

Pressespiegel 2019

Press Documentation 2019

NOVOMATIC

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

15.04.2019 / KW 15



„www.leadersnet.at“, 14.04.2019

"Die Welt steckt voller Lösungen"

"4Gamechangers Festival 2019": Van der Bellen, Kurz, Stix, Neumann, Hillinger, Schaufler, Schröder, Seywald-Czihak und Co. im LEADERSNET.tv-Interview.



Andreas Treichl, Max Conze, Alexander Van der Bellen, Markus Breitenecker, Sebastian Kurz und Michael Stix © 4Gamechangers

Das internationale Digital-Festival "4Gamechangers Festival 2019" beendete in seiner vierten Ausgabe unter dem Motto "Europe meets Asia" drei Tage voller Zukunfts-Topics, Inspiration, Networking, Entertainment und vielem mehr. Im Herzen von Europa, der Marx Halle Wien, kamen Gamechangers allen Alters, jeder Herkunft und zahlreicher Branchen zusammen und bildeten die Drehscheibe zwischen DACH-Region, USA & Asien.

Insgesamt 600 Speaker, fulminante Live-Show-Acts und eine hochkarätige Award Show begeisterten 15.000 Besucherinnen und Besucher. *LEADERSNET.tv* war auch mit dabei und hat Wirtschafts-, Polit- und Medien-VIPs und -Bosse gefragt, ob wir uns auf die digitale Zukunft freuen dürfen oder Respekt davor haben sollten.

Interviewt wurden ProSiebenSat.1 Puls 4-Michael Stix, der ehemalige deutsche Kanzler Gerhard Schröder, Erste Bank Group-CEO Andreas Treichl, Digitalisierungsministerin Margarete Schramböck, Novomatic-CEO Harald Neumann, A1 Telekom Austria-CEO Marcus Grausam, Austrian-CEO Alexis von Hoensbroech, T-Mobile-Marketingleiter Tom Mayer, Porsche Wien Liesing-CEO Peter Herget, Media in Progress-CEO Markus Müller, Winzer Leo Hillinger, ÖBB Personenverkehr-Chefin Michaela Huber, Bundespräsident Alexander Van der Bellen, JTI-Head of Corporate Affairs & Communication Ralf Lothert, Umweltministerin Elisabeth Köstinger, Esterhazy-Kulturmanager Daniel Serafin, ÖAMTC-CEO Oliver Schmerold, Staatssekretärin Karoline Edtsadler, A1 Telekom Austria Group-CEO Thomas Arnoldner, ÖBB Werbung-Chefin Karin Seywald-Czihak, Erste Bank-CEO Thomas Schaufler und Bundeskanzler Sebastian Kurz.

(as)

„www.leadersnet.at“, 14.04.2019

Internationale Wirtschaftsgrößen, Weltmarken und "the Hoff" in Wien

Das war der 15. Iconvienna Brand Global Summit zum Thema
"Brands Create Prosperity".



2 von 3 Bildern

Gerhard Hrebicek, European Brand Institute, Thomas Scheriau, ELK Bau, Jakob Glatz, Glatz GmbH, ADMIRAL Brand Ambassador David Hasselhoff, Christian Trautenberger, Glatz GmbH © Katharina Schiffli

Vergangene Woche lud das European Brand Institute zum 15. Jubiläum des iconvienna Brand Global Summit – zu dieser besonderen Ausgabe diesmal unter dem Motto "Brands Create Prosperity" und erstmals in Kooperation mit der UNIDO. Zahlreiche führende Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft, internationalen Organisationen, Politik und Diplomatie aus aller Welt folgten der Einladung am 9. und 10. April nach Wien.

Eröffnungs-Highlights rund um neuen Admiral-Ambassador David Hasselhoff im Novomatic Forum

Bei der Eröffnungsveranstaltung am 9. April im Novomatic Forum verlieh Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute, zusammen mit Bobby Calder, Kellstadt-Professor für Marketing und Tienan Li, China Council for Brand Development die Zertifikate basierend auf der neuen ISO-Norm 20671 an die neuen "Certified Brands": NURI, Elk Bau und Vienna Capitals. Admiral nutzte den Rahmen der Veranstaltung um den neuen Markenbotschafter David Hasselhoff vorzustellen, der künftig im Mittelpunkt der neuen Markenkampagne stehen wird. Auch Coca Cola Austria präsentierte das brandneue Nachhaltigkeitsprojekt "Aus Flasche wird Flasche" bei Römerquelleprodukten.

Premiere für Iconvienna Brand Global Summit in der UNIDO

"Das diesjährige Motto unterstreicht die Auswirkungen von Marken heute und viel mehr in der Zukunft. Marken, wenn sie proaktiv verwaltet und gemessen werden, schaffen Werte für Unternehmen und Verbände, Städte, Regionen und Volkswirtschaften. Integriertes Markenmanagement führt zu mehr Wettbewerbsfähigkeit, Innovation und nachhaltiger Entwicklung als Beitrag zur Erreichung der UN Sustainable Development Goals (SDGs) ", so Hrebicek.

In fünf Diskussionsrunden erörtern Experten, wie unter anderen Ernst-Peter Brezovszky Vorstand Österreichische UNESCO Kommission, BMEIA, Waltraud Kaserer, Lenzing, Weixi Gong, UNIDO , Klaus Heidinger, Siemens, Franz Hammerschmid, ÖBB Infra, Alexandra Millionig, AIT, Vesna Vlahovic-Dasic, Coca-Cola Austria, Martin Essl, Uber, Farrukh Alimdjano, UNIDO, Herbert Kovar, Deloitte; Klaus Müllner, SummerLight Capital Partners; Toni Cheng, Alibaba Cloud Marken-Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext, die wirtschaftlichen Chancen durch Investitionen in Marken sowie die Korrelation von Marken und nachhaltiger wirtschaftlicher Entwicklung.

Internationales Flair im Wiener Rathaus zum Ausklang

Am Abend des 10. April fand auf Einladung von Bürgermeister Michael Ludwig der Cocktailempfang im Wiener Rathaus statt. Zusammen mit Gerhard Hrebicek begrüßten Thomas Reindl, Erster Vorsitzender des Wiener Gemeinderates, Olga Memedovic, Deputy Director UNIDO und H.E. Lourdes Viktoria-Kruse, Botschafterin der Dominikanischen Republik, die internationalen Gäste. Mit Live-Musik des Orquesta Ibero-Americana de Viena wurden die Gäste von den Gastländern Bolivien, Costa Rica, Dominikanische Republik, El Salvador, Kuba, Armenien und dem Winzer Willi Opitz zu einer besonderen kulinarischen und kulturellen Reise eingeladen. Verkostungen regionaler Spezialitäten wie Wein, Rum, Kaffee und Zigarren sorgten für ein einzigartig atmosphärisches und internationales Flair.

Unter den Gästen wurden unter anderen Moderatorin Sonja Kato (unikato), Philipp Scholtés (UNIDO), Stefan Krenn(Novomatic); Jakob Glatz (CEO Glatz GmbH) und Christian Trautenberger(Managing Director Glatz GmbH); H.E. Lourdes Victoria-Kruse (Ambassador Dominican Republic), H.E. Juan Antonio Fernandez Palacios, H.E. Armen Papikyan (Ambassador Armenia); H.E. Alejandro Solano Ortiz (Ambassador Costa Rica); Maria Rauch-Kallat (BM a.D.); Christine Marek (Consulterin), H.E. Sergio Barbanti (Ambassador Italy); Monica Rintersbacher (Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria), Silvia Kelemen (Head of Public Relations, myWorld); Renate Altenhofer (maX iconvienna), Christian Mattasits (Managing Director, Finanzfuchsgruppe); Gerhard Schuller (CEO Hyggebau); Rechtsanwalt Gerald Ganzger (LGP); Walter Weilingner (Managing Director HBM); Elisabeth Schrenk (Falkensteiner Hotels), FidWW Vorsitzende Martina Denich-Kobula, Richard Mauerlechner (CEO weekend Verlag), Elisabeth Rettl und Petra Jakob (Drei), Thomas Scheriau, (Geschäftsführer ELK Bau) und viele andere gesichtet.

„www.casinoplusbonus.com“, 13.04.2019

Für Novomatic-Tochter ADMIRAL hat der Spielerschutz Priorität



Spielerschutz ist ein wichtiges Thema, wenn es um das Glücksspiel geht. Die Novomatic-Tochter ADMIRAL nutzt dafür auch schon biometrische Daten. (Foto: Admiral-Spielhalle.de)

und spielsüchtige Menschen gezielt ausnehmen. Dass das schon allein aufgrund der Gesetzeslage, nicht nur in Deutschland, sondern zum Beispiel auch in Österreich gar nicht möglich ist, verkennen die meisten Kritiker. In einem (gesponsertem) Interview hat die Vorstandsvorsitzende Monika Racek der Novomatic-Tochter ADMIRAL nun erneut betont, wie wichtig der Spielerschutz für sie und das Unternehmen ist und dass auch moderne Mechanismen genutzt werden, um den Spielerschutz zu gewährleisten.

ADMIRAL ist der Betreiber der österreichischen Automatensalons, wie man die Spielhallen dort häufig auch nennt. Aufgrund der Gesetzeslage darf auch nur ADMIRAL das Spielen an Spielautomaten legal anbieten, neben den Casinos Austria. Für Racek ist das mit ein Grund, warum es besonders wichtig ist, den Spielerschutz genauestens einzuhalten. So erklärte die Vorstandsvorsitzende, dass das Glücksspiel ohnehin schon eine sensible Branche ist und dass es eben auch nur zur Unterhaltung dienen soll. Dass es hin und wieder dazu kommt, dass Spieler auffallen, die mehr als nur zur Unterhaltung spielen, erklärte sie auch offen. Doch für ADMIRAL ist in solchen Fällen das Gespräch wichtig und gegebenenfalls werden dann Limitierungen vereinbart oder Sperren ausgesprochen. Zudem nutzt ADMIRAL diverse Technologien, wie zum Beispiel die biometrische Gesichtserfassung, um den Jugendschutz einzuhalten. Die nun im ganzen Land eingesetzte ADMIRAL-Card leistet ihr Übriges. Mit dieser Karte wird nicht nur der Jugendschutz gewährleistet, es wird auch erfasst, wie viel ein Spieler spielt, um dann schnell Maßnahmen in Sachen Suchtprävention ergreifen zu können, falls es aufgrund eines auffälligen Spielverhaltens erforderlich ist. Damit setzt ADMIRAL natürlich schon sehr gute Mechanismen ein, worauf Racek zurecht stolz sein kann.

Spieler selbst können auch Maßnahmen treffen

Doch nicht nur vonseiten der Novomatic-Tochter können Maßnahmen getroffen werden, die der Spielsucht entgegenwirken. Auch die Spieler selbst können bei ADMIRAL eine Menge machen, um nicht in ein Suchtverhalten zu rutschen und sich Hilfe zu holen, falls dies vielleicht schon passiert ist. So bietet ADMIRAL den Spielern eine freiwillige Selbstsperrung an und zudem stehen auch jederzeit geschulte Mitarbeiter zur Verfügung, die sich im Bereich der Suchtprävention sehr gut auskennen und den Spielern beratend zur Seite stehen. ADMIRAL bietet zudem auch noch allen Spielern an, eine Limitierung beim zur Verfügung stehenden Spielbetrag festzusetzen. Natürlich geschieht das auch auf Freiwilligenbasis, doch dieser Mechanismus ist sehr sinnvoll und dank der ADMIRAL-Card auch einfach einzuhalten. Verluste lassen sich so jedenfalls begrenzen. Mit selbstgetroffenen Besuchsregelungen, die ebenfalls zwischen Spieler und ADMIRAL auf der ADMIRAL-Card festgehalten werden können, haben die Spieler die Möglichkeit, sich noch besser zu kontrollieren und beispielsweise Dauer des Besuchs oder wie oft der Automatensalon aufgesucht werden kann, festzulegen. Für den Spielerschutz sind schließlich auch die Dinge wichtig, die ein Spieler selbst leisten kann, wenn er das Gefühl hat, dass das Spielverhalten auffällig ist.

Wenn es um das Thema Spielerschutz und Suchtprävention geht, dann gibt es eigentlich keine zwei Meinungen. Diese beiden Themen, die natürlich eng miteinander verknüpft sind, stehen nicht nur bei den Politikern auf der ganzen Welt im Vordergrund, sondern auch bei den Betreibern von Spielstätten. So setzt sich auch die Novomatic-Tochter ADMIRAL aktiv für den Spielerschutz ein, um so die Spielsucht einzudämmen und auch, um das Jugendschutzgesetz einzuhalten. Mit moderner Technik gelingt es dem Unternehmen dabei, in seinen Spielstätten in Österreich innovativ und ganz gezielt vorzugehen, damit Spieler so gut es geht geschützt werden. Aber wie genau macht ADMIRAL das? Gibt es auch Möglichkeiten, wie sich Spieler selbst helfen können, wenn sie meinen, dass sie eventuell süchtig sind?

ADMIRAL setzt sich für den Spielerschutz ein

Es ist bekannt, dass bei vielen die Meinung vorherrscht, dass Spielhallen nur Brutstätten für die Spielsucht sind

„News“, 12.04.2019



David Hasselhoff checkte mit Ehefrau Hayley Roberts im Sacher ein

Glück im Sport & Spiel mit Mr. Knight Rider

Mit Serienstar **David Hasselhoff** alias Mr. Knight Rider hat der Sportwettenanbieter Admiral einen Glücksgriff getätigt. Der US-Serienstar wurde vom führenden Anbieter bei Sportwetten und Glücksspiel als Markenbotschafter gewonnen. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen Admiral-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird. Präsentiert wurde der zum Kult gewordene Entertainer im Rahmen des Iconvienna Brand Global Summit im Novomatic Forum. Hasselhoff über die Kooperation: „Ich bin begeistert von der Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan.“



Die Admiral-ManagerInnen Paul Kozelsky, Monika Racek und Stefan Stögner mit Testimonial David Hasselhoff

„Trend“, 12.04.2019

DAS GROSSE TREND-RANKING

TRENDTHEMA

DIE BESTEN

**ARBEITGEBER
ÖSTERREICHS 2019**

Was die Besten auszeichnet

20 BRANCHEN 300 SIEGER 200.000 BEWERTUNGEN 1.000 BEURTEILTE FIRMEN

INHALT

52 DIE STUDIE	64 DIE BRANCHENSIEGER	81 DIE 300 BESTEN ARBEITGEBER
58 DIE TOP DREI	80 DIE METHODIK	

REDAKTION: Oliver Judex (LTG., DEX), Bernhard Ecker (BECK), Thomas Martinek (TOM), Julia Palmai (JP), Michael Schmid (MD), Barbara Steininger (BST)

STATISTIK

ENTWICKLUNG. Im Vergleich zu 2018 gelang es den Aufsteigern, bis zu 257 Plätze gutzumachen; der beste Newcomer landete auf Platz 8.

TOP 25 DIE 25 BESTEN AUFSTEIGER

VERBES- SERUNG IN RÄNGEN	RANG 2019	UNTERNEHMEN
257	35	Ottakringer
232	56	EBNER Industrieofenbau
186	93	Porsche Inter Auto
180	74	Simacek
177	6	Mars
169	30	Maschinenring
164	122	Siemens
161	107	Krankenhaus Dornbirn
160	139	Fachhochschule St. Pölten
158	19	Böhler Edelstahl
139	66	Austria Trend Hotels
139	113	Swietelsky Bau
127	71	GRAWE
121	142	Sappi
118	73	Merck
103	65	OMICRON
102	147	ÖAG
99	125	Novomatic
98	43	Kröswang
96	83	Tiroler Versicherung
96	145	Raiffeisen Bank
96	193	Österreichische Kontrollbank
93	85	NTS - Netzwerk Telekom Service
93	179	St. Anna Kinderspital
91	62	Anton Paar

	ARBEITGEBER	HAUPTSITZ	MITARBEITER in Ö*	BRANCHE / BRANCHEN	SCORE**
101	JCL Logistics	Mehrere	267	Verkehr und Logistik	7,75
102	AUVA	Wien	5.921	Krankenkassen, Gesundheit und Soziales	7,73
103	Kapsch	Wien	2.063	Verkehr und Logistik	7,73
104	OVB Allfinanzvermittlung	Wals-Siezenheim, Sbg.	500	Banken und Finanzdienstleistungen	7,72
105	Getzner Textil	Bludenz, Vbg.	956	Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen	7,72
106	FH Campus Wien	Wien	535	Bildung und Forschung	7,71
107	Krankenhaus Dornbirn	Dornbirn, Vbg.	881	Krankenkassen, Gesundheit und Soziales	7,71
108	Kühne + Nagel	Wien	500	Verkehr und Logistik	7,71
109	IKEA	Vösendorf, NÖ	3.022	Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen	7,70
110	Pfizer	Wien	520	Chemie und Pharma	7,70
111	Engel	Schwertberg, OÖ	2.100	Maschinen- und Anlagenbau	7,70
112	Innsbrucker Kommunalbetriebe	Innsbruck, T	672	Rohstoffe, Energie, Ver- und Entsorgung / Internet, Telekommunikation und IT	7,69
113	Swietelsky Bau	Linz, OÖ	9.500	Bau	7,69
114	Weyland	St. Florian am Inn, OÖ	>200	Großhandel	7,68
115	Rhomberg	Bregenz, Vbg.	693	Bau	7,68
116	Trumpf Maschinen	Pasching, OÖ	601	Maschinen- und Anlagenbau	7,68
117	Österreichische Lotterien	Wien	484	Tourismus, Beherbergung, Entertainment und Freizeit	7,68
118	Wirtschaftsuniversität Wien	Wien	2.322	Bildung und Forschung	7,66
119	Bosch	Wien	2.900	Automobil und Fahrzeugbau (Hersteller und Zulieferer) / Elektronik und Elektrotechnik, medizinische Geräte	7,66
120	Salzburg AG	Salzburg	2.200	Rohstoffe, Energie, Ver- und Entsorgung / Internet, Telekommunikation und IT / Verkehr und Logistik	7,65
121	ABB	Wien	350	Maschinen- und Anlagenbau	7,64
122	Siemens	Wien	10.300	Elektronik und Elektrotechnik, medizinische Geräte	7,63
123	Swarovski	Wattens, T	6.600	Fertig- und Gebrauchsgüter / Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen	7,62
124	Porr	Wien	9.179	Bau	7,61
125	Novomatic	Gumpoldskirchen, NÖ	3.300	Elektronik und Elektrotechnik, medizinische Geräte	7,61
126	Treibacher Industrie	Althofen, Ktn.	860	Rohstoffe, Energie, Ver- und Entsorgung	7,60
127	Pankl	Kapfenberg, Stmk.	900	Automobil und Fahrzeugbau (Hersteller und Zulieferer)	7,60
128	EBCONT group	Neulengbach, NÖ	400	Internet, Telekommunikation und IT	7,60
129	Strabag	Wien	10.500	Bau	7,60
130	Hypo Landesbank Vorarlberg	Bregenz, Vbg.	724	Banken und Finanzdienstleistungen	7,60
131	Frankstahl	Guntramsdorf, NÖ	300	Herstellung und Verarbeitung von Werk- und Baustoffen	7,59
132	Frequentis	Wien	950	Internet, Telekommunikation und IT	7,59
133	Holding Graz	Graz, Stmk.	2.600	Rohstoffe, Energie, Ver- u. Entsorgung / Verkehr u. Logistik / Tourismus, Beherbergung, Entertainment u. Freizeit	7,59
134	Niederösterreichische Versicherung	St. Pölten, NÖ	600	Versicherungen	7,59
135	NÖM	Baden, NÖ	720	Lebens- und Genussmittel, sonstige Verbrauchsgüter	7,59
136	Lenze	Asten, OÖ	1.894	Elektronik und Elektrotechnik, medizinische Geräte	7,58
137	T-Mobile Austria	Wien	1.300	Internet, Telekommunikation und IT	7,56
138	Hutchison Drei	Wien	1.500	Internet, Telekommunikation und IT	7,56
139	Fachhochschule St. Pölten	St. Pölten, NÖ	1.072	Bildung und Forschung	7,56
140	ELIN	Linz, OÖ	1.200	Maschinen- und Anlagenbau	7,56
141	BKS Bank	Klagenfurt, Ktn.	860	Banken und Finanzdienstleistungen	7,55
142	Sappi	Gratkorn, Stmk.	1.240	Herstellung und Verarbeitung von Werk- und Baustoffen	7,55
143	Veterinärmedizinische Universität	Wien	1.409	Bildung und Forschung	7,55
144	Technische Universität Wien	Wien	5.002	Bildung und Forschung	7,54
145	Raiffeisen Bank	Wien	31.656	Banken und Finanzdienstleistungen	7,54
146	Universität für Bodenkultur Wien	Wien	1.584	Bildung und Forschung	7,54
147	ÖAG	Wien	230	Großhandel	7,53
148	Liebherr	Bischofshofen, Sbg.	4.690	Maschinen- und Anlagenbau	7,52
149	ÖBB	Wien	26.047	Verkehr und Logistik	7,52
150	Microsoft	Wien	340	Internet, Telekommunikation und IT	7,51

„www.boerse-express.com“, 11.04.2019

Gerhard Schröder am 4GAMECHANGERS-Tag: "Man sollte nicht aufhören an den richtigen Zielen zu arbeiten, egal wie alt man ist."

Wien (OTS) - KEYNOTE | Pia Schörner, Head of BMW Motor Sport Marketing, und Alexander Gerfer, CTO Würth, zu "Formula Sports":

Pia Schörner: "Die Formel E ist ein Weg, den wir gehen müssen. Man widmet sich einem Zukunftsthema."

Alexander Gerfer: "Die Batterietechnologie hat sich weiterentwickelt. Wir fahren aktuell mit einer Batterie. Aber die Zelltechnologie muss noch mit anderen Mitteln ausgestattet werden, damit wir uns noch schneller weiterentwickeln können."

KEYNOTE | Colin Michael Foale, CEO Foale Aerospace Inc, zu "Space is Game Changing":

Colin Michael Foale: "Young students inventing new space developments and bring them out to competitions. These are the game changers of tomorrow."

KEYNOTE | Robert Machtlinger, CEO FACC, und Hu Huazhi, CEO, Founder & Chairman EHang, zu dem gemeinsamen Zukunftsprojekt "Urban Air Mobility" mittels Flugtaxi - eine Zusammenarbeit zwischen FACC, EHang und ProSiebenSat.1 PULS 4.

Robert Machtlinger: "Wir wollen die Future Mobility raus in die Welt bringen, weil wir an dieses Produkt glauben."

Hu Huazhi: "Ich habe einen Traum, dass die Menschheit wie ein Vogel frei im Himmel fliegen kann, aber Fliegen birgt Gefahr. Deshalb möchte ich ein total, hundert-prozentig sicheres Luftfahrzeug herstellen."

PANEL x 2 | Future Mobility: In zwei Panels wurde unter Moderation von Ronny Rockenbauer, CEO pubbles, über die Entwicklung von Individual- und Personenverkehr vs. Schwertransport diskutiert. Walter Kohl, Owner Kohl Consult: "Wir können von Korea sehr viel lernen. Sie haben total auf Ausbildung gesetzt. Die Universitäten sind spitze und deren Ratings sind top. Da ist das Neue erstmal gut und das ist eine tolle Mentalität. Die setzen früh auf Zukunft. Das kann man von Deutschland leider nicht behaupten."

Sisi Zheng, Head of China Tec Project, Innovation Manager Deutsche Bank: "In solchen extremen Märkten muss Mobilität einfach funktionieren. Man muss nicht immer alles selber erfinden. Man kann auch über Kooperationen und Partnerschaften Systeme übernehmen." Michaela Huber, Chairman ÖBB: "Ich glaube, es wird wahnsinnig schnell gehen, dass Dinge kommen, an die wir nicht denken. Aber auch ein Platz in der Luft ist nur begrenzt."

Manfred Leitner, Executive Board OMV: "Wir werden 2030 vermutlich eine breitere Möglichkeit an Mobilität haben, aber nicht alle elektronisch unterwegs sein."

Hermine Resch, General Manager Temmel: "Wir werden es nur gemeinsam schaffen. Wir müssen alle zusammenarbeiten. Die Bereitschaft muss da sein, dass wir dabei nichts verlieren, sondern nur gewinnen können."

KEYNOTE | Darren Hubert, CTO Microsoft Corporation zu "Ethical AI":

Darren Hubert: "Computers learn how to make decisions like humans. But how does this affect real people. That is why it is so important to talk about ethics."

KEYNOTE | Harald Neumann, CEO NOVOMATIC zu "Innovation changed the game":

Harald Neumann: "Spielerschutz ist einer der Game Changer der Zukunft. Wir können nicht warten bis das ein Land reguliert, sondern müssen von uns aus tätig werden."

PANEL | Ethics role in innovation - moderiert von Werner Hoffmann, Vorstand Institut für Strategisches Management, Wirtschaftsuniversität Wien.

Karoline Edstadler, Federal Ministry of the Interior State Secretary:

"Der Fortgang der Technologie ist nicht aufzuhalten. Innovation ist so wichtig, aber wir dürfen nicht unsere ethischen oder moralischen Gesetze über Board werfen."

Georg Pölzl, CEO Österreichische Post: "Jedes Unternehmen fordert einen rechtlichen und ethischen Rahmen. Es muss Regeln für den Umgang untereinander geben. Sowohl intern, aber auch in der Gesellschaft!" Peter Bosek, Erste Group, Managing Board Member: "Wir als Banken sind besonders gefordert. Wir sind immer schnell dabei, wenn es um Regulationen geht. Aber wir sollten einen Schritt zurück gehen und uns fragen: Was wollen wir eigentlich erreichen?"

Christina Schösser, Trade Commissioner Shanghai, Außenwirtschaft Austria: "Wir brauchen kleine Firmen, mit ihren Innovationen. ... Man muss die großen Player mit den kleinen Startups zusammenbringen."

„www.leadersnet.at“, 11.04.2019

"Man sollte nicht aufhören an den richtigen Zielen zu arbeiten, egal wie alt man ist"

Staraufbau beim letzten Tag des "4Gameschangers Festivals".



Stewart Copeland, Komponist, Mitgründer und Drummer der Band The Police, eröffnete am Donnerstag gemeinsam mit Mobilium Global-Founder Ralph Simon den letzten Tag des diesjährigen "4Gameschangers Festivals".

"Manchmal muss man selbst die Regeln ändern. Denn manchmal ändert sich die Welt und man muss die Flexibilität haben sich selbst zu bewegen und die Spielregeln zu ändern."

Auch ProSiebenSat.1 Puls 4-CEO Markus Breitenecker und ProSiebenSat.1 Media SE Deputy-CEO Conrad Albert hießen am dritten Festival-Tag die 4Gamechangers-Gäste auf der Global Stage willkommen.

Hochkarätige Besetzung

FACC-CEO Robert Machtlinger und EHang-CEO Hu Huazhi sprachen über das gemeinsame Zukunftsprojekt "Urban Air Mobility" mittels Flugtaxi – eine Kooperation zwischen FACC, EHang und ProSiebenSat.1 Puls 4. "Wir wollen die Future Mobility raus in die Welt bringen, weil wir an dieses Produkt glauben", Robert Machtlinger.

Hu Huazhi ergänzte: "Ich habe einen Traum, dass die Menschheit wie ein Vogel frei im Himmel fliegen kann, aber Fliegen birgt Gefahr. Deshalb möchte ich ein total, hundert-prozentig sicheres Luftfahrzeug herstellen."

In zwei Panels wurde unter Moderation von Ronny Rockenbauer, CEO pubbles, über die Entwicklung von Individual- und Personenverkehr vs. Schwertransport diskutiert. Am Podium saßen Walter Kohl, Owner Kohl Consult, Sisi Zheng, Innovation Manager Deutsche Bank, Michaela Huber, Chairman ÖBB, Manfred Leitner, Executive Board OMV sowie Hermine Resch, General Manager Temmel.

Novomatic-CEO Harald Neumann sprach in seiner Keynote über "Innovation changed the game". "Spielerschutz ist einer der Game Changer der Zukunft. Wir können nicht warten bis das ein Land reguliert, sondern müssen von uns aus tätig werden", zeigte sich Neumann überzeugt.

"4Gamechangers Award Show" als Höhepunkt

Den Höhepunkt lieferte die "4Gamechangers Award Show" – moderiert von ATV-Moderatorin und Romy-Nominierte Arabella Kiesbauer. Bundespräsident Alexander Van der Bellen und Bundeskanzler Sebastian Kurz beehren das internationale Digitalfestival zum fulminanten Abschluss-Event.

Den Preis in der Kategorie "4Startup" gewann Instahelp. Der Award wurde durch Bundeskanzler Kurz übergeben, Laudator war ProSiebenSat.1 Puls 4-CEO Markus Breitenecker. Den Sieg in der Kategorie "4Music" holte RAF Camora. Der Preis wurde durch Festival-Co-Founderin Nina Kaiser überreicht. Der Arzt Hunter Doherty "Patch" Adams holte den Preis in der Kategorie "4Future" – übergeben durch ProSiebenSat.1 Puls 4-CCO Michael Stix. Den "4Gamechangers of the Year"-Award überreichte Bundespräsident Van der Bellen an die "Friday for Future"-Bewegung.

Illustre Gästeschar

Ebenfalls am letzten 4Gamechangers-Tag wurden Pia Schörner, Head of BMW Motor Sport Marketing, Alexander Gerfer, CTO Würth, Darren Hubert, CTO Microsoft Corporation, Karoline Edtstadler, Georg Pölzl, CEO Österreichische Post, eter Bosek, Erste Group-Managing Board Member, Rainer Seele, Chairman OMV, Gerhard Schröder, Deutscher Bundeskanzler a.D und Ministerin Elisabeth Köstinger gesehen. (as)

„www.leadersnet.at“, 11.04.2019

Club Cuvée hebt neue "vie-digital" aus der Taufe

Hochkarätige Podiumsdiskussion zu "life long learning" und "Digitaler Kompetenz".



(von links) Elisabeth Stadler, Christian Deutsch, Margarete Schramböck, Ralph Vallon und Valerie Höllinger © leadersnet.at / H. Auer

Im Rahmen der feierlichen vie-digital Taufe diskutierten Digitalisierungsministerin Margarete Schramböck gemeinsam mit VIG-CEO Elisabeth Stadler, dem Wiener Volkshochschulen Aufsichtsratspräsident Christian Deutsch sowie der Bildungsexpertin Valerie Höllinger das spannende Thema "Digitale Kompetenz".

Vom Lehrling bis zum Manager

Intensiv besprochen wurden vor allem die Herausforderungen und Lösungen für Unternehmen, die Verwaltung sowie die Aus- und Weiterbildung. Margarete Schramböck definierte digitale Kompetenz bei der Gelegenheit als "die zukünftig notwendige Expertise jedes Mitarbeiters vom Lehrling bis zum Manager".

Generaldirektorin Elisabeth Stadler von der Vienna Insurance Group betonte außerdem die Wichtigkeit der Aus- und Weiterbildung bezüglich digitaler Fähigkeiten im VIG-Konzern: "Gerade unser internationaler Approach in Mittel- und Osteuropa verlangt digitale Erfahrung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wir sind hier auf einem guten Weg", so Stadler.

Life long learning im VIG-Konzern

Mit dem Schnupperformat "Kaffee Digital" werden Digital-Skills österreichweit vermittelt, die dazugehörige Initiative **Fit4internet** zum Aufbau digitaler (Basis-)Kompetenzen organisiert dabei die neuen Wissenstrainings für die Generation 60+.

Gemeinderat Christian Deutsch wies darauf hin dass die Wiener Volkshochschulen kompetente Wissensvermittler in digitalen Expertisen sind: "Unser Aufgabe ist es, von den Jungen bis zu den Senioren die beste digitale Ausbildung für die Wienerinnen und Wiener sicherzustellen. Erwachsenenbildung bleibt unsere gesellschaftliche Verantwortung, mir ist es wichtig, das niemand auf der Strecke bleibt und wir die Menschen auf die neue Arbeitswelt optimal vorbereiten."

Bildungsexpertin Valerie Höllinger machte abschließend deutlich, dass "Einflüsse aus dem Silicon Valley immer öfter international spürbar" werden. "Nur wer neue digitale Bildungstrends berücksichtigt, wird zukünftig digital fitte und damit erfolgreiche Mitarbeiter gewinnen können", erklärt Höllinger.

Hochkarätige Gäste bei der Weinverkostung

Bei der anschließenden Club Cuvée Weinverkostung verköstigte man die zahlreichen Besucher mit besten grünen und roten Veltlinern des Weingutes Kolkmann. Neben Moderator und vie-digital Initiator Ralph Vallon degustierten Großbäcker Kurt Mann, Florian Binder-Kriegelstein, Vorstand Polo Handels AG, Oracle-Marketingleiter Johannes Dobretsberger, Kurier-Prokurist Stefan Lechner, Verlegerin Dagmar Lang, Stefan Gubi, COO Toyota Frey Retail, Personalberaterin Manuela Lindlbauer, Kulturmanager Daniel Serafin, Immobilienentwicklerin Jasmin Soravia, Gewista-Geschäftsführer Franz Solta sowie Unique-Chef Jürgen Colombini die schmackhaften Tropfen aus Fels am Wagram.

Ebenfalls mit dabei waren Unternehmer Rudi Semrad, Unternehmensberater Wolfgang Kalny, cafe+co-Manager Herbert Rieser, Brauunion-Aufsichtsrat Markus Liebl, Gerlinde Layr-Gizycki, Managing Director LGT Bank, Novomatic Forum-Leiterin Uschi Nosal, Volksbank Wien-Direktor Wolfgang Layr sowie Wolfgang Haas, Konzernkommunikationsleiter der VIG, Vallon Relations-Geschäftsführerin Raphaela Vallon Sattler und viele mehr. (jr)

„www.gamesundbusiness.de“, 10.04.2019

Admiral setzt auf "The Hoff"



Kult-Star David Hasselhoff wird Markenbotschafter für den Sportwetten- und Glücksspielanbieter Admiral in Österreich.

Der Entertainer und Serienstar David Hasselhoff wird neues Werbegesicht für den Sportwetten- und Glücksspielanbieter Admiral in Österreich. "The Hoff" steht künftig im Zentrum der neuen Admiral-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird.

Admiral setzt für seinen Markenauftritt erstmals auf ein Testimonial und habe dafür eine wahre Ikone an Bord geholt, heißt es von Unternehmensseite: David Hasselhoff zähle seit vielen Jahren zu den bekanntesten internationalen Serienstars. Der Kult gewordene Entertainer begeistere seine Fans mehr denn je.

Für Paul Kozelsky, Geschäftsführer Admiral Sportwetten, war die Zusammenarbeit mit Hasselhoff von äußerst positivem Spirit geprägt. "Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation", berichtet Kozelsky.

Dr. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende Admiral Casinos & Entertainment, freut sich über die Partnerschaft: "David Hasselhoff hat als geborener Entertainer, Sänger und TV-Star Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke."

"Ich bin begeistert von dieser Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Dabei fiebere ich mit den Athleten und den Zuschauern mit. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze", so Hasselhoff über sein Engagement bei Admiral.

Bild: Paul Kozelsky, Geschäftsführer Admiral Sportwetten, Dr. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende Admiral Casinos & Entertainment; David Hasselhoff und Mag. Stefan Stögner, Vorstand der Admiral Casinos & Entertainment, freuen sich auf die Zusammenarbeit (v.l.).

© Admiral/Andreas Tischler

„www.leadersnet.at“, 10.04.2019

Admiral holt David Hasselhoff als Testimonial

Kultstar ist neuer Markenbotschafter für Glücksspielanbieter – KTHE für Umsetzung der Kampagne verantwortlich.



Paul Kozelsky, Monika Racek, David Hasselhoff und Stefan Stögner © Andreas Tischler

Admiral lässt zum ersten Mal ein überaus prominentes Gesicht für sich sprechen: im Rahmen des Iconvienna Brand Global Summit im Novomatic Forum wurde die neue Kooperation mit David Hasselhoff vorgestellt. Mit mehr als 250 Filialen und einem großen Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört das Unternehmen zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. Nun konnte man den weltbekannten Entertainer und Kult-Serienstar als Markenbotschafter gewinnen. "The Hoff" steht künftig im Zentrum der neuen Admiral-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht werden soll.

"The Hoff" als kultiges Testimonial

Admiral hat für seinen Markenauftritt erstmals ein Testimonial erwählt und setzt alle Karten auf Kult: die Wirkung von Baywatch- und Knight Rider Star David Hasselhoff, der nicht zuletzt auch für Songs wie "I've been looking for freedom" Ikonenstatus erreicht hat, scheint ungebrochen. 2019 wird der Entertainer auch drei Konzerte in Österreich geben, aber er stattete den hiesigen Gefilden schon vorher einen Besuch ab: Dienstagabend wurde er erstmals als Gesicht für den neuen Werbeauftritt von Admiral vor der Kamera präsentiert. Erste Spots entstehen bereits, der Start der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

"Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation", berichtet Paul Kozelsky, Geschäftsführer der Admiral Sportwetten GmbH. "David Hasselhoff hat Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke", so Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG.

Sportfan Hasselhoff wird von KTHE in Branding Kampagne inszeniert

"Ich bin begeistert von dieser Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Dabei fiebere ich mit den Athleten und den Zuschauern mit. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze", so Hasselhoff über sein Engagement bei Admiral.

Konzipiert und umgesetzt wird die Branding Kampagne von Kobza and The Hungry Eyes (KTHE), die auch den neuen Werbespot mit David Hasselhoff produziert. Mit dem Launch der neuen Werbelinie im Frühsommer wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von "The Hoff" kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

Eindrücke von der Präsentation von "The Hoff" als neues Admiral-Werbegesicht finden Sie in unseren Fotogalerien [hier](#) und [hier](#). (rb)

www.admiral.at

www.davidhasselhoffonline.com

www.kthe.at

„www.boerse-social.com“, 10.04.2019

Gumpoldskirchen/Wien (OTS) - ADMIRAL stellte im Rahmen des ICONVIENNA Brand Global Summit im Novomatic Forum ihre neue Kooperation mit David Hasselhoff vor. Mit mehr als 250 Filialen und einem exklusiven Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört ADMIRAL zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. Nun konnte man den weltbekannten Entertainer und Kult-Serienstar als Markenbotschafter gewinnen. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen ADMIRAL-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird.

ADMIRAL setzt für seinen Markenauftritt erstmals auf ein Testimonial und hat dafür eine wahre Ikone an Bord geholt: David Hasselhoff zählt seit vielen Jahren zu den bekanntesten internationalen Serienstars. Der Kult gewordene Entertainer, der 2019 auch drei Konzerte in Österreich gibt, begeistert seine Fans mehr denn je. Vor wenigen Tagen kam Hasselhoff nun erneut nach Österreich, wo er gestern Abend erstmals als Gesicht für den neuen Werbeauftritt von ADMIRAL vor der Kamera präsentiert wurde. Erste Spots entstehen bereits. Der Start der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

Für Paul Kozelsky, Geschäftsführer der ADMIRAL Sportwetten GmbH, war die Zusammenarbeit mit Hasselhoff von äußerst positivem Spirit geprägt. „Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation“, berichtet Kozelsky.

Dr. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der ADMIRAL Casinos & Entertainment AG, freut sich über die Partnerschaft: „David Hasselhoff hat als geborener Entertainer, Sänger und TV-Star Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke.“

„Ich bin begeistert von dieser Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Dabei fiebere ich mit den Athleten und den Zuschauern mit. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze“, so Hasselhoff über sein Engagement bei ADMIRAL.

Konzipiert und umgesetzt wird die Branding Kampagne von Kobza and The Hungry Eyes (KTHE), die auch den neuen Werbespot mit David Hasselhoff produziert. Mit dem Launch der neuen Werbelinie im Frühsommer wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „The Hoff“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

„www.noen.at“, 10.04.2019

FLUGHAFEN WIEN

Schnappschuss mit "The Hoff" vor dem Abflug

Er kam vom Wiener Novomatic-Forum, sie flogen ins Brüsseler Europaviertel - "KnightRider"-Star David Hasselhoff traf heute, Mittwoch, früh am Wiener Flughafen auf Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Landesrat Martin Eichtinger. Und hatte auch noch Zeit, für einen kurzen Plausch und einen Schnappschuss.



 Markus Habermann

LH Mikl-Leitner und Landesrat Eichtinger haben „The Hoff“ auf einen Schnappschuss am Flughafen Wien getroffen.

„www.trendingtopics.at“, 10.04.2019

ADMIRAL-Chefin Racek: „In Teilen Österreichs arbeiten wir bereits mit biometrischen Daten“



Monika Racek ist CEO von ADMIRAL Casinos © ADMIRAL

Seit 2011 ist Monika Racek im Vorstandsteam der wichtigsten NOVOMATIC-Tochtergesellschaft ADMIRAL. Seit 2016 leitet sie den Glücksspielanbieter als Vorstandsvorsitzende. Bei NOVOMATIC und deren Tochtergesellschaften gibt es viele Frauen in Spitzenpositionen – ganz ohne Quote.

Im Interview mit Trending Topics spricht Racek darüber, wie man als Unternehmen ein perfektes Umfeld für Diversität schaffen kann – und darüber, warum Spielerschutz für ADMIRAL ganz oben auf der Agenda steht.

Warum ist das Thema Spielerschutz im Glücksspiel so wichtig?

Monika Racek: Glücksspiel ist meines Erachtens nach eine sensible Branche, die besonders verantwortungsvolles Agieren verlangt und soll zu jedem Zeitpunkt ausschließlich der Unterhaltung dienen. Für nahezu alle unserer Kunden ist das auch so. Aber natürlich gibt es ab und an Einzelfälle, die wir besonders beobachten und mit denen gegebenenfalls auch eine Sperre oder Limitierung vereinbart wird. Um unsere Vorreiterrolle im Spielerschutz abzusichern und vulnerable Gruppen zu schützen, arbeiten wir – unter Einbindung wissenschaftlicher Expertise – permanent an der Optimierung unserer Präventionsmaßnahmen, die oft über das gesetzlich vorgeschriebene Ausmaß hinausgehen. Unser Mutterkonzern NOVOMATIC AG stellt uns darüber hinaus state-of-the-art-Technologielösungen, wie beispielsweise biometrische Erkennungsverfahren, zur Verfügung, die von uns aktuell zur Gewährleistung des Jugendschutzes eingesetzt werden.

In Niederösterreich hat ADMIRAL einige der strengsten Schutzmaßnahmen umgesetzt – welche sind das?

In ganz Österreich ist aktuell die ADMIRAL-Card im Einsatz. Diese ermöglicht den personalisierten Zutritt in den Automaten Salon und die Aktivierung des Spielautomaten. Mit der ADMIRAL-Card verfügen wir über ein hochmodernes System, das unsere Gäste dabei unterstützt, die Kontrolle über ihre Spielteilnahme zu behalten. Zusätzlich stellen wir damit sicher, dass nur registrierte Gäste am Glücksspiel teilnehmen. Jugendschutz ist somit ebenfalls gewährleistet, auch durch Kontrollen beim Eintritt.

In anderen Teilen Österreichs arbeiten wir bereits mit biometrischen Daten. Damit setzt NOVOMATIC neue Trends im Bereich der Suchtprävention. Neben einem erhöhten Kundenkomfort wird dadurch punktgenauer Spielerschutz ermöglicht.

Wie nehmen Gäste diese Maßnahmen an?

Natürlich dauert es immer eine Weile, bis Kunden Neuerungen akzeptieren. Aber mittlerweile nehmen unsere Gäste die von uns getroffenen Maßnahmen im Spieler- und Jugendschutz sehr gut an. Jedem ist klar, dass es auch zu seinem Vorteil ist, wenn wir Komfort und Sicherheit erhöhen. Schlussendlich geht es darum, dass wir am neuesten Stand sind, was Technik, Qualität und Präventionsmaßnahmen betrifft.

Vor welchen Herausforderungen steht man beim Spielerschutz?

Überregulierungen, also überschießende und sehr einschränkende Regelungen, können in der Branche eine Herausforderung darstellen, da eine Abwanderung in die Illegalität ohne Spielerschutz und Kontrollen zu bemerken ist. Zu viele Verbote und Einschränkungen bewirken oft das Gegenteil von dem, was man eigentlich erreichen will, denn insbesondere das Angebot wird dadurch dann vom Gast als unattraktiv qualifiziert. Darüber hinaus stellen die unterschiedlichen Gesetze und Anforderungen in den verschiedenen Ländern eine logistische und organisatorische Herausforderung für uns dar.

Welche Maßnahmen für „Responsible Gaming“ können Gäste selbst treffen?

Unsere freiwillige Verlustlimitierung beispielsweise bietet Besuchern die Möglichkeit, ihr Spielkapital zu begrenzen und somit sicherzustellen, dass mögliche Verluste das selbst gewählte Limit nicht überschreiten.

Mit unserer freiwilligen Besuchsvereinbarung haben Gäste die Möglichkeit, die Anzahl ihrer Besuche im Automaten Salon auf Basis ihrer monatlichen Besuche zu reduzieren. Sie können sowohl Häufigkeit der Besuche, als auch die Dauer der Vereinbarung festlegen.

Mit Hilfe der freiwilligen Selbstsperrung können Kunden für einen von ihnen gewählten Zeitraum Abstand vom Spiel nehmen. Darüber hinaus stehen unseren Gästen geschulte Präventionsbeauftragte jederzeit für ein Beratungsgespräch zur Verfügung.

Frauen in Vorstandsetagen sind in Österreich nach wie vor selten. Wo liegen aus Ihrer Sicht die größten Hürden?

Ich habe auf meinem Weg zum Vorstandsvorsitz von ADMIRAL keine Hürden erlebt. Ich bin Mutter geworden und das Unternehmen hat Rahmenbedingungen geschaffen, die beides möglich gemacht haben. Nämlich gleichzeitig Mutter und im Top-Management zu sein. Das ist einerseits eine Frage der Unternehmenskultur und andererseits aber auch eine Frage der persönlichen Organisation bzw. Bereitschaft zur Flexibilität. Ich muss aber auch sagen, dass ich in der privilegierten Position war, entsprechende Unterstützung bei der Betreuung aus dem familiären Umfeld zu bekommen.

Bei NOVOMATIC sind einige Frauen in Spitzenpositionen, unser Aufsichtsrat besteht zum Beispiel aus drei Frauen und zwei Männern. Das setzt sich in diversen Landesgesellschaften fort, wo Frauen Geschäftsführerfunktionen innehaben. All das war bei uns auch ohne gesetzliche Quotenvorgabe möglich.

Wie versuchen Sie generell, Ihre Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden?

Ich bin der Meinung, informieren und kommunizieren kann man generell nie genug. Wir informieren unsere Mitarbeiter beispielsweise über das Intranet regelmäßig zum aktuellen Unternehmensgeschehen. Zusätzlich ist aktuell eine ADMIRAL-Mitarbeiterzeitung in Planung und wir haben die ADMIRAL-Mitarbeiterwelt mit vielen Angeboten und Vergünstigungen online gestellt. Bei unserem Sportprogramm ADMIRALfit haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich zu engagieren, auch für einen guten Zweck, wie zum Beispiel beim Wings for Life World Run. Generell ist dem Management von ADMIRAL ein offener Austausch über alle Hierarchieebenen hinweg sehr wichtig. Wir haben ein angenehmes, fast familiäres Klima bei uns – dieser Spirit wird sehr geschätzt von unseren Mitarbeitern.

Sie sind Vorstandsvorsitzende und Mutter – haben Sie Tipps für Frauen, wie dieser Spagat am besten zu bewältigen ist?

Wenn der Arbeitgeber einerseits die geeigneten Rahmenbedingungen schafft und die Frau sich ganz bewusst auf diesen Spagat einlässt und sie ihr familiäres Umfeld dementsprechend organisieren kann, lässt sich beides durchaus vereinbaren. Bei NOVOMATIC und ihren Tochterunternehmen wird die Vereinbarkeit von Familie und Beruf großgeschrieben. Beispielsweise wurde nach der erfolgreichen Ferienbetreuung der letzten Jahre diese nun auf eine ganzjährige Kinderbetreuung ausgeweitet.

„APA“, 10.04.2019

ADMIRAL präsentiert David Hasselhoff als neuen Markenbotschafter

Gumpoldskirchen/Wien (OTS) - ADMIRAL stellte im Rahmen des ICONVIENNA Brand Global Summit im Novomatic Forum ihre neue Kooperation mit David Hasselhoff vor. Mit mehr als 250 Filialen und einem exklusiven Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört ADMIRAL zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. Nun konnte man den weltbekannten Entertainer und Kult-Serienstar als Markenbotschafter gewinnen. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen ADMIRAL-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird.

ADMIRAL setzt für seinen Markenauftritt erstmals auf ein Testimonial und hat dafür eine wahre Ikone an Bord geholt: David Hasselhoff zählt seit vielen Jahren zu den bekanntesten internationalen Serienstars. Der Kult gewordene Entertainer, der 2019 auch drei Konzerte in Österreich gibt, begeistert seine Fans mehr denn je. Vor wenigen Tagen kam Hasselhoff nun erneut nach Österreich, wo er gestern Abend erstmals als Gesicht für den neuen Werbeauftritt von ADMIRAL vor der Kamera präsentiert wurde. Erste Spots entstehen bereits. Der Start der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

Für Paul Kozelsky, Geschäftsführer der ADMIRAL Sportwetten GmbH, war die Zusammenarbeit mit Hasselhoff von äußerst positivem Spirit geprägt. „Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation“, berichtet Kozelsky.

Dr. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der ADMIRAL Casinos & Entertainment AG, freut sich über die Partnerschaft: „David Hasselhoff hat als geborener Entertainer, Sänger und TV-Star Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke.“

„Ich bin begeistert von dieser Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Dabei fiebere ich mit den Athleten und den Zuschauern mit. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze“, so Hasselhoff über sein Engagement bei ADMIRAL.

Konzipiert und umgesetzt wird die Branding Kampagne von Kobza and The Hungry Eyes (KTHE), die auch den neuen Werbespot mit David Hasselhoff produziert. Mit dem Launch der neuen Werbelinie im Frühsommer wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „The Hoff“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

„Österreich“, 10.04.2019



Fan-Ansturm bei David Hasselhoff's gestrigem Pressetermin.

Admiral-Testimonial

Hasselhoff wird jetzt Werbe-Star

David Hasselhoff ist Admiral-Markenbotschafter.



„The Hoff“ mit Wolfgang Fellner.

Schauspieler wirbt für Sportwetten

Gestern wurde das Geheimnis um dem Wienbesuch von „The Hoff“ gelüftet.

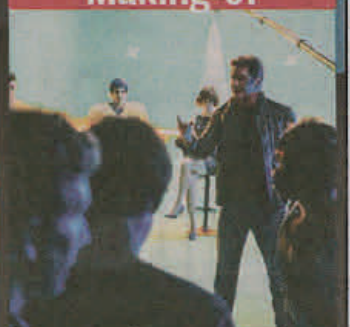
Sportlich. Seit Samstag ist *Knight Rider*- und *Baywatch*-Star David Hasselhoff (66) bereits – mehr oder weniger geheim – in Wien. Gestern lüftete er das Geheimnis: Der Schauspieler und Sänger ist das neue Gesicht des Sportwettenanbieters Admiral. Bei der Präsentation im Novomatic Forum schwelgte „The Hoff“ hauptsächlich in Erinnerungen an Wien. Sportwetten findet er ebenfalls großartig. „Ich habe selbst oft gewettet und sogar einmal einen Rugby-Jackpot mit einer 40:1-Quote geknackt. Meine Frau Hayley hat mir da-

mals den Tipp gegeben, auf wen ich setzen soll. Da wusste ich, dass ich sie heiraten werde“, scherzte er im Talk mit ÖSTERREICH.

Auch über eine geplante Neuauflage von *Knight Rider* als Kinofilm sprach Hasselhoff, der bereits in Verhandlungen mit einem Studio dafür ist. Davor plauderte der Star noch mit ÖSTERREICH-Herausgeber Wolfgang Fellner für oe24.TV.

Live. Wem „The Hoff“ auf Werbeplakaten zu wenig ist, der hat noch heuer die Chance, ihn live zu erleben. Am 10. Oktober präsentiert ÖSTERREICH David Hasselhoff live in der Wiener Stadthalle. Karten unter ticket24.at.

Making-of



Hasselhoff beim Werbedreh.



Inkl. coolen Autos natürlich.

PHOTO PRESS SERVICE, SOLID STATE PICTURES
Gatty, ORF, Tschilke, Arltner, Ralph Seda, KTH

„Heute“, 10.04.2019

„Baywatch“-Legende Hasselhoff macht jetzt für Novomatic Wellen

Seit Tagen wundern sich viele: Was macht **David Hasselhoff** (66) denn in Wien? „Heute“ zeigte ein Selfie der „Knight Rider“- und „Baywatch“-Legende mit Profiboxer **Fadi Merza**, in der „Krone“ landeten Bilder von einem Werbedreh. Reklame – für wen?

Jetzt ist die Katze aus dem Sack: „The Hoff“ ist der neue Markenbotschafter von „Admiral Sportwetten“. Die Präsentation gestern Abend geriet eher zur Anekdotensammlung. „Hey, die 90er-Jahre waren großartig, ich erinnere mich zwar kaum, aber meine Frau wurde da geboren.“ **Hayley**, in Wien mit

dabei, ist 26 und damit 40 Jahre jünger als Hasselhoff.

„Ich bin das sechste Mal in Wien und liebe es“, sagt er zu „Heute“. „Leider kann ich aber nirgends unerkannt hingehen, deshalb fahre ich gerne nach Saalbach Hinterglemm.“ Andererseits: Ist es nicht der Job eines Testimonials, erkannt zu werden? **H**



„The Hoff“ mit „Admiral“-Bossen Paul Kozelsky, Monika Racek, Stefan Stögner

Zwei Kunstwerke nahe beieinander und ein paar Fans dazwischen



„Kurier“, 10.04.2019

WERBE-PRÄSENTATION

David Hasselhoff mit neuem Großeinsatz



ANDREAS TISCHLER / VIENNA PRESS

Rätsel gelöst: Das macht David Hasselhoff in Wien

Formatfüllend. Ein neues Testimonial für den Wettanbieter Admiral: eine Ikone der 1980er-Jahre – und dann taucht David Hasselhoff (66) am Wochenende auch noch in Wien auf. Der 1,93-m-Riegel wurde unübersehbar beim Nobel-Italiener „Fabios“ gesichtet (der KURIER berichtete). Damit schien klar, dass nur der US-Serien-Weltstar („Baywatch“, „Knight Rider“) das Gesicht der neuen Kampagne wird, die Dienstag im Novomatic-Forum präsentiert wurde.

„www.oe24.at“, 10.04.2019



© TZOE/Artner

David Hasselhoff wird jetzt Werbe-Star

Gestern wurde das Geheimnis um dem Wienbesuch von „The Hoff“ gelüftet.

Seit Samstag ist Knight Rider- und Baywatch-Star David Hasselhoff (66) bereits – mehr oder weniger geheim – in Wien. Gestern lüftete er das Geheimnis: Der Schauspieler und Sänger ist das neue Gesicht des Sportwettenanbieters Admiral. Bei der Präsentation im Novomatic Forum schwelgte „The Hoff“ hauptsächlich in Erinnerungen an Wien. Sportwetten findet er ebenfalls großartig. „Ich habe selbst oft gewettet und sogar einmal einen Rugby-Jackpot mit einer 40:1-Quote geknackt. Meine Frau Hayley hat mir damals den Tipp gegeben, auf wen ich setzen soll. Da wusste ich, dass ich sie heiraten werde“, scherzte er im Talk mit ÖSTERREICH.

Auch über eine geplante Neuauflage von Knight Rider als Kinofilm sprach Hasselhoff, der bereits in Verhandlungen mit einem Studio dafür ist. Davor plauderte der Star noch mit ÖSTERREICH-Herausgeber Wolfgang Fellner für oe24.TV.



© TZOE/Artner

Hasselhoff im Talk mit ÖSTERREICH-Herausgeber Wolfgang Fellner.

Live

Wem „The Hoff“ auf Werbeplakaten zu wenig ist, der hat noch heuer die Chance, ihn live zu erleben. Am 10. Oktober präsentiert ÖSTERREICH David Hasselhoff live in der Wiener Stadthalle. Karten unter ticket24.at.

„www.horizont.at“, 10.04.2019

David Hasselhoff wird Testimonial für Admiral



Erste Spots mit David Hasselhoff entstehen in Wien bereits.

© ATischler

"The Hoff" steht künftig im Zentrum der neuen Markenkampagne des Sportwetten-Anbieters, die im Frühsommer gelauncht wird.

„Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation“, so Paul Kozelsky, Geschäftsführer der Admiral Sportwetten GmbH.

Dr. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG: "David Hasselhoff hat als geborener Entertainer, Sänger und TV-Star Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke."

„Ich bin begeistert von dieser Zusammenarbeit, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze“, so Hasselhoff über sein Engagement bei Admiral.

Konzipiert und umgesetzt wird die Branding Kampagne von Kobza and The Hungry Eyes (KTHE), die auch den neuen Werbespot mit David Hasselhoff produziert. Mit dem Launch der neuen Werbelinie im Frühsommer wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt.

HORIZONT war bei den Dreharbeiten mit David Hasselhoff dabei - alles zum Blick hinter die Kulissen lesen Sie demnächst in HORIZONT.

„Kronen Zeitung“, 09.04.2019

BESUCH IN WIEN

Geheimer Dreh mit Kult-Star Hasselhoff

ADABEI, SEITEN 32/33



NORMAN SCHENZ

Adabei

adabei@kronenzeitung.at



Aufwendiger Set: Gearbeitet wurde auf höchstem Niveau mit tollen Gerätschaften.



Dieser Mann lässt keinen kalt und ist Kult: US-Schauspiel-Star David Hasselhoff in Österreich.

Geheimer Video-Dreh mit

Die „Krone“ begleitete David Hasselhoff bei den Dreharbeiten für einen Spot, der mit viel Aufwand in Niederösterreich gefilmt wurde.

KULTFAKTOR Fast jeder hat zu diesem Mann eine Meinung. **David Hasselhoff** lässt keinen kalt, egal ob man ihn mag oder nicht. Unbestritten ist, dass ihn von Jung bis Alt jeder kennt. Besonders in Österreich, wo er schon im Jahr 1987 bereits ganze Konzerte ausverkaufte.

Deswegen ist seine Beziehung zu unserem Land „eine

sehr emotionale, dass kann ich dir sagen“, erklärte The Hoff, als die „Krone“ ihn am Montagnachmittag bei streng geheimen Dreharbeiten für einen Werbespot (was sich dahinter verbirgt, wird heute im Laufe des Tages gelüftet) in Pressbaum bei Wien besuchen durfte. Mit dabei seine bezaubernde Frau **Hayley**, die aber in dem

Fall nicht vor der Kamera treten wollte – die Show gehört ihrem Herzbuben, der auch mit 66 Jahren herumwirbelte wie ein junger Bursch. „Österreich verdanke ich viel. Hier habe ich in den 80ern in Wiener Neustadt Konzerte ausverkauft. Der ‚Night Rocker‘ war hier auf Platz 1 der Charts“, so Hasselhoff, der es übrigens heuer noch einmal wissen will und am 10. Oktober die große Wiener Stadthalle füllen will.

Gut möglich, dass dieser Plan aufgehen wird, denn



Profi-Shooting mit Top-Fotograf: Hasselhoff machte alle am Set happy.



Gespräch (fast) auf Augenhöhe: The Hoff (1,93 Meter), ADABEI Norman Schenz (nicht ganz sooo groß...)

The Hoff

egal, was der TV-Oberbade-meister und Knight Rider angeht, tut er mit 110 Prozent. So auch bei den anstrengenden Dreharbeiten samt Fotoshooting. Wenn der Fotograf anordnete, dass Hasselhoff eine Pose machen sollte, dann lieferte der zur Sicherheit gleich noch zwei weitere obendrauf. Ebenso beim Video – ein Profi durch und durch.

Und ein Tenor am gesamten Set: Dieser Mann ist eine Frohnatur mit unglaublicher Energie. Ja, mit 66 Jahren, da fängt das Leben an...



⊗ Hasselhoff ließ sich alle Einstellungen genau erklären und analysierte nach jeder Szene gemeinsam mit dem Team alles ganz präzise.



⊗ Alles top secret: Die „Krone“ war live vor Ort, als der Werbespot mit dem „Knight Rider“-Star in Pressbaum bei Wien gedreht wurde.

„Österreich sicher“, 09.04.2019

KAMPF GEGEN ILLEGALES GLÜCKSSPIEL

Die Betreiber illegaler Glücksspiellokale setzen der Finanzpolizei vermehrt brutal Widerstand entgegen. Braucht es neue Maßnahmen?

Durch illegale Umbauten, mit denen Glücksspielbetreiber die Polizei am Betreten ihres Lokals hindern wollen, werden sogar Leben gefährdet. Kürzlich soll ein Mensch in einem Lokal in Wien verstorben sein, weil die Rettung im Lokal nicht ungehindert zur verletzten Person vordringen konnte. Illegale Glücksspiellokale werden häufig durch Umbauten, zu denen auch

schwere Metalltüren gehören, vor der Polizei versteckt. Dadurch soll erreicht werden, dass man bei eventuellen Razzien Beweise rechtzeitig verschwinden lassen kann.

FORDERUNG NACH BAULICHEN KONTROLLEN

Der Sicherheitssprecher der ÖVP Wien Karl Mahrer begrüßt die zuletzt berichteten Erfolge bei den Kontrollmaßnahmen der Stadt Wien

und der Wiener Polizei. Er sieht jedoch auch dringenden Handlungsbedarf bei der Bekämpfung des illegalen Glücksspiels. Noch immer gibt es in Wien mehrere Dutzend Lokale, in denen an hunderten Automaten illegales Glücksspiel betrieben wird. Mahrer: „Hier handelt es sich um organisierte Kriminalität, die Betreiber gehen mit großer Brutalität vor. Mehrfach wurden in den letzten Jahren Kontrollorgane der Finanzpolizei, zum Beispiel durch das Auslösen von Reizgas an den kontrollierten Automaten, verletzt.“ Mahrer verweist aber ganz besonders auf einen bisher allgemein noch nicht bekannten Umstand: In vielen Lokalen gibt es demnach illegale Umbauten, die den ungehinderten Zugang bzw. das Verlassen der Lokale und damit auch das Einschreiten der Kontrollorgane verhindern sollen.

Gefordert seien daher auch sofortige bau- und feuerpolizeiliche Kontrollen. Diese könnten nämlich sogar Leben retten.



Illegale Glücksspiellokale sind oft durch bauliche Maßnahmen versteckt.

„Österreich“, 06.04.2019

Money Insider

ANGELA SELLNER





Neue Novomatic-Kampagne legt Fokus auf Menschen

SLOGAN Gumpoldskirchen. Der Glücksspielkonzern Novomatic rückt in seiner neuen Kampagne Mitarbeiter und Kooperationspartner in den Mittelpunkt. Auf den Slogan „Winning Technology“ folgt jetzt „Winning together“. Das Unternehmen möchte damit u. a. auf das Know-how der Mitarbeiter als Basis für den Erfolg aufmerksam machen

und seine Aktivitäten in vielen Bereichen vom familienfreundlichen Arbeitsplatz bis zu Sponsoring kommunizieren. Aktuell gibt es vier Sujets (siehe oben), die Palette wird laufend erweitert. Realisiert wurde die Kampagne von der Agentur Kobza and the Hungry Eyes (KTHE), die im aktuellen *Extradienst*-Ranking der Top-Agenturen 2019 auf Platz 3 liegt.

„Kurier Beilage Job“, 06.04.2019

Gute Familien-Geschäfte

Die 500 größten Familienunternehmen erzielten Gesamtumsatzplus von 9,9 Prozent



Wenn die Familie gemeinsam ein Unternehmen leitet, kann das oft zu einer Nervenprobe werden. Der Global Family Business Index 2019 der EY-Beratung zeigt anhand der 500 umsatzstärksten Familienunternehmen der Welt, dass es auch sehr erfolgreich gehen kann: Insgesamt kommt die Hälfte der 500 größten Familienunternehmen der Welt aus Europa. Umsatzstärkster Bereich ist und bleibt der Konsumgüterbereich, wenngleich der Fokus auf neue Technologien, wie Smart Infrastructure oder Advanced Manufacturing & Mobility gerichtet ist.

Ins Ranking schafften es auch sechs österreichische Familienunternehmen: Die international tätige Holding Benteler International AG mit Sitz in Salzburg belegt als bestplatziertes österreichisches Unternehmen Rang 187. Red Bull mit Hauptsitz in Fuschl am See, der Gaming-Technologiekonzern Novomatic mit Sitz in Gumpoldskirchen, das Bauunternehmen PORR aus Wien, Swarovski mit Sitz in Wattens und die ALPLA Privatstiftung mit Sitz in Hard, sicherten sich ebenfalls einen Platz unter den 500 größten Familienunternehmen.

– MV

Benteler macht Platz 187. Bei börsennotierten Firmen im Ranking halten die Firmen mind. 32 Prozent der Anteile und Stimmrechte

GASTKOMMENTAR



NOVOMATIC

NOVOMATIC: Karrieren für Developer beginnen hier

Interview mit Dr. Klaus Niedl, Global Human Resources Director, und Mario Farkas, Leiter des Softwareentwicklungsteams in einem der Game Studios von NOVOMATIC.

In welchen Bereichen Ihres Unternehmens kommen Developer zum Einsatz?

Klaus Niedl: NOVOMATIC bietet IT-Fachkräften Einsatzmöglichkeiten in diversen Bereichen. Zentraler Bestandteil des Konzerns ist die Positionierung als Trendsetter in der Forschung & Entwicklung von Hightech-Gaming-Equipment. Wir bieten Karrieren als Game Developer C/C++ oder Software EntwicklerIn C/C++, PHP, HTML, SQL für die Entwicklung auf verschiedenen Betriebssystemen und die Programmierung von Embedded Controllern auf diversen Plattformen an. Darüber hinaus besetzen wir SpezialistInnen in der Corporate IT, für die Versorgung der angebundenen nationalen und internationalen Standorte. Im Fokus liegen das Unternehmensnetzwerk, die IT-Security sowie die Entwicklung von Business-Applikationen und Rechenzentren.

Wie gestaltet sich der Spieleentwicklungsprozess bei NOVOMATIC?

Mario Farkas: Jedes neue Spiel beginnt mit einer Idee. Jeder aus dem Game Studio kann seine bzw. ihre eigenen Ideen einbringen. Danach werden Simulationen und Prototypen gebaut. Wenn das Spielekonzept von allen Beteiligten akzeptiert wurde, startet ein Team aus Game Designern und Concept Artists mit der Grafikentwicklung. Sobald die Grafiken erstellt sind, beginnen SoftwareentwicklerInnen und SoftwaretesterInnen mit der Entwicklung des Spieles.

Was ist die spannendste Herausforderung dabei?

Mario Farkas: Im Arbeitsalltag gibt es unterschiedliche Herausforderungen, wie beispielsweise die Implementierung eines Simulators oder eines Prototypen für ein Spielekonzept sowie die Ermöglichung der neuesten grafischen Effekte auf der verwendeten Hardware. Außerdem ist der Job sehr abwechslungsreich, denn wir entwickeln nicht nur Spiele, sondern gestalten auch innovative Softwareprojekte, welche Teil des finalen Produktes sind und nie zuvor in dieser Form kreiert wurden.

Gibt es in Österreich genug qualifizierte BewerberInnen?

Klaus Niedl: Grundsätzlich suchen wir unsere Talente nicht nur in Österreich, internationale Bewerber sind ebenso wertvoll und willkommen. Studien zeigen, dass ca. 25 % der Developer bereit sind, für einen spannenden Job den eigenen Lebensmittelpunkt über Landesgrenzen hinweg zu verlegen. Dennoch sind wir als Gaming-Technologiekonzern den Schritt gegangen, selbst qualifizierte Developer auszubilden. Aus diesem Grund haben wir die Corporate Coding Academy (CCA) ins Leben gerufen. Die CCA ist ein hochwertiges, 6-monatiges Ausbildungsprogramm zum Junior Game Developer. Es setzt sich aus einem interaktivem Lehrgang (Präsenz- und Online-Module) sowie Training on the Job zusammen. Nach der 6-monatigen Ausbildung haben die TeilnehmerInnen die Aussicht auf eine anschließende Fixanstellung in einem unserer Game Studios.

BRANCHE	BRANCHEN-PLATZ	GESAMT-RANKING	ARBEITGEBER
Papierindustrie	1	106	SIG Combibloc GmbH & Co KG
	2	170	Sappi Austria Produktions-GmbH & Co KG
Bekleidungseinzelhandel	1	17	Peek & Cloppenburg KG
	2	167	Wolford AG
	3	191	UNITO – Versand & Dienstleistungen GmbH
Eisen/Metall	1	15	Julius Blum GmbH
	2	33	HAI Hammerer Aluminium Industries GmbH
	3	47	voestalpine AG
	4	93	AMAG Austria Metall AG
	5	108	Fronius International GmbH
	6	114	Welser Profile GmbH
	7	129	Salzburger Aluminium Group
	8	130	Mayer & Co Beschläge GmbH
	9	150	Plansee Group
Elektro-/Elektronikherstellung	1	55	NOVOMATIC AG
	2	75	Infineon Technologies Austria AG
	3	77	B&R Industrial Automation GmbH
	4	128	Anton Paar GmbH
	5	189	Zumtobel Group AG
Gastronomie/Tourismus	1	3	Eurest Restaurationsbetriebs-GmbH
	2	11	Österreichisches Verkehrsbüro AG
	3	59	Eurotours GmbH
	4	103	Gourmet Menü-Service GmbH & Co KG
Großhandel/Vertrieb	1	46	J. u. A. Frischeis GmbH
	2	83	Transgourmet Österreich GmbH
	3	94	Haberkorn GmbH
	4	123	Schachermayer-Großhandels-GmbH
	5	199	Metro Cash & Carry Österreich GmbH
Immobilienwirtschaft	1	71	BIG Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.
	2	120	Immofinanz AG
	3	131	CA Immobilien Anlagen AG
	4	179	BUWOG AG

NOVOMATIC



Karrieren beginnen hier – Bewirb Dich auch Du.

ÜBER UNS

Die NOVOMATIC-Gruppe ist einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und beschäftigt als Produzent und Betreiber rund 30.000 Mitarbeiter. Wir sind auf stetiges, kontrolliertes und nachhaltiges Wachstum ausgerichtet und verfolgen diese erfolgreiche Strategie auch weiterhin konsequent.

Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt, Vertrauen und interkulturelle Zusammenarbeit die Basis für ein erfolgreiches Miteinander innerhalb des Konzerns bilden. Unsere Mitarbeiter und ihr Wohlergehen sind uns wichtig, daher bieten wir vielfältige und individuelle Incentives.

WIR SUCHEN

Für das abwechslungsreiche Aufgabengebiet bei NOVOMATIC suchen wir sowohl engagierte Uni- als auch FH-Absolventen aus wirtschaftlichen und technischen Studienrichtungen. Der Karrierestart gelingt erfolgreich durch Traineeprogramme, Praktika und den direkten Einstieg in eine Vollzeit- bzw. Teilzeitposition.

WIR BIETEN

NOVOMATIC besticht durch ihre einzigartige Innovationskraft. Darum nimmt Forschung und Entwicklung einen besonders hohen Stellenwert ein. Wir bieten somit die Möglichkeit in einem besonders kreativen, gesicherten Arbeitsumfeld tätig zu sein, in dem Wissen und Fähigkeiten in spannenden Aufgabengebieten weiterentwickelt und dadurch die Zukunft innovativ mitgestaltet werden kann.

Bewirb Dich jetzt auf unserer Karriere-Seite
www.novomatic.com/karriere

Mehr dazu auf **www.novomatic.com**



NOVOMATIC-Gruppe

WER WIR SIND



Ansprechperson:

Tijana Pavlovic, BA

+43 2252/606-0

careers@novomatic.com

www.novomatic.com

Hauptsitz: Wiener Strasse 158
2352 Gumpoldskirchen

Standorte: weltweit in 50 Ländern

Branche: Technologie & Glücksspiel

MitarbeiterInnen: 3.300 in Österreich
30.000 weltweit



www.facebook.com/NOVOMATICat



www.linkedin.com/NOVOMATIC



www.xing.com/novomatic

WEN WIR SUCHEN

Geplante Aufnahmen 2019:

Uni-AbsolventInnen: 11 FH-AbsolventInnen: 18

Aufnahmen in Bereichen:

Controlling, Einkauf/Beschaffung, Finance, Forschung, Entwicklung, Wissenschaft, Grafik/Design, IT/Software, Logistik/Supply Chain Management, Personalwesen, Projektmanagement, Qualitätssicherung/-management, Technik/Ingenieurwesen, Wirtschaftsprüfung

Top bevorzugte Studienrichtungen:

- Mathematik
- Wirtschaft
- Technik/Ingenieurwiss.

WORAUF WIR SCHAUEN

Hauptaugenmerk bei schriftlichen Bewerbungen:

- Häufigkeit des Arbeitgeberwechsels
- korrekte Gestaltung der Unterlagen
- Motivation für die Bewerbung
- Vollständigkeit der Unterlagen

WAS WIR BIETEN

Job-Möglichkeiten:

Vollzeit, Teilzeit, Trainee, Werkstudent, Praktika, Feriapraxis, Projektarbeit, Betreuung Abschlussarbeiten

Einstiegsgehalt (brutto/Jahr in Euro):

Uni-AbsolventInnen: von 35.000 bis 38.000

FH-AbsolventInnen: von 34.500 bis 36.500

Aus- und Weiterbildungsangebote:

unternehmenseigene Akademie, Trainee-Programme, Management-/Führungsprogramme, E-Learning, Weiterbildungsseminare/Schulungen

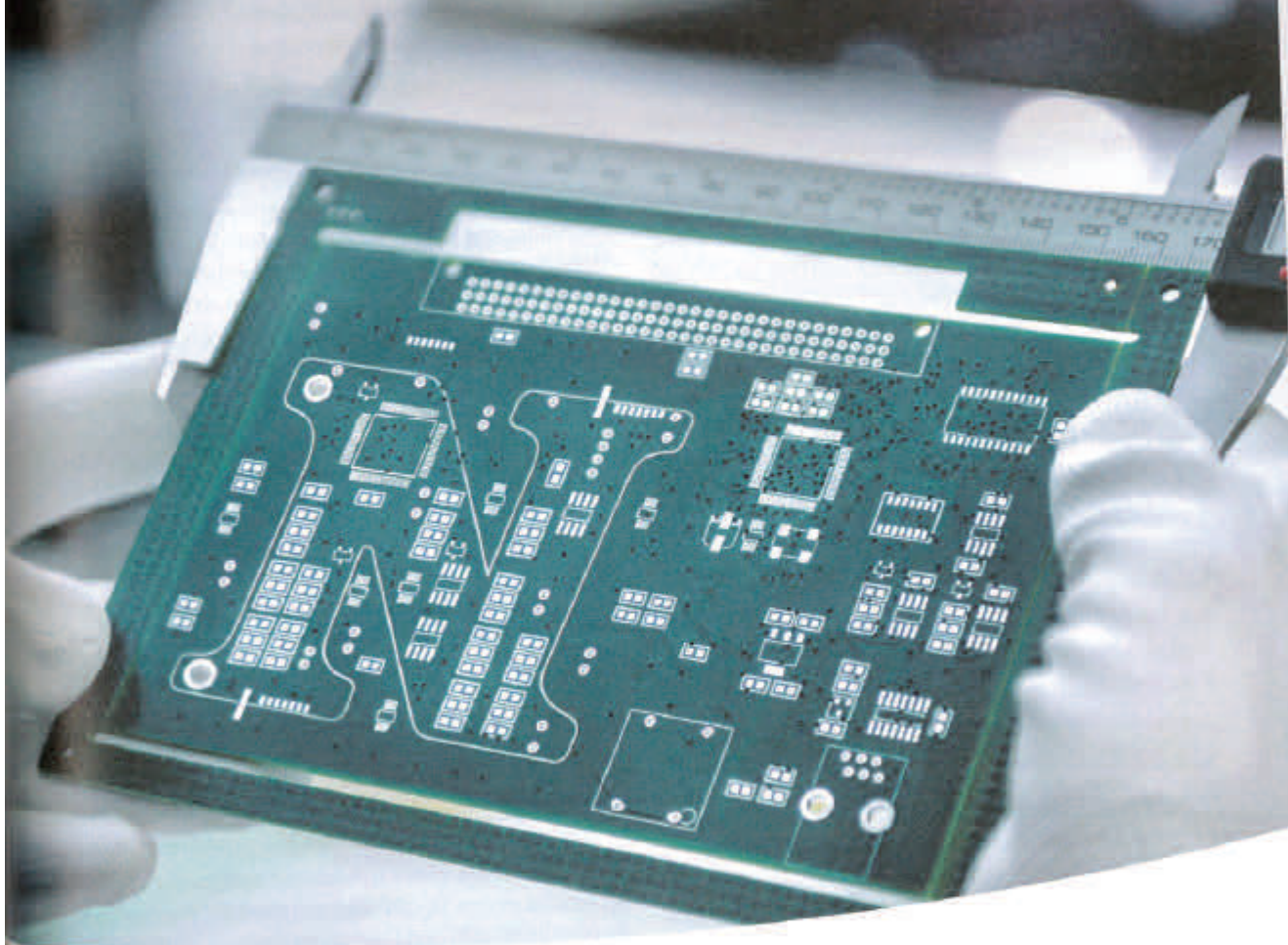
Benefits:



WARUM EIGENTLICH WIR?

Mit rund 30.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit ist NOVOMATIC einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt. Die Basis für ein erfolgreiches Miteinander innerhalb des Konzerns bilden Vielfalt, Vertrauen und interkulturelle Zusammenarbeit. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihr Wohlergehen sind uns wichtig und wir tun auch etwas dafür.

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 28 Technologiezentren auf der ganzen Welt und arbeitet grenzüberschreitend mit technischen Universitäten zusammen. www.novomatic.com



NOVOMATIC
Winning Technology