

Pressespiegel 2019

Press Documentation 2019

NOVOMATIC

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

28.01.2019 / KW 04



Darf Krems Las Vegas werden?

Das Universitäten und Fachhochschulen mitunter recht ausgefallene Studienrichtungen anbieten, um spezifischen Bedürfnissen der Wirtschaft gerecht zu werden, ist nichts Neues. Die Donau-Universität Krems in Niederösterreich (DUK) jedoch hat nun mit einer Neugründung über das Ziel hinausgeschossen, monieren Kritiker. „Leisure, Entertainment and Gaming Business Management“ heißt ein neuer Lehrgang an der DUK. Im Klartext: Glücksspiel-Management.

Das Programm zwischen zwei und vier Semestern, das berufsbegleitend angeboten wird, richtet sich laut DUK-Website ausschließlich an bereits tätige „Manager im Leisure, Entertainment and Gaming Business mit mehrjähriger Berufserfahrung, die sich auf eine zukünftige Führungsposition vorbereiten“.

Heißt: Im Wesentlichen dürfte es sich um Weiterbildungsseminare für Führungskräfte aus der Glücksspielbranche handeln.

Die Universität wird mit Steuergeld gefördert. Mit 5,43 Millionen Euro sponsert Sankt Pölten die DUK, Niederösterreichs einzige Universität, aus dem laufenden Landesbudget. Dazu kommen Fördergelder des Bundes. Helga Krismer, Landessprecherin der niederösterreichischen Grünen, spricht von einer „Grenzüberschreitung“: „Ein derartiger Lehrgang ist nicht im Sinne der Steuerzahler. Wenn Konzerne wie beispielsweise die Novomatic AG Schulungen ihrer Mitarbeiter benötigen, dann mögen sie dies ohne Steuergeld selbst organisieren.“

Dass Glücksspiel häufig Leid und Gewalt hervorbringt, ist jedenfalls hinreichend dokumentiert. In Österreich dürf-



PHOTO: GÖLLNER/SIPA/WWW.PHOTOBURO.COM

„Dieser Lehrgang ist nicht im Sinne der Steuerzahler.“

Helga Krismer, Die Grünen NÖ

ten laut Spielsuchthilfe rund ein Prozent der Erwachsenen spielsüchtig sein. An zahlreichen Kriminalfällen – von Beziehungsgewalttaten bis zu Trafiküberfällen – hat die Spielsucht ihren Anteil. Zuletzt etwa war auch jener Mazedonier spielsüchtig, der in Tulln seine Frau erstach. In den vergangenen Jahren hat sich das Problem laut Experten von Automaten eher in die Online-Sphäre verlagert. Der Trend in Europa geht klar in Richtung mehr gesetzlicher Einschrän-

kung: In Deutschland wurden beispielsweise kürzlich die Gewinn- und Verlustchancen an Automaten stark beschränkt. Italien verbietet gerade die Werbung für Online-Wetten.

Braucht es angesichts all dessen wirklich ein steuergeldfinanziertes Glücksspiel-Studium? Der Lehrgang sei durchaus von gesellschaftlicher Relevanz, sagt Alexander Pfeiffer, Leiter des Zentrums für Angewandte Spieleforschung an der DUK. „Digitale Spiele verschwimmen immer mehr mit Elementen des Glücksspiels. Diese Sphäre wollen wir als eine der führenden Institutionen in Sachen Spieleforschung akademisch abbilden und erforschen. Da geht es auch um Themen wie Spielerschutz, Suchtprävention und Aufklärungsarbeit.“ Überdies sei der Lehrgang nicht nur für Manager gedacht, sondern auch für andere Leute, die mit dem Bereich zu tun haben, etwa Beamte und Journalisten.

Zudem wird laut DUK kein Steuergeld für den Lehrgang aufgewendet. Er finde nur statt, wenn er – durch Teilnahmegebühren – kostendeckend zu finanzieren sei.

GEFP

„www.leadersnet.at“, 27.01.2019

Das sind Wiens Super Bowl Hotspots 2019

LEADERSNET weiß, wo man in der Nacht von 03. auf 04. Februar in Wien die besten Superbowl-Watchparties findet.



In der Nacht von 03. auf 04. Februar dreht sich wieder alles um American Football © skitterphoto

Während ganz Österreich zu Walzermelodien im Dreivierteltakt dem Zenith der Ballsaison entgegentalzt, hat die USA gerade eine ganz andere Art von Ballfieber fest im Griff: In der Nacht von 03. auf 04. Februar, um 0.30 Uhr mitteleuropäischer Zeit, fällt der Kickoff zur wohl mit größten Sportveranstaltung, die jährlich über die Bühne – oder besser, den Rasen – geht: der NFL Super Bowl.

Nicht nur in Amerika verfolgen mittlerweile um die 110 Millionen Zuschauer und Fans das Sportspektakel der Superlative, mittlerweile ist das Finale der NFL weltweit ein mit Höchstspannung verfolgtes und zelebriertes Phänomen, das auch die Kassen von Sponsoren laut klingeln lässt. Unzählige Watchparties mit Showeinlagen, Merchandise und All-You-Can-Eat-and-Drink-Angeboten buhlen auch in Wien um die Gunst der Fans – *LEADERSNET* kennt die besten Hotspots, um das Endspiel der New England Patriots gegen die LA. Rams um die Vince-Lombardi-Trophy bei der 53. Superbowl in Atlanta, Georgia live und hochauflösend mitzuerleben.

Danube Dragons Super Bowl Party – Admiral Arena Prater

Auch das starke transdanubische Konkurrententeam der Vikings, die grünen Danube Dragons, verstehen es eine Super Bowl Watchparty in würdigem Ambiente zu organisieren. Auf 130 Quadratmetern Screenfläche bietet die Übertragung in der Admiral Arena im Wiener Prater freie Sicht auf das sportliche Highlight. Neben Live-Acts, Gewinnspielen, einem Playstation Corner und Merchandising Produkten wird man hier den ganzen Abend lang mit All-You-Can-Eat-And-Drink verköstigt, zu den klassischen Hot Dogs oder BBQ-Chicken Wings werden auch Veggie-Alternativen geboten, ab 03.00 Uhr morgens gibt es auch hier Frühstück um sich für den Montag zu stärken. Beginn ist hier um 21:30 Uhr, Tickets sind ab 65,00 Euro **hier** erhältlich.

Fulminante Halbzeitshow und tolle TV-Spots

Jährlich ist auch die Halbzeit-Show der Super Bowl allein ein heiß ersehntes Ereignis für sich. Für dieses Jahr wurden unter anderem Maroon 5 und Travis Scott angekündigt und auch die kultigen TV-Spots in der Halbzeit werden bestimmt für gute Unterhaltung auch in der Zeit zwischen den Spielhälften sorgen – *LEADERSNET* wird auch hierzu im Laufe der Woche noch im Detail berichten.

Wenn und wo auch immer Sie feiern und zusehen, *LEADERSNET* wünscht schon jetzt eine spannende Nacht voller sportlicher und kulinarischer Highlights! (rb)

NOVOMATIC: „Wir bleiben weiterhin auf Kurs“

Erfolgskurs. Für das kommende Jahr 2019 hat sich NOVOMATIC einiges vorgenommen. Im Zentrum stehen einmal mehr die Mitarbeiter, Forschung und Entwicklung sowie die länderübergreifende Optimierung interner Abläufe und Strukturen.

Der Österreichische Leitbetrieb aus Gumpoldskirchen setzt auch im kommenden Jahr auf Kontinuität in seiner Strategie. In den letzten Jahren ist der Konzern rasant gewachsen. Heute verfügt NOVOMATIC über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert mit über 25.500 Mitarbeitern High-Tech Gaming Equipment in mehr als 75 Staaten. „Aus dem Grund arbeiten wir weiterhin an unserer künftigen Unternehmenspositionierung in den unterschiedlichen Märkten und Sparten“, so Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG.

Dabei nehmen Forschung und Entwicklung einen besonders hohen Stellenwert ein. „Hier führend zu sein, ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für NOVOMATIC. Deshalb wurden alleine innerhalb der letzten drei Jahre mehr als 300 Millionen Euro in die Forschung und Entwicklung neuer Technologien investiert“, bestätigt Neumann. Garantiert wird dies durch die konzern-eigenen 26 Technologiezentren in 16 Ländern, wo innovative Technologien, Systemlösungen sowie zukunftsrichtige Produkte für das Segment Online, Mobile und Social Gaming entwickelt werden. Die Produktion findet an 16 Produktionsstandorten in 11 Ländern statt. Zudem entwickelt NOVOMATIC jährlich mehr als 230 neue Spielvarianten und Game Designs.

„Wir entwickeln Softwarelösungen, die beispielsweise Zutrittsysteme, biometrische Spielererkennungssysteme, die Vernetzung mit staatlichen Aufsichtsbehörden



Mag. Harald Neumann, NOVOMATIC-Vorstandsvorsitzender, setzt weiterhin auf Kontinuität.

oder Spielerschutzprogramme inkludieren“, gibt Neumann einen kurzen Überblick über die Aktivitäten.

Online liegt im Trend
Der digital-interaktive Bereich ist seit Jahren einer der international am rasantesten wachsenden Sektoren in der Gaming-Branche. Grundlage sind die immer leistungsfähigeren mobilen Endgeräte für die Konsumenten.

Auf Basis dessen entwickelt NOVOMATIC ein 360°-Erlebnis. „Der Kunde soll sein Spiel ohne Systemunterbrechungen am mobilen Endgerät, am Computer oder in einer Spielstätte spielen können“, so Neumann. In Österreich ist das Online-Glücksspiel aktuell nur über die Plattform win2day.at möglich, da die Österreichischen Lotterien über die derzeit einzige Online-Lizenz verfügen.

Biometrie gewinnt stark an Bedeutung
Ein weiterer Trend in der Gaming-Branche betrifft biometrische Daten. Dabei geht es einerseits um mehr Komfort für den Kunden, andererseits wird dadurch punktgenauer Spielerschutz ermöglicht.

Aktuell ist die Technologie schon in Österreich bei Glücksspielgeräten im Einsatz. In Zukunft sollen Kunden mit ihrer biometrischen ID in jeder Spielstätte des Betreibers einchecken und über virtuelles Spielguthaben verfügen können. Die Anwendung von Biometrie erlaubt lizenzierten Betreibern wie ADMIRAL, den Zugang zum Gaming Floor und zu den Spielgeräten für Nichtbefugte verlässlich zu unterbinden.

Spielerschutz als Wettbewerbsvorteil
„Responsible Gaming haben wir in den letzten Jah-

ren zu einer Kernkompetenz weiter entwickelt und damit auch einen Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung von Lizenzen generiert. Denn Spielerschutzkonzepte sind mittlerweile ein wichtiger Teil einer Lizenzanschreibung“, weiß Neumann. Diese Entwicklung sei auch wichtig, denn langjährige Erfahrung im Bereich Spielsuchtprävention zeigt, dass ordnungspolitische Rahmenbedingungen entscheidend sind. „Wir sind überzeugt, dass Prävention und Spielerschutz, wirtschaftlicher Erfolg sowie strenge ordnungspolitische Regulierung in keinem Widerspruch stehen und nachhaltige Kundenbeziehungen schaffen“, so Neumann. Dementsprechend begrüßenswert ist auch jede Maßnahme, die das illegale Glücksspiel einschränkt, denn dort gibt es keinen Spieler- und Ju-

gendschutz. Erst kürzlich hat sich die Landeshauptleutekonferenz gegen illegales Glücksspiel und für härtere Sanktionen ausgesprochen. Neumann zeigt sich darüber erfreut: „Das ist eine bereits langjährige Forderung von uns. Wir haben bisher mehr als 380 Klagen gegen illegale Betriebsstätten eingebracht, das können wir aber nur in den Bundesländern, wo wir auch eine Glücksspiellizenz haben.“ Totalverbote werden mittlerweile von Experten als kontraproduktiv angesehen. Denn die negativen Folgen sind offensichtlich, insbesondere die Verlagerung des Glücksspiels in die Illegalität, wo es keinerlei Kontrolle gibt. „Die Forderungen der Landeshauptleute“, so Neumann, „sind ein wichtiger Schritt, um noch effektiver gegen das illegale Glücksspiel vorgehen zu können.“



CulinarICAL 3.0 – Dinner & Musical Show

Ein Duett aus Kunst und Kulinarik gab es Mitte Jänner für die rund 180 Gäste bei der Dinner- und Musical Show CulinarICAL 3.0. Das Showprogramm umfasste Lieder aus Musicals zu den Themen wie „Cities/Locations“, „Leading Women“, „Leading Men“ und „Musical goes Cinema“. Regisseurin Rita Sereinig inszenierte die abwechslungsreiche Show gemeinsam mit den Sängern Katharina Dorian, Antje Kohler, Marina Petkov, Stefan Bleiberschnig, Anetta Szabo, Florian Fetterle, Marina Petkov und Max Niemeyer. Kredenz wurde ein viergängiges Menü, das vom Küchenchef Alexander Pfandl höchstpersönlich zubereitet wurde. Unter den Gästen gesichtet wurden: Werner Auer, Sängerin Virginia Ernst, Cesar Sampson, Ramesh Nair, Andrea Bocan, Missy May, Prof. Birgit Sarata, Adi Hirschal u.v.m. Die nächsten Termine: 26. Jänner, 1., 2., 8., 9., 10., 15., 16. und 17. Februar 2019. Tickets ab 27,50 Euro buchbar unter www.wien-ticket.at oder info@novomaticforum.com

Weltfrauentag im Novomatic Forum

Zum Weltfrauentag findet ein einzigartiges Konzert im Novomatic Forum unter dem Motto „Starke Stimmen – Starke Frauen“ mit Virginia Ernst & Friends statt.

8. März 2019 ab 19.30 Uhr im Novomatic Forum. Tickets ab 21 Euro unter www.oeticket.com



NOVOMATIC bei der ICE 2019

Wer auf über 33.000 Besucher und über 500 Aussteller trifft, befindet sich auf der weltgrößten Glücksspielmesse „ICE Totally Gaming“. Vertreter der Gaming-Industrie treffen sich zwischen dem 5. und 7. Februar im ExCeL Exhibition Centre in London, um über die neuesten Trends zu sprechen. NOVOMATIC ist mit dem größten Messestand präsent. Auf 5.078 m² werden Hightech-Casinoequipment, Systeme, Cash Management-Lösungen, Arcade- und Pub-Produkte, Sportwetten, Online, Mobile und Social Gaming vorgestellt. „NOVOMATIC bietet eines der umfassendsten Produktportfolios der Branche“, betont Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG.

Die Casino-Manager-Ausbildung von morgen

Um ein guter Casino Manager zu sein, braucht es spezielles Know-how und viel Erfahrung. Weil es oft schwierig ist, geeignete Manager zu finden, hat NOVOMATIC die Ausbildung selbst in die Hand genommen. „Um auch in Zukunft auf einen

Pool von Kandidaten zuzugreifen zu können, haben wir uns entschieden, das im Jahr 2017 ins Leben gerufene „International Casino Management Program (ICMP)“ auch 2019 fortzusetzen“, konstatiert Dr. Klaus Niedl, Global HR Director bei NOVOMATIC.

Die Bewerbungsfrist für das Programm läuft noch bis 4. März, Start ist im Mai 2019.

Wer die Ausbildung abschließt, hat die Chance, eine internationale Managementkarriere innerhalb Europas in den Casinos und Spielstätten der NOVOMATIC-Gruppe zu starten.

Sonja Nemecek, die das Programm 2018 erfolgreich absolviert hat und jetzt Regionalmanagerin in Tschechien für Casino Admiral ist, erinnert sich: „Aus dem anfänglichen Glitzern in den Augen beim Start des ICMP entwickelte sich durch die Wissensvermittlung, Training on the Job und den engen Zusammenhalt eine große Leidenschaft für die Branche.“

Heute kann ich mit Stolz sagen, dass ich Teil der NOVOMATIC-Familie bin. Es war die beste Entscheidung meines Lebens.“ Acht Manager werden heuer die Chance bekommen, das Programm zu durchlaufen. Insgesamt dauert die Weiterbildung zwölf Monate. Dabei sind die Teilnehmer über mehrere Monate hinweg überwiegend im Ausland im Einsatz und lernen die Standards der Casino- und Filialbetriebe operativ kennen. Die Nachwuchsmanager werden durch Coachings, Vorträge, abwechslungsreiche Workshops und Seminare aus dem Bereich Persönlichkeitsbildung unterstützt. Das exklusive Ausbildungsprogramm für künftige Casino Manager wurde von

Experten der NOVOMATIC-Gruppe aus ganz Europa entwickelt, um Nachwuchstalente in Theorie und Praxis optimal auszubilden. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt mittels eines mehrstufigen Verfahrens. „Als einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und mit rund 2.100 Spielstätten müssen wir für geeigneten Nachwuchs sorgen. Nur so können wir das hohe Dienstleistungsniveau in unseren Filialen gewährleisten“, bestätigt Niedl.

Nähere Informationen zur Bewerbung (noch bis 4. März 2019 möglich) und zum Ausbildungsprogramm finden Sie unter

www.novomatic.com/icmp



Das Casino Management Program (ICMP) interessiert vor allem junge, aufstrebende Nachwuchs-Führungskräfte.

„Standard“, 25.01.2019 NOVOMATIC: „Wir bleiben weiterhin auf Kurs“

Für das Jahr 2019 hat sich NOVOMATIC einiges vorgenommen. Im Zentrum stehen einmal mehr die Mitarbeiter, Forschung und Entwicklung sowie die länderübergreifende Optimierung interner Abläufe und Strukturen.

Der österreichische Leitbetrieb aus Gumpoldskirchen setzt auch im neuen Jahr auf Kontinuität in seiner Strategie. Gerade in den vergangenen Jahren ist der Konzern rasant gewachsen. Heute verfügt NOVOMATIC über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert mit über 25.500 Mitarbeitern High-tech Gaming Equipment in mehr als 75 Staaten. „Aus dem Grund arbeiten wir weiterhin an unserer künftigen Unternehmenspositionierung in den unterschiedlichen Märkten und Sparten“, so Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG.

Dabei nehmen Forschung und Entwicklung einen besonders hohen Stellenwert ein. „Hier führend zu sein, ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für NOVOMATIC. Deshalb wurden alleine innerhalb der vergangenen drei Jahre mehr als 300 Millionen Euro in die Forschung und Entwicklung neuer Technologien investiert“, bestätigt Neumann. Garantiert wird dies durch die konzernweiten 26 Technologiezentren in 16 Ländern, wo innovative Technologien, Systemlösungen sowie zukunftssträchtige Produkte für das Segment Online, Mobile und Social Gaming entwickelt werden. Die Produktion findet an 16 Produktionsstandorten in 11 Ländern statt. Zudem entwickelt NOVOMATIC jährlich mehr als 230 neue Spielvarianten und Game Designs.

„Wir entwickeln Softwaresystemlösungen, die beispielsweise Zutrittsysteme, biometrische Spielererkennungssysteme, die Vernetzung mit staatlichen Aufsichtsbehörden oder Spielerschutzprogramme inkludieren“, gibt Neumann einen kurzen Überblick über die Aktivitäten.



Mag. Harald Neumann, NOVOMATIC-Vorstandsvorsitzender, setzt weiterhin auf Kontinuität.

Foto: Michael Königshofer

Online liegt im Trend

Der digital-interaktive Bereich ist seit Jahren einer der international am rasantesten wachsenden Sektoren in der Gaming-Branche. Grundlage sind die immer leistungsfähigeren mobilen Endgeräte für die Konsumenten. Auf Basis dessen entwickelt NOVOMATIC ein 360°-Erlebnis. „Der Kunde soll sein Spiel ohne Systemunterbrechungen am mobilen Endgerät, am Computer oder in einer Spielstätte spielen können“, so Neumann. In Österreich ist das Online-Glücksspiel aktuell nur über die Plattform win2day.at möglich, da die österreichischen Lotterien über die derzeit einzige Online-Lizenz verfügen.

Biometrie gewinnt an Bedeutung

Ein weiterer Trend in der Gaming-Branche betrifft biometrische Daten. Dabei geht es einerseits um mehr Komfort für den Kunden, andererseits wird dadurch punktgenuer Spielerschutz ermöglicht. Aktuell ist die Technologie schon in Österreich bei Glücksspielgeräten im Einsatz. In Zukunft sollen Kunden mit ihrer

biometrischen ID in jeder Spielstätte des Betreibers einchecken und über virtuelles Spielguthaben verfügen können. Die Anwendung von Biometrie erlaubt es lizenzierten Betreibern wie ADMIRAL, den Zugang zum Gaming Floor und zu den Spielgeräten für Nichtbefugte verlässlich zu unterbinden.

Wettbewerbsvorteil Spielerschutz

„Responsible Gaming haben wir in den vergangenen Jahren zu einer Kernkompetenz weiterentwickelt und damit auch einen Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung von Lizenzen generiert. Denn Spielerschutzkonzepte sind mittlerweile ein bedeutender Teil einer Lizenzanschreibung“, weiß Neumann. Diese Entwicklung sei auch wichtig, denn langjährige Erfahrung im Bereich Spielsuchtprävention zeigt, dass ordnungspolitische Rahmenbedingungen entscheidend sind. „Wir sind überzeugt, dass Prävention und Spielerschutz, wirtschaftlicher Erfolg sowie strenge ordnungspolitische Regulierung in keinem Wider-

spruch stehen und nachhaltige Kundenbeziehungen schaffen“, so Neumann. Dementsprechend begründenswert ist auch jede Maßnahme, die das illegale Glücksspiel einschränkt, denn dort gibt es keinen Spieler- und Jugendschutz. Erst kürzlich hat sich die Landeshauptleutenkonferenz gegen illegales Glücksspiel und für härtere Sanktionen ausgesprochen. Neumann zeigt sich darüber erfreut: „Das ist eine bereits langjährige Forderung von uns. Wir haben bisher mehr als 380 Klagen gegen illegale Betriebsstätten eingebracht, das können wir aber nur in den Bundesländern, wo wir auch eine Glücksspiellizenz haben.“ Totalverbote werden mittlerweile von Experten als kontraproduktiv angesehen. Denn die negativen Folgen sind offensichtlich, insbesondere die Verlagerung des Glücksspiels in die Illegalität, wo es keinerlei Kontrolle gibt. „Die Forderungen der Landeshauptleute“, so Neumann, „sind ein wichtiger Schritt, um noch effektiver gegen das illegale Glücksspiel vorgehen zu können.“



Foto: Thomas Meyer Photography

CulinarICAL 3.0 – Dinner & Musical Show

Ein Duett aus Kunst und Kultur gab es Mitte Jänner für die rund 180 Gäste bei der Dinner & Musical Show CulinarICAL 3.0. Das Showprogramm umfasste diesmal Lieder aus Musicals zu den Themen „Cities/Locations“, „Leading Women“, „Leading Men“ und „Musical goes Cinema“. Regisseurin Rita Sereinig inszenierte die abwechslungsreiche Show gemeinsam mit den Sängern Katharina Dorian, Antje Kohler, Marina Petkov, Stefan Bleiberschnig, Anetta Szabo, Florian Fetterle, Marina Petkov und Max Niemeyer. Kredenz wurde ein viergängiges Menü, das vom Küchenchef Alexander Pfandl höchstpersönlich zubereitet wurde. Das fulminante Ende der Show war die finale Nummer, bei der sich die Kellner – ausgebildete Profitänzer – zu Tänzern verwandelten und die Bühne strömten, um das Finale gemeinsam mit den Sängern zu beenden. Unter den Gästen gesichtet: Werner Auer, Sängerin Virginia Ernst, Cesar Sampson, Ramesh Nair, Andrea Bocan, Missy May, Prof. Birgit Sarata, Adi Hirschal uvm. Die Veranstaltungsreihe läuft noch bis 17. Februar und ist unter www.wien-ticket.at oder info@novomaticforum.com buchbar. Die nächsten Termine: 25., 26. Jänner, 1., 2., 8., 9., 10., 15., 16. und 17. Februar 2019. Karten ab 27,50 Euro.

Weltfrauentag im Novomatic Forum

Zum Weltfrauentag findet ein einzigartiges Konzert im Novomatic Forum unter dem Motto „Starke Stimmen – Starke Frauen“ mit Virginia Ernst & Friends statt. Der Kartenverkauf hat bereits begonnen. Am 8. März 2019 ab 19:30 Uhr im Novomatic Forum. Tickets unter www.oeticket.com, kosten ab 21 Euro.

Die Casino-Manager von morgen

Um ein guter Casino-Manager zu sein, braucht es spezielles Know-how und viel Erfahrung. Weil es oft schwierig ist, geeignete Manager zu finden, hat NOVOMATIC die Ausbildung selbst in die Hand genommen. „Um auch in Zukunft auf einen Pool von Kandidaten zugreifen zu können, haben wir uns entschieden, das im Jahr 2017 ins Leben gerufene International Casino Management Program (ICMP) auch 2019 fortzusetzen“, konstatiert Dr. Klaus Niedl, Global HR Director bei NOVOMATIC. Die Bewerbungsfrist für das Programm läuft noch bis 4. März, Start ist im Mai 2019.

Wer die Ausbildung abschließt, hat die Chance, eine internationale Managementkarriere innerhalb Europas in den Casinos und Spielstätten der NOVOMATIC-Gruppe zu starten. Sonja Nemecek, die das Programm im vergangenen Jahr erfolgreich absolviert hat und jetzt Regionalmanagerin in Tschechien für Casino Admiral ist, erinnert sich: „Aus dem anfänglichen Glitzern in den Augen beim Start des ICMP entwickelte sich durch die Wissensvermittlung, Training on the Job und den engen Zusammenhalt eine große Leidenschaft für die Branche. Heute kann ich mit Stolz sagen, dass ich Teil der NOVOMATIC-Familie bin. Es war die



Das Casino Management Program (ICMP) interessiert vor allem junge, aufstrebende Nachwuchsführungskräfte.
Foto: NOVOMATIC

beste Entscheidung meines Lebens.“ Acht Manager werden heuer die Chance bekommen, das Programm zu durchlaufen. Insgesamt dauert die Weiterbildung zwölf Monate. Dabei sind die Teilnehmer über mehrere Monate hinweg überwiegend im Ausland im Einsatz und lernen die Standards der Casino- und Filialbetriebe operativ kennen. Die Nachwuchsmanger werden währenddessen durch Coachings, Vorträge,

abwechslungsreiche Workshops und Seminare aus dem Bereich Persönlichkeitsbildung unterstützt. Das exklusive Ausbildungsprogramm für künftige Casino-Manager wurde von Experten der NOVOMATIC-Gruppe aus ganz Europa entwickelt, um Nachwuchstalente in Theorie und Praxis optimal auszubilden. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt mittels eines mehrstufigen Verfahrens. „Als einer der größten Gaming-

Technologiekonzerne der Welt und mit rund 2.100 Spielstätten müssen wir auch selbst für geeigneten Nachwuchs sorgen. Nur so können wir das hohe Dienstleistungsniveau in unseren Filialen gewährleisten“, bestätigt Niedl. Nähere Informationen zur Bewerbung (noch bis 4. März 2019 möglich) und zum Ausbildungsprogramm finden Sie unter: www.NOVOMATIC.com/icmp



Foto: Sonja Nemecek, MA

NOVOMATIC bei der ICE 2019

Wer auf über 33.000 Besucher und über 500 Aussteller trifft, befindet sich auf der weltgrößten Glücksspielmesse ICE Totally Gaming. Vertreter der Gaming-Industrie treffen sich zwischen 5. und 7. Februar 2019 im ExCeL Exhibition Centre in London, um dort über die neuesten Innovationen und Trends zu sprechen. NOVOMATIC ist auch heuer wieder mit dem größten Messestand präsent. Auf 5.078 m² werden High-tech-Casinoequipment, Systeme und Cash-Management-Lösungen sowie Arcade- und Pub-Produkte bis hin zu Sportwetten, Online, Mobile und Social Gaming vorgestellt. „NOVOMATIC bietet eines der umfassendsten Produktportfolios der Branche, das alle Segmente abdeckt. Als Produzent und Betreiber von Glücksspieltechnologie haben wir die einmalige Gelegenheit, neue Produkte in firmeneigenen Spielstätten in verschiedenen Märkten zu testen und zu optimieren“, betont Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG.



Bericht von Lukas Zimmer

Eigentlich hätten heimische Großunternehmen alles, um mit ihrer digitalen Kommunikation im europaweiten Vergleich glänzen zu können: In technischer Hinsicht und bei der Erfüllung rechtlicher Informationspflichten spielen die meisten von ihnen international in der Oberliga. Das geht aus dem neuen, HORIZONT exklusiv vorliegenden, Lundquist-Report über die Digitalkommunikation europäischer Großunternehmen hervor. Allein, es krankt an den Inhalten.

Websites und Apps sind in Österreich technisch so auf der Höhe der Zeit wie kaum anderswo. Doch die einwandfreie Infrastruktur wartet auf Content: Insgesamt bewegen sich heimische Großunternehmen damit nur leicht über dem gesamteuropäischen Durchschnitt: Der Startvorteil von 70 von 100 möglichen Punkten etwa in der Kategorie „Features und

Funktionen“ (siehe Grafik umseitig) wird durch eine magere Bilanz von weniger als 30 Punkten beispielsweise in der Investor-Relations-Kommunikation zunichtegemacht. Alles unterhalb von 50 Punkten gilt gemäß den



PR-Berufsgruppensprecher Bernhard Krumpel sieht Entscheidungsträger gefordert, um brachliegende Chancen der Digitalkommunikation zu nutzen. **© iStock**

Kriterien des Tests, der heuer zum 22. Mal und zum 13. Mal unter Berücksichtigung heimischer Unternehmen durchgeführt wird, als ungenügend.

„Das Notwendige wird gemacht, mehr aber nur selten“, lautet auch das nüchterne Resümee von WKO-PR-Berufsgruppensprecher Bern-

hard Krumpel zur digitalen Kommunikation heimischer Großunternehmen, auch wenn die großen ATX-Unternehmen „stark aufgeholt“ hätten. Das deckt sich mit den Resultaten des Lundquist-Rankings: Die zehn bestplatzierten heimischen ATX-Unternehmen (siehe Liste umseitig) konnten im Schnitt im Jahresabstand um 4,9 Punkte zulegen. Inzwischen gibt es unter den untersuchten Unternehmen mit der BAWAG auch nur noch ein einziges, das mit einer Gesamtpunktzahl von 28,2 Punkten aus der Sicht von Lundquist die Grundanforderungen für digitale Kommunikation nicht ausreichend erfüllen kann.

Verkannte Chancen

Manche Entscheidungsträger hätten die Chancen der digitalen Kommunikation noch nicht erkannt und begegneten dem Thema mit Skepsis, urteilt Krumpel. Das schlage auch auf die personellen und budgetären

Ressourcen dafür im Unternehmen durch. Digitale Kommunikation werde „nicht als strategisches Tool verstanden, und das ist definitiv falsch“.

Dass Potenziale ungenutzt bleiben, lässt sich mit den Lundquist-Daten belegen: Nur die Hälfte aller Firmen bietet etwa ein Unternehmensvideo als Teil ihrer digitalen Präsenz, überhaupt nur 15 Prozent illustrieren ihre Inhalte mit Grafiken.

„Überrascht mich überhaupt nicht“ „Das Ergebnis überrascht mich überhaupt nicht“, meint auch Amir Tavakolian zum Lundquist-Ranking. Der Geschäftsführer von Virtual Identity verweist auf hausinterne Maturity-Studien – ein Reifegradmodell zur Anwendung von Social Media – zu verschiedenen Branchen, sowie Beobachtungen und Screenings am Markt, aufgrund derer er sich „vorstellen kann, wie's da aussieht“.

Lesen Sie weiter auf → Seite 2

Fortsetzung von Seite 1 →

Während Krumpel findet, dass Österreich „noch nie eine Nation der Pioniere war“ und neue Entwicklungen hierzulande immer eine gewisse Zeit brauchten, will Tavakolian von einem solchen Österreich-Malus nichts wissen: „Es liegt nicht an Österreich – das sind konkrete Unternehmen.“ Zwar sei „Österreich relativ klein, und wenn’s dann um spezielle Nischen-Zielgruppen geht, dann sind die automatisch auch ziemlich klein, das macht das Erreichen dieser Zielgruppen auch nicht leichter“, und damit sei der Seltenheitswert heimischer Digital-Vorreiter zum Teil der kleinen Größe geschuldet, zum Teil aber „auch den Denkmodellen, die dahinter stehen“.

Eine Lösung für Henne und Ei

Oft müsse man in Großunternehmen zuerst „überhaupt einmal zeigen, welche Potenziale es gibt“, schildert Tavakolian, und befindet: „Da herrscht an manchen Stellen einfach Fantasielosigkeit, über die verschiedenen Ebenen, von oben bis zum operativen Team.“ Zudem spiele die Firmenkultur eine Frage, und wonach überhaupt die Leistung von Mitarbeitern bewertet werde: Da gebe es „einige, bei denen weniger auf mögliche Wertbeiträge geachtet wird, als vielmehr darauf, Risiko zu minimieren. Das heißt, da ist man auch sehr defensiv in der Ausgestaltung des Jobs.“

Diese Faktoren führten zu einer Art Henne-Ei-Problem in der Kommunikation zwischen dem Unternehmen und seinen Stakeholdern, meint Tavakolian: „Viele Unternehmen wissen

Einig sind sich Tavakolian und Krumpel dabei, dass Österreichs börsennotierte Firmen in der Digitalkommunikation im Schnitt ohnehin besser aufgestellt sind als nicht gelistete Großunternehmen. Das Aktienrecht zwingt zu einem gewissen Maß an Transparenz, gibt Krumpel zu bedenken – ein Schritt, der sonst oftmals gescheut werde, da Transparenz auch Risiken berge: „Also orientieren sich Unternehmen kommunikationstechnisch nur am rechtlich Notwendigen.“



Amir Tavakolian,
Geschäftsführer von
Virtual Identity, sieht in
großen Unternehmen oft
„Fantasielosigkeit“
bei digitaler Kommunikation.
© Virtual Identity

Tavakolian führt darüber hinaus ins Treffen, dass es in Österreich „noch relativ wenige Fälle gegeben hat, wo durch zu wenig Information Schaden entstanden ist“. Anderswo habe man bereits mehr Erfahrung damit, dass „mangelnde Transparenz und mangelnde Kommunikation oft negativ durchschlägt und dann zu mehr Problemen führt, die dann über Rückfragen, über Social Media, über die Presse zurückkommen. Das gab es in Österreich bisher relativ selten, und das ist wahrscheinlich auch ein Grund, warum man auf diesen Bereich nicht so hinschaut. Wenn es einmal eintritt, sind die meisten Unternehmen dann nicht darauf vorbereitet.“

Auch diese Einschätzung wird durch die Erhebungen von Lundquist bestätigt, die neben den ATX-Firmen auch andere Großunternehmen auf ihre Präsenz im digitalen Raum abklopfen.

Von 30 insgesamt überprüften Firmen in diesem Bereich, vom staatlichen bis zum Familienunternehmen, konnten 14 die Mindestanforderungen von digitaler Kommunikation im Hinblick auf Substanz und Prägnanz laut Lundquist nicht erfüllen. Elf weitere Unternehmen genügten den Anforderungen gerade. Am besten schlugen sich in dieser Gruppe demnach Unicredit Austria, Hofer und Borealis. Nur fünf Unternehmen schaff-

ten es jedoch in die Kategorie wirklich zufriedenstellender Digitalkommunikation, nämlich, in aufsteigender Reihenfolge: die Wiener Stadtwerke, Pfizer Austria, die Oesterreichische Kontrollbank, die ASFINAG und schließlich als Spitzenreiter die ÖBB. Nur diese fünf hätten die Vorgabe umgesetzt, dass die Firmenidentität im digitalen Raum „erzählt“ werden müsse und nicht nur „erklärt“, befindet die Untersuchung.

Bei vielen anderen nicht börsennotierten Unternehmen fehlt es im digitalen Raum dagegen am Notwendigsten: Bei 62 Prozent etwa werden nicht einmal die Köpfe der Firmenführung namentlich genannt, führt Lundquist als Beispiel an, und als weiteres: Zwar haben sich 24 der 30 untersuchten außerbörslichen Unternehmen um Einträge auf Wikipedia gekümmert; mehr als die Hälfte davon aber auf eine Art, die durch übertriebenen PR-Sprech oder andere No-Gos zur Einstufung als unglaubwürdig durch die Community geführt haben. Nur die ÖBB, die Energie AG, XXXLutz, Red Bull, Kelly und die Oebib können in diesem Feld wirklich überzeugen.

Neue Herausforderung durch EU

Dass die ATX-Unternehmen im Vergleich zu den anderen heimischen Großunternehmen den Bogen bei der digitalen Kommunikation besser raus haben, ist allerdings kein Grund, sich auf Lorbeeren auszuruhen, denn gerade ihnen stehen in diesem Feld neue Zeiten bevor. Das liegt an der bisher hierzulande wenig beachteten EU-Richtlinie 2017/828, die bis Mai in Österreich umgesetzt sein muss, und die gerade im Hinblick auf Stakeholder-Kommunikation neue Pflichten normiert – weil sie auch den Aufsichtsräten Rechte und Pflichten in der Unternehmenskommunikation verleiht.

„Gerade beim Investorendialog kommt gerade einiges in Bewegung“, unterstreicht Krumpel unter Verweis auf die EU-Richtlinie, aber auch den deutschen Codex, laut dem Aufsichtsratsvorsitzende den Investoren für Gespräche über aufsichtsratspezifische Themen zur Verfügung stehen sollen. Krumpel: „Nur, fragen Sie einmal einen Aufsichtsrat, was denn ‚aufsichtsratspezifische Themen‘ sind“. Grenzüberschreitungen in die Zuständigkeit des Vorstands seien vorgezeichnet: „Bei einem schlechten Briefing des Aufsichtsratsvorsitzenden kann das schnell in einem internen Eklat enden, und die Finanzmarktaufsicht klopft dann möglicherweise auch noch an die Tür“, Stichwort Weitergabe von Insi-

nicht, was für Benefits oder Mehrwerte sie von digitaler Stakeholder-Kommunikation erwarten können und haben das damit auch noch nicht erlebt; und umgekehrt, aus Stakeholder-Perspektive: Da sich das Unternehmen damit noch nicht auseinandergesetzt hat, erleben die Nutzer auch keinen Mehrwert. Diesen Kreislauf muss man einmal durchbrechen.“ Die Lösung ist aus Tavakolians Sicht ebenso naheliegend wie einfach: Es gehe um Nutzerzentrierung in der Kommunikation. Im B2C-Bereich habe sich die Überlegung „Was braucht denn ein Nutzer?“ schon zu weiten Teilen durchgesetzt, im Corporate-Communications-Bereich hingegen kaum.

derinformationen. Die Lösung laut Krumpel: „Das Zauberwort heißt Vorbereitung, dazu zähle ich insbesondere Kommunikationstrainings.“

Darüber hinaus rät Krumpel im Hinblick auf die kommende kommunikatorische Rolle von Aufsichtsräten zu klar definierten Themenfeldern in der Kommunikation und zu strikten Transparenzvorgaben, „ähnlich einer Hauptversammlung“: „Die Gesprächspartner ersuchen ja nicht um einen Dialog, weil der Kaffee so gut schmeckt. Das sind Investoren, die wollen über Fakten und Entwicklungen informiert werden.“

Erste wieder erster

Transparenz und das Hochhalten der Dialogbereitschaft mit Investoren und anderen Stakeholdern haben aber auch jetzt schon ihre Meriten, wie das Beispiel der Erste Bank zeigt. Die konnte im Lundquist-Ranking nicht nur ihren Spitzenplatz des Vorjahres

verteidigen, sondern sogar beträchtlich ausbauen. Für Karin Berger, Pressesprecherin der Erste Bank, bedingt dabei eines das andere: „Transparenz ist eines unserer zentralen Unternehmensprinzipien und das lässt sich nur mit einer guten Kommunikation über alle Kanäle hinweg erreichen.“

Digital? Egal!

Dem digitalen Feld werde dabei gerade keine Sonderrolle eingeräumt, so Berger: „Ob online oder offline, uns ist das egal. Ob ein persönliches Gespräch oder welcher Kanal letztendlich gewählt wird, überlassen wir dem Kunden oder auch Investor.“ Sie sieht ihre Bank schlicht früher als andere in

der digitalisierten Realität angekommen: „Schon vor über zehn Jahren haben wir eine umfassende digitale Strategie entwickelt, die alle Bereiche unseres Unternehmens umfasst. Das reicht vom Online-Banking über die Kundenkommunikation und Verwaltung bis hin zum Marketing. Wir erkannten darin große Vorteile, und wir lagen richtig damit“, so Berger unter Verweis auf aktuell vier Millionen Online-Banking-Nutzer und das vorweihnachtliche „Igel-Video“, mit dem der Ersten ein viraler Internet-



Erste-Pressesprecherin Karin Berger sieht das Erfolgsrezept ihrer Bank darin, dass man digitale Inhalte nicht anders denkt als analoge Kommunikation.

© Christian Wind

Hit mit weltweiter medialer Berichterstattung und 42 Millionen Aufrufen allein auf Facebook gelang.

In Österreich warte man eben gerne ab und schaue, wie sich ein Thema entwickelt, so Berger. Das bedeute aber auch, dass viele heimische Unternehmen „die Geschwindigkeit der Digitalisierung – auch in der Kommunikation – einfach unterschätzt haben. Wir haben das Thema von Beginn an sehr ernst genommen und haben uns dadurch einen deutlichen Vorsprung erarbeitet.“

Gerade das Lundquist-Ranking zeigt allerdings, dass man Rückstände auch rasch aufholen kann: Wienerberger, im Vorjahr noch klar Drittplatzierter, konnte dieses Jahr die Vienna Insurance Group überholen und beinahe zur Erste Bank aufschließen. Darüber hinaus wird das Unternehmen nunmehr aufgrund der neuen Homepage auch als Österreichs Best-Practice-Beispiel für Investor-Relationship-Kommunikation genannt.

Als weitere Best-Practice-Beispiele im digitalen Raum werden darüber hinaus die Firmenpräsentation von RHI Magnesita und die Nachhaltigkeitskommunikation der Erste Bank genannt.

Berger sieht die digitale Kommunikation allerdings nun großflächig in Bewegung geraten, auch außerhalb des ATX: Bis auf die Ebene der KMU würden Studien belegen, „dass die Digitalisierung ein enorm wichtiges Thema ist und jetzt in allen Bereichen, auch der Kommunikation, digital aufgerüstet wird. In Österreich brauchen wir vielleicht ein bisschen länger, bis wir Trends aufnehmen, aber zum Glück sind wir sehr schnell und effizient. Ansonsten würden wir nicht so viele – und das über Jahrzehnte – erfolgreiche Unternehmen in Österreich haben.“

„Die Besten beim Aufholen“

Krumpel sieht ebenso Grund für Optimismus. Zwar brauchten neue Entwicklungen „besonders in Österreich eine gewisse Zeit, aber wenn sich Neuerungen durchsetzen, dann sind wir die Besten beim Aufholen. Das kann auch ein Vorteil sein. Immerhin vermeidet man so Anfängerfehler und kann dann schon aus den Erfahrungen anderer schöpfen.“

Aus seiner Sicht gibt es außerdem keine Alternativen: „Die langfristig Denkenden wissen natürlich, dass digitale Kommunikation ein immer wichtigerer Teil des Reputationsmanagements ist – und das sowohl nach innen wie auch nach außen. Natürlich wird kein Unternehmen gezwungen, Digitalkanäle zu betreiben. Aber unsichtbare Unternehmen werden sich in vielen Belangen zunehmend schwerer tun.“

„www.gamesundbusiness.de“, 24.01.2019

Mehr als 600 Aussteller auf ICE



Die ICE London hat zum ersten Mal die Marke von 600 Ausstellern durchbrochen. Die Branchenmesse findet vom 5.–7. Februar 2019 auf dem ExCel Messegelände in London statt.

Den jüngsten offiziellen Zahlen zufolge werden auf der ICE in London 612 Aussteller aus 66 Ländern vor Ort sein. Wie der Organisator Clarion Gaming meldet, sei die ICE seit 2012 Jahr für Jahr gewachsen und werde 2019 mit 45.500 Quadratmeter Ausstellungsfläche mehr als doppelt so groß sein wie 2012. Startschuss ist am 5. Februar.

Wie in den Jahren zuvor werden auch deutsche Ansprechpartner aus der Industrie in London präsent sein. Und unter den vielen deutschen Besuchern ist natürlich auch **games & business**.

Hier eine Aussteller-Auswahl mit Standnummern laut Ausstellerverzeichnis:

- adp Gauselmann/Merkur/GeWeTe: N4-110, N4-210, N4-220, N4-250
- Apex: S5-250
- Bally Wulff: N4-260
- Innovative Technology: N1-430
- JCM Europe: N3-220
- Novomatic-Gruppe/Löwen Entertainment: S6-310, S6-340, S6-345, S6-350
- Patir Design: S5-135
- psmttec: S5-140
- Suzo Happ: N3-130
- Tipwin Limited: S3-120

„www.handelszeitung.ch“, 24.01.2019

Geldspielgesetz setzt Hürden für Online-Casinos - zu hohe?

Hiesige Casinos haben ihr Vorrecht auf Schweizer Online-Casinos erfolgreich verteidigt. Nun zeigt sich: Die Hürden könnten viel zu hoch sein.



Schweizer Casinospiele auf dem Computer erfordern hohe Investitionen in Millionenhöhe in den Aufbau des Angebots.

Hiess es im Schweizer Glücksspiel nur noch «Rien ne va plus», gilt ab dem zweiten Halbjahr «Faites vos jeux». Dann starten die ersten Casinos legal mit einem Online-Angebot und sind nicht mehr sinkenden Bruttospielerträgen (BSE: Einsatz minus Auszahlungen) am Spieltisch ausgeliefert.

Das neue Geldspielgesetz macht es möglich, es gilt seit Anfang Jahr. Die Schweizer Casinolobby jubelte bereits im Voraus, ausländische Konkurrenten ohne Lizenz mit dem neuen Gesetz abgewehrt und Rot, Schwarz und Zero im Internet für sich gesichert zu haben.

Nun sieht es aber so aus, als habe sich die Branche bei all der Fürsprache in der Berner Wandelhalle für das neue Geldspielgesetz ins Knie geschossen: Die finanziellen Anforderungen bei erweiterter Konzession fürs Online-Spiel sind so hoch, dass einige Spieltempel Schwierigkeiten bekommen könnten.

Casinoverbandschef Marc Friedrich sagt knapp: «Die Kapitalerfordernisse werden akzeptiert.»

Hohe Kapitalanforderungen

Das Eigenkapital muss mindestens 20 Prozent des Bruttospielertrags betragen. Das Aktienkapital muss für jede einzelne Online-Konzession um satte 3 Millionen Franken aufgestockt werden. So fordert es nun die Eidgenössische Spielbankenkommission ESBK gemäss Gesetz von den [Casinos](#) für eine Online-Lizenz ein. Und nicht alle können sich das so einfach leisten.

Die Jahreszahlen 2017 waren alles andere als rosig: obwohl die Branche in mehr Spieltische investierte, sank der BSE auf 682 Millionen Franken. In zehn Jahren haben Schweizer Casinos mehr als einen Drittel ihres BSE eingebüsst. Die Zahlen für 2018 werden im Laufe dieses Jahres publiziert.

Aktionäre gefragt

Mehr als ein Dutzend der 21 Spielbanken in der [Schweiz](#) kann eine Aufstockung des Aktienkapitals nicht so einfach aus dem laufenden Geschäft finanzieren. Es wird daher sehr auf die Finanzkraft und den Finanzierungswillen der Eigentümer ankommen.

Etwa darauf, ob bestehende ausländische Anteilseigner wie die ACE Casino Holding, eine Ablegerin des österreichischen Automatenkonzerns Novomatic, oder die französischen Glücksspielfirmen Barrière und Partouche – allesamt wesentliche Spielbankenaktionäre in der Schweiz – das notwendige Kapital einschiessen.

Oder ob neue Partner mit Online-Know-how als Aktionäre an Bord geholt werden, um diese am Gewinn zu beteiligen. Was bedeutet, dass Gewinnanteile und Casino-Eigentum an ausländische Anbieter gehen.

Gefährdung für Casino-Standorte

Für manche Spielbank könnten die neuen Kapitalerfordernisse sogar das Aus bedeuten. Aus zwei Gründen. Erstens: Die technische Umsetzung eines Online-Angebots ist teuer. In der Grössenordnung von [Swiss Casinos](#) geht man von einem mittleren zweistelligen Millionenbetrag aus, um nur das Online-Angebot auf die Höhe der Zeit zu heben.

Swiss-Casinos-Chef Marc Baumann kooperiert für die Entwicklung von Online-Angeboten mit Profis aus dem Ausland, welche über die Technologie und die Erfahrung verfügen. «Eigenentwicklungen wären mir zwar lieber, aber das ist eine Frage der Kosten», sagte Baumann schon vor etwas über einem Jahr.

Zweitens: Nichts zu tun, ist keine Option. Wer auf eine Online-Konzession verzichtet, droht empfindlich Marktanteile an die inländische Konkurrenz zu verlieren. Das wiederum hätte weiter sinkende BSE für denjenigen zur Folge, der mit einem Online-Angebot zu lange wartet.

Zudem dauert es eine gewisse Zeit, bis Geld aus dem Online-Geldspiel fliesst. Das Casino Bad Ragaz zum Beispiel gehört nicht zu den Sprintern. «Wir prüfen gerade die Möglichkeiten, Online-Gambling profitabel zu betreiben.» Man stehe aber «am Anfang des Evaluationsprozesses». Von «grösseren Verschiebungen zu Ungunsten des terristrischen Bereichs» geht Bad Ragaz nicht aus.

Frage der Finanzierung

Diese Übergangsperiode aber – zwischen dem Aufwand für den Online-Ausbau und ersten nennenswerten Erträgen aus dem neuen Angebot – kann für finanzschwächere Casinos zur Zitterpartie werden. Zumal die ESBK verlangt, dass die Eigenkapitalquote nicht nur mindestens erfüllt, sondern über die gesamte Konzessionsdauer gehalten wird.

Frage der Finanzierung Einer der grössten Casinobetriebe der Schweiz, das Grand Casino Baden, kratzt mit einer Eigenkapitalquote von 21,5 Prozent vom BSE knapp am unteren Rand des Erforderlichen. Dabei ist der Investitionsaufwand für den Online-Bereich noch nicht berücksichtigt.

Die Spielbank will diesen auch nicht verraten. Nur so viel: «Wir werden ein Konzessionserweiterungsgesuch fristgerecht einreichen», sagt Casino-Baden-Sprecher Beat Lehmann. «Im Juli 2019 werden wir ein hochwertiges und absolut konkurrenzfähiges Produkt auf den Markt bringen.»

Wie dieses Angebot aussieht, über Investitionen und Anlaufkosten erfährt man nichts. Aber die 3 Millionen Franken obendrauf sind fix und müssen jedenfalls bezahlt werden.

Zwischen Verlust und Zuversicht

Auch für das Casino Davos, das zur Casino-Baden-Gruppe gehört, will die Mutter separat eine erweiterte Konzession – «zur Zukunftssicherung», wie Lehmann sagt. Das ist schon deshalb auffällig, weil Davos 2017 einen Verlust von 653 000 Franken machte. Das Eigenkapital beträgt rund 2 Millionen Franken. Aus eigener Kraft kann Davos das erforderliche Kapital nicht stemmen.

Im Fall der Casinos in Davos (Grand Casino Baden), Schaffhausen (Swiss Casinos) und St. Moritz (Casinos Austria) sieht es besonders düster aus: Sie alle hatten 2017 negativ abgeschlossen. Das Casino Interlaken machte einen mageren Gewinn von einer halben Million Franken und «steht in intensiven Verhandlungen mit potenziellen Know-how-Partnern» im Online-Gambling. Seine Zahlungspflicht liegt bei einer Online-Erweiterung freilich genauso bei 3 Millionen Franken.

Standortbereinigung möglich

Interlaken gibt sich dennoch zuversichtlich und rechnet bei einer erweiterten Konzession «ab dem zweiten vollen Geschäftsjahr mit einem BSE von 12 bis 15 Millionen Franken». Allerdings mit dem Hinweis, dass dies eine «Annahme und abhängig von vielen Faktoren ist». Beispielsweise davon, wie wirksam die Netzsperrern gegen illegale Angebote sind, sowie von der Anzahl der nationalen Mitbewerber.

Interlaken deutet hier etwas an, was in der Branche zum Teil Sorge auslöst. Und zwar die Frage, ob mit den neuen Gesetzesanforderungen die Anzahl der Spielbanken gleich bleiben oder ob es zu einer Standortbereinigung kommen wird. Und auch, ob die Netzsperrern reichen, um die ausländische Online-Konkurrenz tatsächlich draussen zu halten. Viele Unwägbarkeiten also; fix sind bis jetzt nur die Kosten.

„Die Presse“, 24.01.2019

Ausblick. Für 2019 hat sich Novomatic einiges vorgenommen. Im Zentrum stehen die Mitarbeiter, Forschung und Entwicklung sowie die Optimierung interner Abläufe.

Novomatic: „Wir bleiben auf Kurs“

Der Österreichische Leitbetrieb aus Gumpoldskirchen setzt auch im kommenden Jahr auf Kontinuität in seiner Strategie. Gerade in den vergangenen Jahren ist der Konzern rasant gewachsen. Heute verfügt Novomatic über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert mit über 25.500 Mitarbeitern High-Tech Gaming Equipment in mehr als 75 Staaten. „Aus dem Grund arbeiten wir weiterhin an unserer Unternehmenspositionierung in den unterschiedlichen Märkten und Sparten“, so Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der Novomatic AG.

Dabei nehmen Forschung und Entwicklung einen besonders hohen Stellenwert ein. „Hier führend zu sein, ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für Novomatic. Deshalb wurden alleine innerhalb der vergangenen drei Jahre mehr als 300 Millionen Euro in die Forschung und Entwicklung neuer Technologien investiert“, bestätigt Neumann. Garantiert wird dies durch die konzern-eigenen 26 Technologiezentren in 16 Ländern, wo innovative Technologien, Systemlösungen sowie zukunftssträchtige Produkte für das Segment Online, Mobile und Social Gaming entwickelt werden. Die Produktion findet an 16 Produktionsstandorten in elf Ländern statt. Zudem entwickelt Novomatic jährlich mehr als 230 neue Spielvarianten und Game Designs.

„Wir entwickeln Softwaresystemlösungen, die beispielsweise Zutrittssysteme, biometrische Spielererkennungssysteme, die Vernetzung mit staatlichen Aufsichtsbehörden oder Spielerschutzprogramme inkludieren“, gibt Neumann einen kurzen Überblick über die Aktivitäten.

Online liegt im Trend

Der digital-interaktive Bereich ist seit Jahren einer der international am rasantesten wachsenden Sektoren in der Gaming-Branche. Grundlage sind die immer leistungsfähigeren mobilen Endgeräte für die Konsumenten. Auf Basis dessen entwickelt Novomatic ein 360°-Erlebnis. „Der Kunde soll sein Spiel ohne Systemunterbrechungen am mobilen



Harald Neumann, Novomatic-Vorstandsvorsitzender, setzt weiterhin auf Kontinuität.

[Michael Königshofer]

Endgerät, am Computer oder in einer Spielstätte spielen können“, so Neumann.

In Österreich ist das Online-Glücksspiel aktuell nur über die Plattform win2day.at möglich, da die Österreichischen Lotterien über die derzeit einzige Online-Lizenz verfügen.

Biometrie wird wichtiger

Ein weiterer Trend in der Gaming-Branche betrifft biometrische Daten. Dabei geht es einerseits um mehr Komfort für den Kunden, andererseits wird dadurch punktgenuer Spielerschutz ermöglicht. Aktuell ist die Technologie schon in Österreich bei Glücksspielgeräten im Einsatz. In Zukunft sollen Kunden mit ihrer biometrischen ID in jeder Spielstätte des Betreibers einchecken und über virtuelles Spielguthaben verfügen können. Die Anwendung von Biometrie erlaubt es lizenzierten Betreibern wie Admiral, den Zugang zum

Gaming Floor und zu den Spielstätten für Nichtbefugte verlässlich zu unterbinden.

Spielerschutz

„Responsible Gaming haben wir in den vergangenen Jahren zu einer Kernkompetenz weiterentwickelt und damit auch einen Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung von Lizenzen generiert. Denn Spielerschutzkonzepte sind mittlerweile ein bedeutender Teil einer Lizenz-ausschreibung“, weiß Neumann.

Diese Entwicklung sei auch wichtig, denn langjährige Erfahrung im Bereich Spielsuchtprävention zeigt, dass ordnungspolitische Rahmenbedingungen entscheidend sind. „Wir sind überzeugt, dass Prävention und Spielerschutz, wirtschaftlicher Erfolg sowie strenge ordnungspolitische Regulierung in keinem Widerspruch stehen und nachhaltige Kundenbeziehungen schaffen“, so Neumann. Dementsprechend begrü-

ßenswert ist auch jede Maßnahme, die das illegale Glücksspiel einschränkt, denn dort gibt es keinen Spieler- und Jugendschutz. Erst kürzlich hat sich die Landeshauptleutekonferenz gegen illegales Glücksspiel und für härtere Sanktionen ausgesprochen. Neumann zeigt sich darüber erfreut: „Das ist eine bereits langjährige Forderung von uns. Wir haben bisher mehr als 380 Klagen gegen illegale Betriebsstätten eingebracht, das können wir aber nur in den Bundesländern, wo wir auch eine Glücksspiellizenz haben.“ Totalverbote werden mittlerweile von Experten als kontraproduktiv angesehen. Denn die negativen Folgen sind offensichtlich, insbesondere die Verlagerung des Glücksspiels in die Illegalität, wo es keinerlei Kontrolle gibt. „Die Forderungen der Landeshauptleute“, so Neumann, „sind ein wichtiger Schritt, um noch effektiver gegen das illegale Glücksspiel vorgehen zu können“.

CulinarICAL 3.0 - Dinner & Musical



[Thomas Weier Photography]

Ein Duett aus Kunst und Kulinarik gab es Mitte Jänner für die rund 180 Gäste bei der Dinner- und Musical Show CulinarICAL 3.0. Das Showprogramm umfasste diesmal Lieder aus Musicals zu den Themen „Cities/Locations“, „Leading Women“, „Leading Men“ und „Musical goes Cinema“. Regisseurin Rita Sereinig inszenierte die abwechslungsreiche Show gemeinsam mit den Sängern Katharina Dorian, Antje Kohler, Marina Petkov, Stefan Bleiberschnig, Anetta Szabo, Florian Fetterle, Marina Petkov und Max Niemeyer. Kredenz wurde ein viergängiges Menü, das vom Küchenchef Alexander Pfandl höchstpersönlich zubereitet wurde. Das fulminante Ende der Show war die finale Nummer, bei der sich die Kellner - ausgebildete Profitänzer - zu Tänzern verwandelten und die Bühne stürmten, um das Finale gemeinsam mit den Sängern zu beenden.

Unter den Gästen gesichtet: Werner Auer, Sängerin Virginia Ernst, Cesar Sampson, Ramesh Nair, Andrea Bocan, Missy May, Prof. Birgit Sarata, Adi Hirschal u. v. m.

Die Veranstaltungsreihe läuft noch bis 17. Februar und ist unter www.wien-ticket.at oder info@novomaticforum.com buchbar. Die Tickets kosten ab 27,50 Euro.

Die nächsten Termine: 25., 26. Jänner, 1., 2., 8., 9., 10., 15., 16. und 17. Februar 2019

Weltfrauentag im Novomatic Forum

Zum Weltfrauentag findet ein einzigartiges Konzert im Novomatic Forum unter dem Motto „Starke Stimmen - Starke Frauen“ mit Virginia Ernst & Friends statt.

Der Kartenverkauf hat bereits begonnen. Am 8. März 2019 ab 19.30 Uhr im Novomatic Forum. Die Tickets kosten 21 Euro, buchbar unter www.oeticket.com

Messestand groß wie Fußballfeld



[Sponradic AG]

Wer auf über 33.000 Besucher und über 500 Aussteller trifft, befindet sich auf der weltgrößten Glücksspielmesse „ICE Totally Gaming“. Vertreter der Gaming-Industrie treffen sich zwischen 5. und 7. Februar 2019 im ExCeL Exhibition Centre in London, um dort über die neuesten Trends zu sprechen. Novomatic ist wieder mit dem größten Messestand präsent. Auf 5078 m² werden Hightech-Casinoequipment, Systeme und Cash Management-Lösungen sowie Arcade- und Pub-Produkte bis hin zu Sportwetten, Mobile und Social Gaming vorgestellt. „Novomatic bietet eines der umfassendsten Produktportfolios der Branche“, betont Novomatic-Vorstandsvorsitzender Harald Neumann.

Die Casino Manager von morgen

Ausbildung. Bis 4. März 2019 kann man sich noch für das Casino Management Program bewerben.

Um ein guter Casino Manager zu sein, braucht es spezielles Know-how und viel Erfahrung. Weil es oft schwierig ist, geeignete Manager zu finden, hat Novomatic die Ausbildung selbst in die Hand genommen. „Um auch in Zukunft auf einen Pool von Kandidaten zugreifen zu können, haben wir uns entschieden, das im Jahr 2017 ins Leben gerufene „International Casino Management Program (ICMP)“ auch 2019 fortzusetzen“, konstatiert Klaus Niedl, Global HR Director bei Novomatic. Die Bewerbungsfrist läuft noch bis 4. März, Start ist im Mai 2019.

Wer die Ausbildung abschließt, hat die Chance, eine internationale Managementkarriere innerhalb Europas in den Casinos und Spielstätten der Novomatic-Gruppe zu starten. Sonja Nemecek, die das Programm im vergangenen Jahr erfolgreich absolviert hat und jetzt Regionalmanagerin in Tschechien für Casino Admiral ist, erinnert sich: „Aus dem anfänglichen Glitzern in den Augen beim Start des ICMP entwickelte sich durch die Wissensver-



Das Casino Management Program (ICMP) interessiert vor allem junge, aufstrebende Nachwuchs-Führungskräfte.

[Novomatic]

mittlung, Training on the Job und den engen Zusammenhalt eine große Leidenschaft für die Branche. Heute kann ich mit Stolz sagen, dass ich Teil der Novomatic-Familie bin. Die Teilnahme war die beste Entscheidung meines Lebens.“

Acht Manager werden heuer die Chance bekommen, das Programm zu durchlaufen. Insgesamt dauert die Weiterbildung zwölf Monate. Dabei sind die Teilnehmer über mehrere Monate hinweg überwiegend im Ausland im Einsatz und lernen die

Standards der Casino- und Filialbetriebe operativ kennen. Die Nachwuchsmanager werden währenddessen durch Coachings, Vorträge, abwechslungsreiche Workshops und Seminare aus dem Bereich Persönlichkeitsbildung unterstützt.

Das exklusive Ausbildungsprogramm für künftige Casino Manager wurde von Experten der Novomatic-Gruppe aus ganz Europa entwickelt, um Nachwuchstalente in Theorie und Praxis optimal auszubilden. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt mittels eines mehrstufigen Verfahrens. „Als einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und mit rund 2100 Spielstätten müssen wir auch selbst für geeigneten Nachwuchs sorgen. Nur so können wir das hohe Dienstleistungsniveau in unseren Filialen gewährleisten“, bestätigt Niedl.

Nähere Informationen zur Bewerbung (noch bis 4. März 2019 möglich) und zum Ausbildungsprogramm finden Sie unter www.novomatic.com/icmp

„www.kleinezeitung.at“, 23.01.2019

Infokampagne der WKO | Brexit: Alles, was Unternehmer wissen müssen

40.000 heimische Angestellte sind in Großbritannien beschäftigt. Die Wirtschaftskammer hat nun eine Checkliste erstellt, wie Exporteure und Importeure sich vorbereiten können auf die Zeit nach dem 29. März, wenn das Vereinigte Königreich die EU verlässt.

In Vorbereitung auf den bevorstehenden Brexit hat die Wirtschaftskammer eine **Informationskampagne** für Hunderte betroffene heimische Konzerne gestartet. Mittels eines eigens eingerichteten **Brexit-Infopoints** sollen Betriebe unter anderem über Zölle, Steuern, die Entsendung von Angestellten, Versicherungen, Transportmöglichkeiten, Zertifizierungen sowie weitere Rechtsfragen informiert und beraten werden. (Infos unter www.wko.at/brexit.) Rund 500 österreichische Unternehmen sind laut **Mariana Kühnel**, der stellvertretenden Generalsekretärin der Wirtschaftskammer, wirtschaftlich stark mit Großbritannien verflochten. Einige Tausend operieren anlassbezogen mit dem Land.

Zu den österreichischen Firmen mit umsatzstarken Niederlassungen und Tochterfirmen in Großbritannien zählen die **voestalpine**, **Wienerberger**, **Lenzing**, **Novomatic**, **Red Bull**, und **Zumtobel**. Ebenfalls größere Standorte haben der Verpackungshersteller **Alpla**, der Motorenentwickler **AVL**, der Beschlägehersteller **Blum** und der Holzplattenproduzent **Egger**. In Summe beschäftigen österreichische Firmen rund 40.000 Mitarbeiter in Großbritannien.

Harter Brexit kann das BIP dämpfen

Trotz aller Unsicherheit habe bis jetzt noch kein einziges österreichisches Unternehmen den Rückzug aus Großbritannien angekündigt. "Es ist zwar eine Lose-Lose-Situation, aber wirtschaftlich schaffbar", sagt Kühnel. Ein harter Brexit könnte das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Österreich um 0,1 bis 0,3 Prozentpunkte dämpfen.

Was wird mit den Zöllen?

Bei den betroffenen Firmen würden derzeit Zollfragen überwiegen. Die Wirtschaftskammer erwartet 340.000 zusätzliche Zollanmeldungen und Mehrkosten für Zölle und Zolladministration in Höhe von 200 Millionen Euro. Aber auch bei der Entsendung von Mitarbeitern häuften sich Fragen. Schickt ein Unternehmen etwa für den Aufbau von Maschinen Mitarbeiter nach Großbritannien und benötigen diese länger als bis zum 29. März, sei mit Aufenthalts- und Arbeitsgenehmigungen zu rechnen. Weitere Unsicherheiten betreffen unter anderem gewerbliche Schutzrechte, Zertifizierungen, Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Vertragsgestaltungen und Transportmöglichkeiten.

Großbritannien könnte Zugang zum europäischen Luftraum verlieren

Mit dem Ende der Übergangsphase oder im Fall eines "No-Deal-Brexits" wird das Vereinigte Königreich auch den Zugang zum einheitlichen europäischen Luftraum verlieren. Die Kammer empfiehlt daher, Geschäftsreisen am 29. oder 30. März wenn möglich zu vermeiden. Flugausfälle und lange Wartezeiten sind wahrscheinlich.

Neuntwichtigster Exportpartner Österreichs

Großbritannien ist für Österreich der neuntwichtigste Exportpartner. Von Jänner bis Oktober 2018 lieferten österreichische Firmen Waren im Wert von rund 3,6 Milliarden Euro in das Land. Gefragt bei den Briten sind vor allem heimische **Maschinen** und **Fahrzeuge**, darauf entfallen gut die Hälfte der Gesamtexporte.

Österreichweit legten die Exporte nach Großbritannien in den ersten zehn Monaten 2018 um rund acht Prozent zu. Abgesehen von Maschinen und Fahrzeugen exportieren heimische Betriebe vor allem auch bearbeitete Waren, chemische Erzeugnisse und Nahrungsmittel.

Bei den Einfuhren ist Großbritannien für Österreich auf Platz 13. Von Jänner bis Oktober 2018 stiegen die Importe kräftig um 20 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro. Auch bei den Einfuhren überwiegen Maschinen und Fahrzeuge, gefolgt von chemischen Erzeugnissen.

„www.gamesundbusiness.de“, 21.01.2019

Löwen und Admiral: Neu in Geschäftsleitung



Löwen Entertainment und Admiral Entertainment erweitern die Geschäftsleitung mit Martin Restle und Marcus Häuptle.

Mitte Januar wurde Martin Restle neben seiner Verantwortung als Vorsitzender der Geschäftsführung von Admiral Entertainment in die Geschäftsführung von Löwen Entertainment berufen. Er wird dort alle Aktivitäten im Bereich Gaming Operations, dem Endkunden-Geschäft der Löwen-Gruppe, innerhalb der Muttergesellschaft vertreten. Die Geschäftsleitung von Löwen Entertainment bilden damit Christian Arras, Vorsitzender der Geschäftsführung, Martin Moßbrucker, Kaufmännischer Geschäftsführer, Martin Restle, Geschäftsführer Gaming Operations, und Oliver Bagus, Mitglied der Geschäftsleitung.

Zudem wurde die Geschäftsleitung von Admiral Entertainment Mitte Januar durch Marcus Häuptle erweitert. Als neues Mitglied der Geschäftsleitung wird er unter anderem den Fachbereich Controlling und Finanzen sowie die Abteilungen Geräteparkmanagement, Materialwirtschaft, Einkauf und Koordination Wachstum verantworten. Die Geschäftsleitung von Admiral Entertainment setzt sich jetzt aus Martin Restle, Vorsitzender der Geschäftsführung, Martin Moßbrucker, Kaufmännischer Geschäftsführer, und Marcus Häuptle, Mitglied der Geschäftsleitung, zusammen. Marcus Häuptle ist bereits seit 2015 für das Unternehmen mit Sitz in Pfullendorf tätig, zuletzt als Bereichsleiter für Finanzen und Controlling.

"Wir begrüßen herzlich Martin Restle in der Geschäftsführung von Löwen Entertainment und Marcus Häuptle in der Geschäftsleitung von Admiral Entertainment. Wir freuen uns auf die Fortsetzung der erfolgreichen Zusammenarbeit", sagte Christian Arras. "Durch die personelle Erweiterung rücken unsere beiden Unternehmenssäulen - der B2B-Bereich Gaming Technology und der B2C-Bereich Gaming Operations - noch näher zusammen. Ein wichtiger Schritt, der die gesamte Löwen-Gruppe weiter stärken wird."

Foto: Martin Restle (l.) und Marcus Häuptle erweitern die Geschäftsleitung bei Löwen bzw. Admiral.

„www.intergameonline.com“, 21.01.2019

Novomatic unveils Prismatic

“The emphasis for Novomatic UK has been on the launch of Prismatic,” said the company’s managing director Ian Shreeve (pictured) at EAG.



And he wasn't kidding either; a huge bank of the impressive looking machines adorned his stand at ExCel in London.

The Prismatic is a digital terminal that is going to sport content from the group companies' 90 developers. “We've had a fantastic last 12 months producing top games on the iPUB two and three and that success is going to translate onto the Prismatic too,” said Shreeve.

“Testing went really well for it in the run up to Christmas. Cat C has kept us very busy as have AGCs, B3 and of course we've an eye any opportunities that fall out of B2 in April.

“We shipped 106 Prismatics before Christmas and we're due another 300 in Jan/Feb, then 500 in March. We're very happy with it. There's another iteration of a sit down version to come

at ICE so that will be another big push for us.”

Shreeve concluded: “We've lots going on elsewhere across the group too, Austin Powers from Astra, a Bar-X sit-down for Luxury Leisure that we're now releasing to the general market too. There's lots going on what that's allowed us to create one stop-shop stand here eat the show.”

„www.wienerbezirksblatt.at“, 21.01.2019

Touchdown in der Admiral Arena Prater

Das Sportspektakel des Jahres wird am 3. Februar in der Admiral Arena im Prater fulminant zelebriert.

Der Super Bowl ist eines der größten und spektakulärsten Sportevents der Welt. Etwas 800 Millionen Menschen verfolgen jedes Jahr das Finale der US-amerikanischen National Football League (NFL). Legendär ist auch die Halbzeitshow, bei der schon Superstars wie die Rolling Stones, The Who, Metallica, Madonna, Lady Gaga oder Beyoncé aufgetreten sind. Kult-Status genießen außerdem die Superbowl-Werbespots.

Bei der Admiral Arena Prater Super Bowl Night 2019 wird das Ereignis am 3. Februar in der **Admiral Arena Prater** (2., Perspektivstraße 141) live übertragen. Dank zwei riesiger LED-Walls und mehreren Video-Walls entgeht den Besuchern keine Spielszene. Speisen und Getränke sind den ganzen Abend lang im Ticketpreis inkludiert. Für zusätzliche Unterhaltung sorgen verschiedene Live-Acts und Gewinnspiele. Karten für die Party sind an 65 Euro unter wien-ticket.at erhältlich.

**Wir verlosen 3 x 2 Premium-Tickets für den 3. Februar inkl. All-inclusive-
Buffet!**

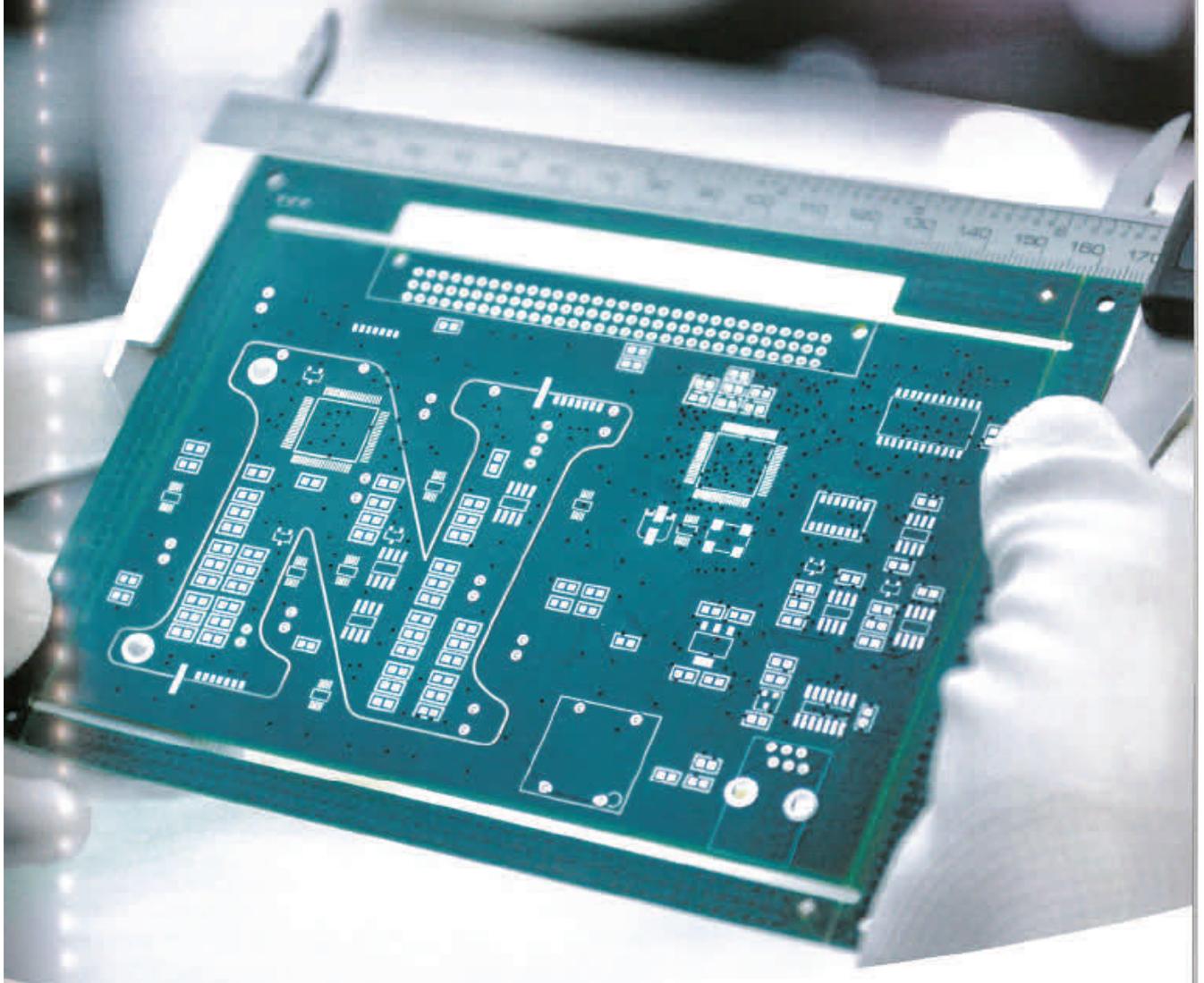
„Börse Social Magazine“, Ausgabe 12/2018

SIE ZEIGEN SICH GERNE IN ÖSTERREICH, SIEHE BOERSE-SOCIAL.COM/GOBOERSEWIEN



„Börse Social Magazine“, Ausgabe 12/2018

INNOVATION, die weltweite STANDARDS setzt.



30.000 Mitarbeiter setzen täglich auf Innovation und Leidenschaft.

Die größten Erfolge beginnen mit einer großartigen Idee. Daher setzt NOVOMATIC bei der Entwicklung von neuen Gaming-Technologien auf das Know-How internationaler Mitarbeiter in 26 Technologiezentren auf der ganzen Welt und arbeitet grenzüberschreitend mit technischen Universitäten zusammen. www.novomatic.com



NOVOMATIC
Winning Technology