatic

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

11.12.2017 / KW 49

„www.noen.at“, 10.12.2017

teatro-Gruppe

Weihnachtsgeschichte - "Vorspiel" in Wien

Im dritten Jahr der „Weihnachtsgeschichte“ hat es die teatro-Gruppe rund um Intendant & Gründer Norberto Bertassi erstmals nach Wien verschlagen. Das „Novomatic Forum“ war am Wochenende Schauplatz des erneut adaptierten Klassikers frei nach Charles Dickens.

Wolfgang Ebner, Geschäftsführer der HTM (Hotel - und Tourismusmanagement) des Glücksspielkonzerns Novomatic und somit Gastgeber im Novomatic Forum, ist Musicalfan, hat im Vorjahr die teatro-Produktion in Mödling gesehen und den Auftritt in Wien initiiert. Jetzt geht's für das Ensemble retour in die Mödliner Stadtgalerie. Premiere ist ebendort am Samstag, 16. Dezember um 16 Uhr.

Weitere Vorstellungen: Sonntag, 17. 12., 16 Uhr, Dienstag, 19.12., 18 Uhr, Mittwoch, 20.12., 18 Uhr, Donnerstag, 21.12., 18 Uhr, Freitag, 22.12., 18 Uhr, Samstag, 23.12., 11 und 16 Uhr.

„www.gamesundbusiness.de“, 08.12.2017

Charity

Casino Royal spendet 5.000 Euro



Mit einer Spende von 5.000 Euro unterstützt Casino Royal die Elterninitiative Kinderkrebsklinik in Düsseldorf.

Der Spielhallenbetreiber Casino Royal spendete 5.000 Euro an die Elterninitiative Kinderkrebsklinik Düsseldorf. Den symbolischen Scheck überreichten die Geschäftsführer von Casino Royal, Boris Kuzenko und Georg Schwab, am 4. Dezember an Frank Fleßer, dem Spendenbetreuer der Elterninitiative. "Es macht uns sehr glücklich, dass wir mit unserer Spende einer Einrichtung in unserer Region helfen können, die Kinder und deren Eltern in einer schwierigen Situation unterstützt", sagte Kuzenko bei der Scheckübergabe in Düsseldorf.

Mit dieser Spende knüpft das Unternehmen an eine Tradition an, die Boris Kuzenko 2012 als Geschäftsführer von Admiral Play ins Leben gerufen hat. Seit 2012 spendet das Unternehmen jährlich 5.000 Euro an die Elterninitiative. In diesem Jahr erfolgte die Spende zum ersten Mal im Namen von Casino Royal, deren Geschäftsführer Boris Kuzenko und Georg Schwab seit der Übernahme des Unternehmens durch die Novomatic-Gruppe sind.

Die Elterninitiative Kinderkrebsklinik ist ein gemeinnütziger Verein und setzt sich seit mehr als 30 Jahren für krebskranke Kinder und Jugendliche ein. Mit den über die Jahre gesammelten Spenden konnten bereits zahlreiche Projekte realisiert werden.

Bild v.l.: Georg Schwab, Frank Fleßer, Boris Kuzenko.

„www.gamingintelligence.com“, 08.12.2017

GI Games Round-up: Booming Games, Greentube, Magnet Gaming and more

This week has seen new slots released by Booming Games, Greentube, Magnet Gaming and Pragmatic Play, as well as NZ Lotto's launch of its first online scratch card games, and integrations for Tom Horn Gaming and Zitro Interactive.

Booming Games

Isle of Man-based developer Booming Games is taking players down the garden path to discover a fruity slot with a twist in Exotic Fruit Deluxe.

The game is the sequel to the supplier's popular slot and retains the gameplay of the original while adding a super charged boost. Returning to the garden under the cover of darkness, players will meet some cute Chibis and the succulent fruits that they love.

"We can't wait for our players to get their hands on our latest release," said Booming Games' CEO Max Niehusen.

"Exhilarating gameplay, charming styling and innovative features make Exotic Fruit Deluxe destined to become a firm favourite amongst our players."

The slot features expanding symbols and free spins, with 3 or more of the scatter symbols triggering 10 free spins, and also allow players to randomly select the expanding symbol. If this symbol lands on three or more reels during free spins it will expand, covering the entire reel to bring players bigger wins.

Greentube

Novomatic's interactive subsidiary Greentube is getting into the festive spirit with the launch of its Christmas-themed slot Jingle Jackpot.

The aim in Jingle Jackpot is to line up five identical winning symbols on one of ten win lines that run in both directions. Players win as long as enough symbols line up side by side along a win line.

If the Extra Bet feature is activated, the Star acts as the Wild symbol and substitutes all other symbols. All winnings made with the Star are multiplied with a selected multiplier (up to x10).

With the amount of the multiplier, the overall bet increases as well. The Christmas-Cracker-Bonus offers four special bonuses such as rewind, fast forward, scatter and domino, and is randomly triggered after every unsuccessful spin. All four bonuses guarantee additional winnings.

Pragmatic Play

Malta-based slot developer Pragmatic Play's latest slot takes players on a journey through bamboo forests in Panda's Fortune.

The game is a 3x5 video slot, complementing koi fish, bonsai trees and yin and yang symbols with a soothing oriental soundtrack. The game's fifth reel is home to golden variants of every symbol, which are the key to unlocking minor, major and grand jackpots that pay up to 800x the player's original stake.

In another innovative spin, up to 25 jackpots can be won on a game round and the jackpot feature is also available during the free spins round, where stacked lanterns appear in the spin before scattering to the wind to reveal new symbols.

"We are proud to launch Panda's Fortune, a game that is both visually charming and expertly-modelled, with intuitive mechanics offering a truly unique gameplay experience," said Catalin Bratosin, head of games production at Pragmatic Play.

"Releasing two new games a month throughout the year is one of our key commitments, and this speed to market without any sacrifices in quality is a significant string to our bow."

Tom Horn Gaming / EveryMatrix

Malta-based slots provider Tom Horn Gaming has agreed a deal to integrate its content onto the EveryMatrix platform.

The supplier's full portfolio of video slots will be made available to EveryMatrix's network of operators via its CasinoEngine content aggregator platform, including popular titles Monster Madness, Blackbeard's Quest and Geisha's Fan.

"Tom Horn Gaming is always looking for opportunities to grow as a brand and this deal with EveryMatrix will really help us do that," said Ondrej Lapides, CEO at Tom Horn Gaming. "EveryMatrix hosts some of the industry's biggest suppliers all under one roof and we are delighted to be among them. We are confident our high-quality titles will impress."

Stian Hornsletten, CEO of CasinoEngine, added: "We are always looking to add the very best slots titles on the market to our platform and we are confident we have achieved that here as well."

"Tom Horn Gaming's portfolio hosts a wealth of titles to suit all players. We look forward to working together in a long-term partnership."

Magnet Gaming

Danish casino games developer Magnet Gaming is offering players a lesson in French cuisine with its new restaurant-themed slot game Le Chef.

The supplier's latest release features nine aptly-designed reels and two progressive jackpots, and sees players help Le Chef create some tasty treats in their bid to scoop Le Jackpot.

The slot offers players the chance to win on every spin with entertaining bonus rounds such as Bon Appétit, Food Critic, Kitchen Time and Pick a Dish.

"Le Chef serves up the French restaurant experience to players and if you can impress Paris's toughest food critics, there are plenty of delicious prizes to be gobbled up," said Thomas Nielsen, head of gaming licensing at Magnet Gaming.

"We are sure this game will appeal to those foodies out there, and we think they'll be chomping at the bit to get their teeth into the food-filled bonus rounds that it has to offer."

Quickspin

Playtech-owned Swedish slots specialist Quickspin has unveiled a new Achievements Races promotional tool, designed to offer an improved gaming experience and maximise retention opportunities for operators.

It will be available from January and complements the supplier's Achievements Engine, which was launched earlier this year. The races will allow rewards to be achieved much quicker, giving players meaningful prizes and an even more valuable experience.

Achievements Races is set to be integrated into Quickspin's leading games including the newly-released Mayana.

"We've received fantastic feedback from operators for our Achievements Engine, and Achievements Races represents another valuable tool within their marketing strategies," said Quickspin CEO Daniel Lindberg. "With the achievements themselves being a powerful retention tool aimed to increase loyalty of the players, the races allow for a promotional boost where a spotlight can be put on achievements during a period where the rewards are much more easily reached."

Zitro Interactive

Video bingo games specialist Zitro Interactive has launched its games with Betsson's Spanish-facing online gaming brand Starcasino.es.

The operator has gone live initially with 15 games from the supplier, including popular titles Spin Bingo, Fishmania and Power Mania Bonus. Users will be able to enjoy the games across desktop, mobile and tablet devices.

"In this way, Zitro Interactive continues to expand its distribution channels to make its most successful games available to all players at any place and at any time," said the company.

Lotto NZ

New Zealand's National Lottery operator Lotto NZ has expanded its online portfolio with the launch of Instant Play games.

The games are an online version of the popular and iconic Instant Kiwi games that New Zealanders have been playing for almost 30 years. They have a maximum spending limit of \$50 per week.

Lotto NZ general manager of corporate communications Emilia Mazur said that Instant Play was a natural addition to the operator's current suite of games available online.

"We've been offering all of our games online for almost 10 years – except for Instant Kiwi," said Mazur. "With more people playing online and, given the popularity of Instant Kiwi in-store, Instant Play is the natural next step for MyLotto.

"We want to offer our online players our full range of games. Providing a responsible gaming environment is central to Lotto NZ's operations, across all areas of our business.

"We have a comprehensive set of safeguards to ensure the responsible delivery of Instant Play games on MyLotto," she added.

Instant Play games are available on mylotto.co.nz and the newly updated Lotto NZ App which allows players to check and buy tickets via mobile devices.

„www.gamingintelligence.com“, 07.12.2017

Intralot signs new lottery supply deal with OPAP

Athens-listed lottery and gaming provider Intralot has signed an extension to its long-term lottery supply arrangement with Greek gaming operator OPAP.

The new three-year contract for the supply of numerical lottery products and related services has been signed ahead of the expiry of the current supply deal in 2018 and includes a two year renewal option.

It will see Intralot supply OPAP with an updated lottery platform and introduce a number of commercial improvements to the operator's lottery offering over the coming years.

The companies have worked together for decades, with Intralot originally serving as OPAP's sole technology supplier. This relationship has changed in recent years as part of a €100m overhaul of the operator's technology and systems, which has seen Intralot joined by additional partners such as Novomatic Lottery Solutions, Betgenius and Playtech BGT Sports.

"I am pleased to be announcing the extension of our cooperation with Intralot, which remains one of our strategic partners," OPAP chief executive Damian Cope said. "Our technology strategy is progressing well as we continue to establish greater control and flexibility over our digital and technological environment.

"We are working closely with all our technology partners in order to deliver our 2020 Vision and transform the role of technology within the organisation for the benefit of the company and our customers."

Intralot chief executive Antonios Kerastaris added: "We are very pleased about the continuation of our relationship with OPAP. This allows Intralot to provide to one of our most valued customers our latest innovations in lottery products and services.

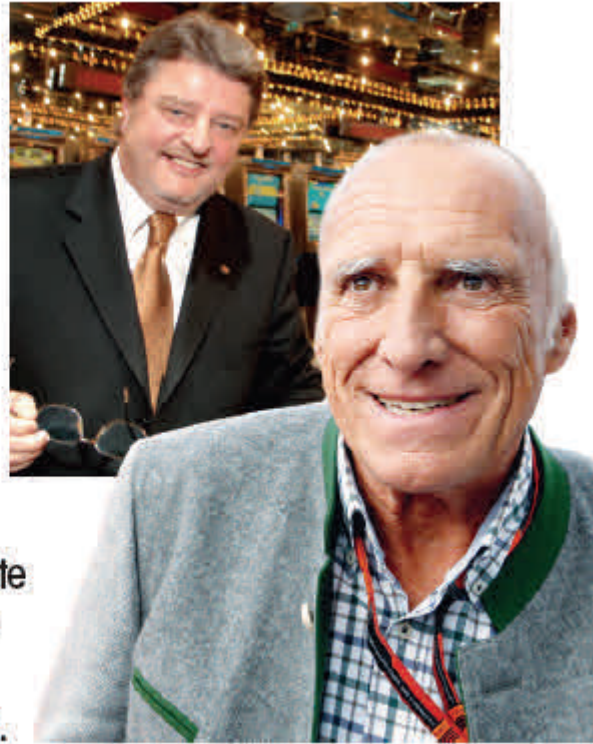
"I would like to thank OPAP for the trust in our company. Our experienced team will closely cooperate with OPAP in the new period to help the company meet its strategic objectives."

Shares in **Intralot S.A** ([ASE:INLOT](#)) were trading up 3.92 per cent at €1.06 per share in Athens Thursday morning.

„TV Media“, 07.12.2017

Novomatic-Klage gegen Servus TV

Servus TV gegen Novomatic oder – im übertragenen Sinn – Dietrich Mateschitz gegen Johann Graf. So lautet demnächst eine gerichtliche Auseinandersetzung. Was ist geschehen? Wegen eines Doku-Beitrags auf Servus Anfang Oktober (Thema war Glücksspiel in Österreich) leitete Grafs Konzern medienrechtliche Schritte ein. Beide Seiten bestätigen die Klage. Pikant: Indirekt stehen sich hier die zwei reichsten Österreicher gegenüber.



„Trend“, 07.12.2017

Gemeinsam geht es leichter

EVENT. Mehr als 50 Millionen Umsatz oder 250 Mitarbeiter: Das ist die Vorgabe für Firmen in NÖ, um am Enterprise-4.0-Projekt der Wirtschaftsagentur ecoplus teilzunehmen. Was ist das Ziel? Sich gegenseitig bei der Entwicklung und Adaptierung von Geschäftsmodellen und Prozessen zu helfen. Die ersten neun Partner kommen aus den lokalen Leitbetrieben: Buntmetall, Testfuchs, Fischer Fittings, Novomatic, Bene, Doka, Haas

Waffelmaschinen, Welser Profile und Hörbiger, gemeinsam mit dem RIC und ecoplus. Am 4. Dezember traf sich die Runde (unten) bereits zum zweiten Enterprise-4.0-Forum. ecoplus-Chef Helmut Miernicki und Wirtschaftslandesrätin Petra Bohuslav waren sich einig: „Es gibt in Österreich kein vergleichbares Kooperationsprojekt in der Industrie.“



„www.mnews.medianet.at“, 07.12.2017

Redaktion

07.12.2017

„Wirtschaft kocht“

VGN-Managing Director Markus Posset über ein Format, das es so noch nicht gab.



WIEN. Crossmedial wird bei *profil* groß geschrieben: Mit *Gusto* wurde nun ein neues Format entwickelt. „Wirtschaft kocht“ gibt es nicht nur in Magazinform, sondern es wird auch im Privat-TV und über sämtliche Social Media-Kanäle zu sehen sein. Hinter der Idee steckt Wirtschaftsmanager und VGN Managing Director Markus Posset.

medianet: *Herr Posset, wie kam es zu ‚Wirtschaft kocht‘ und worum handelt es sich genau?*

Markus Posset: Ich hatte vor einiger Zeit die Idee, für unser Leitmedium *profil* ein neuartiges, crossmediales Kochformat umzusetzen. In Zusammenarbeit mit meiner Kollegin Talin Seifert vom Foodmagazin *Gusto* und der VGN Creation ist rasch das neue Format entstanden. Aufgrund meines persönlichen Netzwerks konnte ich den deutschen Starkoch Alfons Schuhbeck und wichtige Persönlichkeiten aus der österreichischen Wirtschaft für das Projekt begeistern und gewinnen.

medianet: *Können Sie uns noch ein paar Namen Ihrer künftigen Gäste verraten?*

Posset: Alfons Schuhbeck ließ Casinos Austria-Vorstandsdirektorin Bettina Glatz-Kremsner, Ex-Vizekanzler Josef Pröll, T-Mobile-CCO Maria Zesch, Rudolfinerhaus Privatklinik-Aufsichtsratsvorsitzenden Georg Semler, Novomatic-Konzernsprecher Bernhard Krumpel sowie Immounited-CEO Roland Schmid am Herd schwitzen.

medianet: *Gab es ein solches Format eigentlich schon einmal?*

Posset: Nein, mit der neuen Kochshow zeigt die Verlagsgruppe News, dass wir mit kreativen Ideen und 360-Grad-Formaten neue Zielgruppen ansprechen sowie die Reichweite und die Zahl der Abonnenten weiter ausbauen können. Die Kochshow wird als eigenes Magazin *Wirtschaft kocht!* mit einer Sonderauflage von 150.000 Stück am 18.12. mit dem *profil* und am 21.12. mit dem *Gusto* erscheinen. Weiters wird die Kochshow im Privat-TV und über sämtliche Social Media-Kanäle sowie auf *profil.at* und *gusto.at* zu sehen sein. Es handelt sich also tatsächlich um eine crossmediale Innovation.

medianet: *Zu Ihrer Person: Wann und wie haben Sie Ihre berufliche Karriere gestartet?*

Posset: Ich begann meine Laufbahn mit 15 Jahren als Lehrling für Nachrichtentechnik bei den ÖBB und habe berufsbegleitend drei Studien in Betriebswirtschaft, Arbeits- und Prozesspsychologie sowie Marketing abgeschlossen.

medianet: *Welche Position begleiteten Sie vor Ihrer Tätigkeit in der Verlagsgruppe News?*

Posset: Ich war zuvor Chief Operating Officer (COO) des Echo Medienhauses mit rund 25 Mio. Euro Umsatz und 200 Mitarbeitern.

medianet: *Was waren dabei Ihre Arbeitsschwerpunkte in den vergangenen zehn Jahren?*

Posset: Meine Schwerpunkte als Wirtschaftsmanager liegen im Marketing, im Vertrieb, in der Unternehmensentwicklung sowie in Personalführung, Reorganisation und Sanierung. Dazu kommt meine Expertise für Ausbau und Entwicklung neuer Ecosysteme in Unternehmen.

medianet: *Zurück zu Ihren derzeitigen Aufgaben und natürlich auch zu den neuen Projekten: Wie hat sich das Nachrichtenmagazin *profil* heuer wirtschaftlich mit den neuen Projekten und Produkten entwickelt?*

Posset: Der Anzeigenumsatz von *profil* konnte heuer gegenüber dem Vorjahr um rund acht Prozent gesteigert werden.

Das Jahresergebnis für 2017 wird ebenfalls positiv abschließen.

medianet: *Was ist der Grund für diesen Erfolg bzw. für den Turnaround?*

Posset: Basis dieses Erfolgs ist die Neupositionierung und der Ausbau der kompletten *profil*-Portfolio-Reihe sowie ein umfangreicher Relaunch und neue crossmediale und digitale Produkte.

medianet: *Netzwerken ist in der Branche ein wichtiges Thema; Sie pflegen vor allem im D-A-CH-Raum sehr gute Kontakte.*

Posset: Die Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil meiner Arbeit. Daher ist es nicht weiter verwunderlich, dass ich mit vielen Persönlichkeiten im D-A-CH-Raum im laufenden Kontakt stehe oder befreundet bin.

medianet: *Wie ist das Verhältnis zu profil-Herausgeber und Chefredakteur Christian Rainer?*

Posset: Unsere Aufgabengebiete sind ganz klar aufgeteilt und unsere Zusammenarbeit funktioniert wirklich perfekt. Christian Rainer zählt sicherlich zu den besten Chefredakteuren, Herausgebern und Impulsgebern im gesamten deutschsprachigen Raum. Ich schätze ihn beruflich wie auch menschlich sehr.

medianet: *Stichwort crossmedial: Wie gehen Sie selbst mit Sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter & LinkedIn um?*

Posset: Wie viele Österreicher bin ich natürlich auch persönlich auf den Sozialen Netzwerken vertreten – ich poste laufend Neuigkeiten aus meinem beruflichen und privaten Umfeld.

medianet: *Wohin wird Ihre berufliche Reise gehen?*

Posset: Ich habe meine Ziele und Aufgaben jetzt einmal für 2017 zu hundert Prozent erfüllt. Für das Jahr 2018 wird es für mich sicherlich neue und spannende Herausforderungen und Aufgaben geben. Immerhin gibt es ja noch Luft nach oben. *(red)*

„Heute“, 06.12.2017

Am Samstag im Novomatic Forum

Weihnachtsgeschichte von Dickens als Musical

Die Weltpremiere der „Weihnachtsgeschichte“ von Charles Dickens als Musical geht am Samstag um 18 Uhr im Novomatic Forum über die Bühne, Karten gibt es dafür noch bei oeticket und allen Raiffeisen-Filialen 



„APA“, 06.12.2017

Führendes Industrie-Projekt „Enterprise 4.0“ zieht Bilanz

Bohuslav: Neue technologische Möglichkeiten erschließen immer auch neue unternehmerische Chancen

St. Pölten (OTS/NLK) - Seit 2015 läuft in Niederösterreich unter dem Titel „Enterprise 4.0“ ein Kooperationsprojekt, das sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die heimische Industrie befasst. Bereits zum zweiten Mal wurde kürzlich zum Enterprise 4.0-Forum geladen, bei dem die Projektergebnisse des vergangenen Jahres der Öffentlichkeit vorgestellt wurden. „Es gibt in Österreich kein vergleichbares Kooperationsprojekt zum Thema Industrie 4.0. Hier wurden Best-Practice-Projekte diskutiert, dokumentiert und erforscht. Dabei hat sich bestätigt, dass jeder Betrieb individuelle Lösungen finden muss, um die Möglichkeiten der Digitalisierung optimal zu nutzen und in neue Geschäftsmodelle umzuwandeln“, zogen Wirtschafts-Landesrätin Petra Bohuslav und ecoplus-Geschäftsführer Helmut Miernicki im **Novomatic** Forum Bilanz über das ecoplus-Gemeinschaftsprojekt von Mechatronik- und Kunststoff-Cluster.

„Enterprise 4.0“ richtet sich an Unternehmen der produzierenden Industrie mit hohem Wertschöpfungsanteil in Niederösterreich und hohem Exportanteil sowie mit einem Umsatz ab 50 Millionen Euro oder mehr als 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Projektziel ist eine Wertschöpfungssteigerung bei den Projektpartnern durch die Nutzung der digitalen Möglichkeiten. „Durch die Digitalisierung verändern sich auch Geschäftsmodell und Organisations- und Prozessstrukturen. Damit kommen auch auf Belegschaft und Führungskräfte tiefgreifende Veränderungen zu. Um die Chancen und Möglichkeiten rechtzeitig zu erkennen und auch im Unternehmen umsetzen zu können, müssen sich die Betriebe zeitgerecht – also jetzt – damit auseinandersetzen. Deshalb ist es auch so wichtig, dass Digitalisierung hier zur Chefsache erklärt wurde. Nur wenn die notwendigen Veränderungen auch ‚von oben‘ mitgetragen werden, werden die Betriebe von der Digitalisierung profitieren“, erläuterte Landesrätin Petra Bohuslav.

Im Rahmen des Kooperationsprojekts „Enterprise 4.0“ arbeiten seit 2015 elf führende Unternehmen mit ausgewählten Universitäten und Fachhochschulen an konkreten Fallbeispielen zu „Industrie 4.0“ und nutzen so den „Austrian Way of Digital Success“. Ziel ist es, eine Brücke zwischen Wirtschaft und Wissenschaft herzustellen, um heimische Leitbetriebe auf ihrem Weg zu „Digital Champions“ zu begleiten. Die elf Projektpartner, unter ihnen das „Who is Who“ der niederösterreichischen Wirtschaft, sind u. a. buntmetall amstetten, TEST-FUCHS, Georg Fischer Fittings, **NOVOMATIC** Gaming Industries, Bene Büromöbel, Doka, FHW Franz Haas Waffelmaschinen, Welser Profile, Hörbiger Kompressortechnik Holding GmbH und RIC (Regionales Innovations Centrum) GmbH.

Um den Erfahrungsaustausch mit den beteiligten Forschungspartnern und zwischen den Unternehmen untereinander zu kanalisieren, hat jedes Unternehmen eine Reihe von Themen und „Use Cases“ definiert, mit denen man sich im Rahmen von Good-Practice-Projekten systematisch beschäftigt. Die Firma Bene hat sich beispielsweise damit beschäftigt, ob und wie Augmented Reality im Möbelvertrieb eingesetzt werden kann.

Novomatic hat im Projekt erarbeitete Prototypen im realen Umfeld getestet und die Firma Riegl plant unter dem Schlagwort „Smart Production“ den Bau einer „Produktionshalle der Zukunft“, die bereits für die Anforderungen der Digitalisierung optimal vorbereitet und eingerichtet ist.

Ecoplus-Geschäftsführer Helmut Miernicki betont: „‘Enterprise 4.0‘ zeigt, dass das Motto der ecoplus Cluster Niederösterreich „Innovation durch Kooperation“ auch in Zeiten des digitalen Wandels hervorragend funktioniert. Es ist nicht selbstverständlich, dass Unternehmen dieser Größenordnung betriebsübergreifend miteinander forschen, entwickeln und lernen, und es macht mich stolz zu sehen, zu welchen eindrucksvollen Ergebnissen die Arbeit unserer Clusterteams führt.“

„Automaten Markt online“, 05.12.2017

Personelle Veränderungen im Management der Löwen Gruppe



Der langjährige Geschäftsführer von Crown Technologies, **Heiko Busse**, verlässt zum Ende des Jahres die Löwen-Gruppe auf eigenen Wunsch. **Mehmet Celikoglu** übernimmt als operativer Geschäftsführer bei Admiral Sportwetten zusätzliche Aufgaben und verantwortet damit den weiteren Ausbau des Sportwett-Angebots.

Unterstützt wird Mehmet Celikoglu durch **Marc Helms**, der die kaufmännische Geschäftsführung bei Admiral Sportwetten übernimmt. Helms, bisheriger kaufmännischer Leiter bei Crown Technologies, übernimmt zudem die kaufmännische Geschäftsführung bei den Unternehmen Crown Technologies und Hirscher Moneysystems.

Tragen jetzt mehr Verantwortung bei Löwen: Die Manager Mehmet Celikoglu und Marc Helms.

„Heute“, 06.12.2017



Als sich Captain Kirk als „Space Manager“ bewarb

Klaus Niedl, Personalchef der Novomatic, und Julia Hauska vom Carreer-Verlag haben im neuen Buch „Humour Resources“ Witziges aus den Personalabteilungen gesammelt. „Heute“ hat eine Kostprobe:

Könnten Sie ad hoc beantworten, mit welchen Aufgaben ein Space Manager für gewöhnlich so betraut wird? Machen Sie sich keine Gedanken, wenn dem nicht so ist. Sie befinden sich da-

mit in guter Gesellschaft. Space Manager erstellen im Handel Regalpläne und helfen bei der Gestaltung des Sortiments.

von Wolfgang Beigl

Mit der galaktischen Bewerbung auf die Anzeige hätte selbst die HR-Abteilung in Lichtjahren nicht gerechnet. Es bewarb sich nämlich ein gewisser Herr Kirk. Vorname James, zweiter Name Tiberius, detaillierter Lebenslauf anbei. Beginnend mit der Ausbildung in der Sternenflotten-

akademie listete er penibel seine Dienstzeiten und Aufgabenbereiche bis zum Kapitän auf der „Enterprise“ auf. Sogar ein professionelles Foto des „Kandidaten“ durfte nicht fehlen. Der Lebenslauf schloss mit dem Satz: „Aufgrund meiner bisherigen Erfahrungen halte ich mich für qualifiziert, die Stelle als Space Manager zu übernehmen.“

Leider hat sich der Verfasser oder die Verfasserin nie geoutet. Die Personalverantwortlichen hätten den oder die Kreative gerne kennengelernt.

Informationen zum Buch erhalten Sie unter: www.humour-resources.eu/bestellen/

„Automaten Markt“, Dezember 2017

Digitalisierung steigert den Handlungsdruck der Politik

Interview: Zusammenarbeit zwischen staatlichen und privaten Glücksspielanbietern war bis vor Kurzem schwer vorstellbar. Nun haben Westlotto und Löwen Entertainment diese tradierten Konfliktlinien überschritten. Dr. Daniel Henzgen und Axel Weber erläutern den Status quo und Regulierungsfragen der Zukunft.

AutomatenMarkt: Wie kam die Zusammenarbeit von Westlotto und Löwen Entertainment zustande? Warum haben Ihre Unternehmen diese Studie gefördert?

Dr. Daniel Henzgen: Wir haben uns über den Düsseldorfer Kreis kennengelernt, Vertrauen aufgebaut und verstanden, wie das jeweils andere Geschäftsmodell funktioniert. Wir wollen Themen bearbeiten, die in der Vergangen-

heit nicht umfassend genug angepackt wurden. Dieses gemeinsame Engagement in Kooperation mit dem renommierten Handelsblatt Research Institute ist eine Konstellation, die eine hohe Glaubwürdigkeit hat. Gerade weil die beiden Unternehmen aus verschiedenen Ecken des Marktes kommen, werden die Studienergebnisse angenommen und diskutiert. Das ist genau das, was wir damit erreichen wollten.

Zukunft ist nicht mehr der Glücksspielmarkt, der sich durch die Unterscheidung „privat“ oder „Staat“, sondern „legal“ oder „illegal“ definiert. Gleichzeitig erkannten wir, wahrscheinlich als erster großer staatlicher Anbieter, dass Glücksspiel eben auch ein Markt ist, der eine volkswirtschaftliche Komponente hat. Wenn man das erkannt hat, muss sofort klar sein, dass die Herausforderungen der Zukunft nicht mehr einzeln branchenspezifisch geregelt werden können. Hinzu kommen Glücksspiele, die der Konsument in der Zukunft nachfragen wird. Auch diese dürfen bei einer künftigen Regulierung keine Blackbox bleiben. Deshalb wollten wir wissen, was denn Digitalisierung für das Glücksspielgeschäft heißt.

AutomatenMarkt: Wie stellen Sie sich konkret eine Regulierung vor? Müsste diese spielformübergreifend sein?

Dr. Daniel Henzgen: Ja. Das ist alleine schon europarechtlich nötig, weil die Kohärenzfrage die Glücksspielregulierung in den letzten Jahren geprägt hat. Betrachtet man den Staatsvertrag, werden die verschiedenen Spielformen bereits in einen gemeinsamen Kontext gesetzt. Jetzt sind wir bei der Frage: Wie fügen andere Produkte der Zukunft, die durch den technologischen Wandel

möglich werden, sich dann in solch ein Konstrukt ein? Das ist das eine, das zweite ist, dass die Komplexität zunimmt, sowohl für den Anbieter als auch für den Konsumenten und erst recht für den Regulierer. Wenn die Komplexität der Materie nicht mehr konstitutionell aufgefangen wird, leiden als erstes die legalen Anbieter darunter. Wir sehen das sowohl bei Lotto als auch beim gewerblichen AutomatenSpiel. Der Kunde leidet darunter vielleicht auch, aber oftmals sieht der Kunde gar nicht diesen Unterschied zwischen legal und illegal, gerade im Online-Spiel. Hier wird die Legitimationsfrage von der Legalitätsfrage entkoppelt und das darf nicht sein.

AutomatenMarkt: Kann denn eine spielformübergreifende Regulierung überhaupt funktionieren, wenn das Lotteriemonopol beibehalten wird?

Axel Weber: Ja, das geht. Dazu muss man sich aber erstmal von den alten Ansichtsplattformen, auf denen man steht, befreien. Die Bildungspolitik wird ja auch föderal geregelt. Sie haben aber bei einem Wirtschaftszweig eine völlig andere Nachfragesituation. Wir stehen vor einer Kohärenzschranke, die seit einem Jahrzehnt niemand zu öffnen vermag. Vielleicht müssen wir nicht mehr jede Spielform regeln, sondern jedes Spielangebot. Sie werden in Zukunft gewisse Produkte haben, die sie nicht mehr eindeutig zuordnen können. Beispiel Rubbellos. Man denkt, dass es ein Lotterieprodukt ist. Wenn das Rubbellos online geht, können wir das abbilden. Jeder Online-Casino-Anbieter kann das aber genauso,

„Legal“ oder „illegal“ statt „privat“ oder „Staat“

heit nicht umfassend genug angepackt wurden. Dieses gemeinsame Engagement in Kooperation mit dem renommierten Handelsblatt Research Institute ist eine Konstellation, die eine hohe Glaubwürdigkeit hat. Gerade weil die beiden Unternehmen aus verschiedenen Ecken des Marktes kommen, werden die Studienergebnisse angenommen und diskutiert. Das ist genau das, was wir damit erreichen wollten.

Axel Weber: Uns ging es dabei gar nicht so sehr um die Frage, ob wir Gemeinsamkeiten entdecken, da damit oft nur der Minimalkonsens erzeugt wird. Uns ging es primär um die Grunderkenntnisse, die Westlotto und Löwen in den letzten Jahren geprägt haben. Nämlich: Der Glücksspielmarkt der

Dr. Daniel Henzgen, Bevollmächtigter der Geschäftsführung für Politik und Außenbeziehungen bei Löwen Entertainment (I.) und Axel Weber, Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation/Public Affairs, Westlotto.

Das heißt, wir brauchen für das gleiche Produkt eine Regelung, die sowohl in den Online-Casino-Bereich als auch in den Lotteriebereich wirkt. Zum Lotteriemonopol: Die Manipulationsgefahr für diese riesigen Summen, wie zum Beispiel 90 Millionen Euro beim Eurojackpot, gehen nicht vom Kunden, sondern vom Veranstalter aus. Deswegen sollte der Staat mit der Seriosität, die die Bürger in diese Institution haben, weiterhin Hüter der Lotterieveranstaltung bleiben. Wenn Sie diese Denkweise übertragen, werden Sie feststellen, dass Sie mit der EuGH-Rechtsprechung völlig konform ist.

Dr. Daniel Henzgen: Das führt zu einer ganz neuen Perspektive auf die Regulierung. Die technologische Entwicklung ist nie endlich. Wir sollten also Veranstaltung von Vertrieb trennen. Ich gebe Ihnen ein Beispiel aus dem gewerblichen Automatenmarkt. Was ist unser Produkt? Ist es das Gerät? Oder ist das der Content, also der Algorithmus und die Grafikoberfläche? Das Produkt ist der Content, und ob ich diesen Content dann im

„Wir stehen vor einer Kohärenzschranke, [...]“

Kontext der Spielverordnung in einem Gehäuse verbaue, das in der Spielhalle steht, oder – außerhalb der Spielverordnung – in ein Spielbanken-Gerät implementiere, oder aber auf eine lizenzierte Internetseite stelle, ist dann egal. Für mich ist das gewerbliche Geldspielgerät ein Vertriebskanal für den Content von zum Beispiel Book of Ra plus Algorithmus. Am Ende des Tages entscheidet der



Kunde über die Attraktivität der Produkte. Deutschland ist der zweitgrößte Online-Markt Europas. In Deutschland ist Online-Gambling verboten. Die Relevanz des Verbots strebt jedoch gegen Null. Jetzt steht der Gesetzgeber vor der großen Herausforderung, wie er einen ordnungspolitischen Zugriff bekommt. Der ist nötig, weil Glücksspiel ein sozial-sensibles, regulierungsbedürftiges Produkt ist.

AutomatenMarkt: Wird der Gesetzgeber aus den Fehlern der gescheiterten Sportwettenregulierung lernen?

Axel Weber: Vielleicht ist der Handlungsdruck für die Entscheidung noch nicht groß genug. Wir als größte Lotteriegesellschaft in Deutschland müssen den Anspruch haben, diese Diskussion in Deutschland aktiv mitzuführen. Denn Beamte können die Lage nicht besser analysieren als die, die am Markt tatsächlich tätig sind.

Dr. Daniel Henzgen: Ähnliches gilt doch auch für das gewerbliche Automatenmarkt. Wenn ich das durchexerziere, was heute in Landesglücksspielgesetzen steht, dann wird sich spätestens zum 30. Juni 2021 der gesamte Markt halbieren, in Rheinland-Pfalz werden gar 80 Prozent verschwinden, mit all den fiskalischen und volkswirtschaftlichen Verwerfungen. Gleichzeitig haben wir aber einen illegalen Markt, der täglich

wächst. Hier geht eine Schere auseinander, die betriebswirtschaftlich schwierig für die legalen Anbieter ist. Diese Schere wirkt sich fatal für viele Tausend Angestellte in diesem System aus, aber sie ist doch auch schwierig für den Gesetzgeber. Jeden Tag wird auf der Straße, auf Smartphones und Tablets bewiesen, dass man mit dem einst gewählten Regulierungsansatz überhaupt gar nichts in den Griff kriegt. Das war natürlich kein böser Wille, nur konterkariert dieser Ansatz die eigenen Ziele, nämlich die des Paragraphen 1 GlüStV.

AutomatenMarkt: Wer sollte welche Kriterien für solche Regulierungsanforderungen festlegen?

Dr. Daniel Henzgen: Die Diskussion über Qualität wurde in unserem Markt mit dem Regulierer kaum geführt. In unserer Branche hebt der Gesetzgeber auf Abstände und Maximalverluste ab. Diese rein quantitativen Ansätze stoßen in der digitalen Welt aber ganz schnell an ihre Grenzen. Was ist denn jetzt der Abstand zwischen Ihren Online-Spielhallen auf Ihrem Smartphone und meinem? Es ist ein sinnvoller Schritt, sich nicht nur mit quantitativen, sondern auch mit qualitativen Kriterien zu beschäftigen, aber er setzt voraus – und das macht es in der Umsetzung schwierig –, dass der Regulierer sich auch mit diesen Produkten beschäftigt. Um einen Mindestab-



stand von 300 Metern festzulegen, muss ich das Geschäft nicht verstehen. Wenn ich aber Qualitätskriterien zum Maßstab mache, muss ich mich inhaltlich mit dem Glücksspiel und dem Konsumverhalten auseinandersetzen.

AutomatenMarkt: Halten Sie die Gründung einer Regulierungsbehörde, also die vielbesprochene Anstalt öffentlichen Rechts, für notwendig?

Axel Weber: Die ist zwingend vonnöten, weil sie aus jetziger Sicht die einzige Möglichkeit ist, die die Zerklüftung, die beim Vollzug durch unser föderales System entsteht, überwinden kann.

Dr. Daniel Henzgen: Uns fehlt doch auch gerade in unserer Branche ein qualifizierter Ansprechpartner für spezifische Fragen. Wir haben 16 verschiedene Auflagen für Sozialkonzepte in Spielhallen. Eine gute müsste das Ziel sein. Es mangelt auch an diesem einen Ort, wo sich Verbände und Unternehmen in eine Diskussion über die Regulierung einbringen können. Ein Beispiel: 2018 steht die Umstellung auf die TR 5-Geräte an. Parallel dazu haben wir die Diskussion über die Umsetzung der Landesspielhallengesetze und Härtefalldiskussionen, aber niemanden seitens des Regulierers, der alle Auswirkungen zusammen betrachtet.

AutomatenMarkt: Wie sollte die Finanzierung einer solchen Behörde ausgestaltet sein?

Axel Weber: Wenn Sie den schnellen Euro im Graubereich des Glücksspiels machen wollen, werden Sie nicht gleichzeitig ein

Interesse daran haben, eine Institution zu finanzieren, die Ihnen genau auf die Finger guckt und Verbote durchsetzt. Im Umkehrschluss haben alle anderen ein Interesse daran. Wir sind bereit, finanzielle Lasten zu schultern. Das ist keine Frage des Staates, sondern eine Frage des Einbeziehens. Hier haben Löwen und Westlotto

„Der illegale Markt wächst täglich.“

zum Beispiel Gemeinsamkeiten, die mit unserem Gewicht auch zu konkreten Vorschlägen, wie eine funktionierende Kontrollbehörde, führen können.

AutomatenMarkt: Sehen Sie Ihre Unternehmen als Speerspitze?

Axel Weber: Bei dieser Diskussion sicherlich. Wir haben auch beim DLTB eine sehr heterogene Meinungsvielfalt. Nicht jeder vertritt die These, dass wir uns auch als Unternehmer sehen müssen. Wenn wir eine Milliardensumme umsetzen, ist das eine ernstzunehmende Wirtschaftsgröße. Daher bilden wir an dieser Stelle sicherlich eine Speerspitze.

Dr. Daniel Henzgen: Speerspitze ist für mich nicht das richtige Bild. Immer nur im eigenen Saft zu kochen, ist eine Gefahr für jedes abgeschlossene System. Wenn eine offene und ehrliche Diskussion über diese Themen in Gang gesetzt wird, dann haben wir schon viel gewonnen. Denn ohne diese Diskussion werden wir nicht einen Millimeter unserer spezifischen Situation als gewerbliches Automatenspiel in der deutschen Regulierungssystematik verbessern.

AutomatenMarkt: Wie wird nach 2021 die Regulierung in Deutschland aussehen?

Axel Weber: Der Vorschlag, den wir skizziert haben, hat das Potenzial, mehrheitsfähig zu sein. Er bevorzugt weder eine Branche noch die Anbieter oder die Kunden.

Dr. Daniel Henzgen: Diese Frage ist gerade für unsere Branche sehr schwierig zu beantworten. Die Erfolgsaussichten, Partialinteressen in ein Gesetz umzusetzen, sind endlich. Ich bin mir aber auch darüber bewusst, dass der Handlungsdruck beim Regulierer wegen der Digitalisierung und den damit verbundenen Wachstumsraten steigen wird. Das Produkt Glücksspiel wird immer regulierungsbedürftig sein, neue Technologien

„Wir sollten Veranstaltung von Vertrieb trennen.“

und Produkte werden immer neue Regulierungstatbestände erzeugen. Zukünftig sollte der Gesetzgeber viele Interessen berücksichtigen: Konsumenten, legale Anbieter, der Fiskus.

Axel Weber: Was wir nicht wollen sind unkontrollierte, nicht mehr zu kontrollierende Monopolisten im Vertriebsbereich, wie in anderen Branchen. Wir wollen nicht, dass Google oder Facebook ab 2021 der Plattformanbieter für Glücksspiel in Deutschland ist, und wir sind überzeugt, das wollen die Kunden auch nicht. Dafür haben wir hier ein seriöses Unternehmertum, sei es staatlich oder privat, das sich an den deutschen Gesetzen orientiert. □