

Pressespiegel 2019

Press Documentation 2019

NOVOMATIC

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

29.04.2019 / KW 17



„www.gamesundbusiness.de“, 29.04.2019

Novomatic steigert Umsatz um mehr als 10 Prozent



Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 konnte die Novomatic AG den Umsatz um 10,5 Prozent auf 2.613,6 Mio. Euro steigern.

Wie Novomatic meldet, konnte das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 den Umsatz um 10,5 Prozent auf 2.613,6 Mio. Euro (2017: 2.366,1 Mio. Euro) steigern. Dabei entfallen auf das Segment "Gaming Operations", in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse. Der Bereich "Gaming Technology" steuert 37 Prozent dazu bei.

Umsatzzuwächse konnten in sämtlichen Kernmärkten erzielt werden. Insgesamt wurden in der Bilanz 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert. Der operative Cashflow erreichte im Berichtsjahr 483,3 Mio. Euro und konnte somit gegenüber dem Vorjahr (2017: 422,3 Mio. Euro) ausgebaut werden. Das Ebitda blieb mit 555,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau.

Die Steuer- und Abgabenleistungen von Novomatic in Österreich erreichten laut Unternehmen einen neuen Höchstwert und stiegen auf 101 Mio. Euro (2017: 91 Mio. Euro). Insgesamt beschäftigt der Novomatic AG-Konzern global mittlerweile 23.495 Mitarbeiter (2017: 23.004).

Im Laufe des Geschäftsjahres 2018 wurden in den Regionen Deutschland, Niederlande, Italien, Spanien und Osteuropa Zukäufe durchgeführt, vornehmlich mit dem Geschäftsgegenstand Spielhallenbetrieb, Baraufstellung und Wetten. Mit diesen Akquisitionen soll die Marktposition des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden.

"Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde", fasst Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender Novomatic AG, das Ergebnis zusammen. Hohes Potenzial sieht Neumann in der bereits im Jahr 2018 begonnenen Konsolidierung mit dem Ziel, möglichst hohe Synergien zwischen den unterschiedlichen Unternehmensbeteiligungen zu erzielen. Zudem soll das Engagement in den USA sowohl im Bereich Sportwetten – aufgrund der Liberalisierung – als auch im Segment Glücksspiel intensiviert werden.

Foto: © Novomatic AG

„Trending Topics“, 29.04.2019

Novomatic-CEO: „Menschen, die Großes geschaffen haben, haben einen unendlichen Glauben an sich“

5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2018, mehr als 30.000 Mitarbeiter, Standorte in mehr als 50 Ländern: Die Novomatic-Gruppe mit Hauptsitz in Gumpoldskirchen nahe Wien ist einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und Europas Marktführer im Bereich von Hightech-Gaming. 2010 etwa erfolgte der Online-Markteintritt durch die Akquisition der Greentube-Gruppe.

Am 4Gamechangers Festival war Novomatic mit einem eigenen Auftritt sowie mit CEO Harald Neumann auf der Bühne präsent. „Das Thema Game liegt uns grundsätzlich im Blut, und Gamechanger ist eines der Dinge, die Novomatic groß gemacht haben“, so Neumann. Im Interview spricht der Vorstandsvorsitzende darüber, was er Startup-Gründern rät, wie das Unternehmen neue Talente ausbildet und ob Kryptowährungen im Gaming-Bereich spannend sind.



Novomatic war am 4 Gamechangers Festival mit einem Stand positioniert. Viele Startup-Gründer waren auch auf der Veranstaltung. Welche Tipps haben Sie für Founder?

Harald Neumann: Das Wichtigste ist nicht aufzugeben und an sich zu glauben. Das ist das, was ich festgestellt habe, wenn ich mit Menschen zusammen komme, die Großes geschaffen haben: Sie haben einen unendlichen Glauben an sich und geben nie auf.

Online-Gaming ist ein riesiges Thema. Wie positioniert sich Novomatic in dem Bereich?

Wir haben einen eigenen Produktbereich mit der eigenen Marke Greentube, die sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich tätig ist. Das ist sicher einer der kommenden Gaming-Bereiche, wo wir schon seit vielen Jahren stark dabei sind und sehr erfolgreich dabei sind.

Um neue Geschäftsbereiche aufzubauen, braucht man auch junge Talente. In Österreich gibt es einen Fachkräftemangel. Wie bekommt man Talente dazu, dass sie für ein Unternehmen arbeiten?

Sehr schwer. Wir haben auch deswegen eine eigene Coding-Akademie gegründet. Wir bilden unsere eigenen Mitarbeiter selbst heran. Ich glaube, dass ist der beste Weg, und auch in unserer Größe der einzige Weg, um die gut ausgebildeten Arbeitskräfte auch in Zukunft zu haben.

Wenn ein Startup-Gründer jetzt an den Start geht: Mit welchen Technologien sollte man jetzt anfangen, um morgen vorne dabei zu sein?

In unserem Bereich ist sicher das Interessanteste die Spieleentwicklung. Das ist etwas, das ständig gebraucht wird. Auch wir greifen sehr stark auf externe Game-Developer zu, und es ist ein sehr lukratives Geschäft.

Blockchain ist eines der Trendthemen im Technologie-Bereich. Ist Blockchain interessant für Novomatic?

Wir setzen die Blockchain-Technologie schon länger in unserer Entwicklung ein. Das Thema Bezahlen mit Kryptowährungen ist schon oft an uns herangetragen worden, derzeit nehmen wir aber noch Abstand davon. Ich glaube, dass sie noch zu volatil sind, ich würde derzeit die Finger davon lassen.

Ein zweites Thema ist Artificial Intelligence. Kann AI dazu genutzt werden, um Betrug im Gaming zu detektieren und zu verhindern?

Ich glaube, dass geht in zwei Richtungen. Zum einen um, wie Sie gesagt haben, um Manipulation, zum anderen sehr stark in die Themen Service und Maintenance. Maschinen können von sich aus melden, wenn sie Probleme haben und eventuell schon sagen, welche Teile kaputt sind. Das würde uns natürlich sehr viel erleichtern, aber das ist sicherlich die Zukunft.

Novomatic: Erfreuliche Bilanz für das Jahr 2018

Der österreichische Konzern Novomatic kann ohne Zweifel als einer der Giganten der Glücksspielbranche bezeichnet werden. Und das nicht etwa nur in Österreich, sondern stattdessen auf der ganzen Welt. Die Internationalität des Unternehmens aus dem niederösterreichischen Gumpoldskirchen zahlt sich aber auch aus, denn im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte Novomatic seinen Umsatz erneut steigern und erzielte dabei ein Wachstum auf allen wichtigen Kernmärkten.

Umsatz um mehr als 10 Prozent angehoben

In der Sprache der Jugend würde man sagen: Läuft bei Novomatic. Der österreichische Konzern aus Gumpoldskirchen konnte trotz teilweise schwieriger Entwicklungen ein enorm erfolgreiches Jahr 2018 vermelden. Das teilte der Glücksspielgigant jetzt bei der Veröffentlichung seiner Bilanz für das abgelaufene Geschäftsjahr mit. Ganz wesentlich ist hierbei natürlich immer der Blick auf den Umsatz. **Diesen konnte der Gaming-Konzern im Jahr 2018 um mehr als zehn Prozent erhöhen**. Wurden 2017 noch rund 2.366,1 Millionen Euro Umsatz vermeldet, lag dieser 2018 bei 2.613,6 Millionen Euro. **Aufgeteilt wird der Umsatz dabei in den Bereich Gaming Operations und den Bereich Gaming Technology**. Im Bereich der Gaming Operations werden die Umsätze gewertet, die Novomatic als Betreiber von Geldspielgeräten erzielt. Diese machen 63 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Die restlichen 37 Prozent werden vom Bereich Gaming Technology erwirtschaftet. Also dem Sektor, der für den Vertrieb der Spielentwicklungen zuständig ist. Die weltweiten Glücksspielumsätze der Österreicher wuchsen um rund 3,9 Prozent an und stiegen somit auf gut 453 Milliarden US-Dollar an.

Der Umsatz ist allerdings nicht die einzige beeindruckende Kennzahl. So weist Novomatic in seiner **Bilanz zum Beispiel auch ganze 226 voll konsolidierte Tochterunternehmen** auf und kann einen Zuwachs auf allen wichtigen Kernmärkten vermelden. Hierzu erklärt Harald Neumann als Vorstandsvorsitzender der Novomatic AG: „Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde.“ Speziell Italien ist als „heißes Eisen“ in der Glücksspielbranche bekannt. Mit mehr als 320.000 Geldspielgeräten befindet sich hier **gemessen an den aktiven Geräten der größte Glücksspielmarkt in Europa**. Hier konnte die Markstellung weiter ausgebaut werden und so verzeichnete Novomatic einen Umsatz von 401,1 Millionen Euro. Ein Jahr zuvor hatte dieser noch bei 371,7 Millionen Euro gelegen. Ebenfalls eine starke Entwicklung weist zudem der Markt in Spanien auf, wo die Österreicher ihren Umsatz von 126,4 Millionen Euro in 2017 um 20 Prozent auf 152,1 Millionen Euro in 2018 anheben konnten.

Leuchtende Augen auch für den Staat Österreich

Dass das Jahr 2018 für den Konzern so erfolgreich verläuft, sorgt aber nicht nur beim Entwickler von Book of Ra, Sizzling Hot und Co. für gute Laune, sondern auch beim Land Österreich. Immerhin hat man **mit Novomatic einen echten Wachstumstreiber für die Wirtschaft** in der Hand, der gleichzeitig auch Jahr für Jahr kräftig Geld in die Staatskasse spült. Lagen die Steuer- und Abgabenleistungen des Gambling-Konzerns im Jahre 2017 noch bei rund 91 Millionen Euro, wurde diese Summe im Jahr 2018 mal eben um zehn Millionen Euro auf rund 101 Millionen Euro gesteigert. Weltweit zahlten die Österreicher sogar **Steuern im Wert von rund 500 Millionen Euro**. Wichtig ist der Konzern in seinem Heimatland für die Wirtschaft aber nicht nur als Steuerzahler, sondern auch als Arbeitgeber. Allein in der Alpenrepublik sind in Gumpoldskirchen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen beschäftigt. **Weltweit liegt die Anzahl der Mitarbeiter bei der Novomatic AG bei 23.495 Mitarbeitern**. Auch das ist ein beachtlicher Zuwachs von fast 500 Personen im Vergleich zu den 23.004 Angestellten im Jahr 2017.

Nur **geringfügige Veränderungen in den Abwärtsbereich** gab es für die Österreicher beim **EBITDA** . Dieses lag im Jahr 2017 bei 561,9 Millionen Euro, sank 2018 aber auf 555,6 Millionen Euro. Dafür wurde der operative Cash Flow deutlich angehoben. Lag dieser Wert 2017 noch bei 422,3 Millionen Euro, **wurde im aktuellen Bericht für 2018 ein Cash Flow von 483,3 Millionen Euro vermeldet**. Nicht ganz zufrieden ist man in Gumpoldskirchen mit der Entwicklung rund um die Tochter AGT. Der Börsenkurs sank im vergangenen Jahr teilweise kräftig **und so sind der Novomatic-Tochter Abschreibungen in Höhe von rund 264,3 Millionen Euro zuzuordnen** . Die Österreicher haben allerdings schon reagiert und Lawrence Levy zum CEO von AGT ernannt, der zuvor als Vice President of Global Sales bei der Novomatic AG aktiv war. Nichtsdestotrotz gilt zudem, dass gerade der Blick in die USA als positiv bewertet werden kann, da sich der Glücksspielmarkt hier weiterhin sehr gut entwickelt. Ganz nebenbei treibt Novomatic auch seine Expansion im Indo-Pazifik voran .

„Kurier“, 27.04.2019

NOVOMATIC zieht Bilanz

Erfolgsjahr. Der Leitbetrieb aus Niederösterreich ist eines der wenigen heimischen Unternehmen, die auch am Weltmarkt in der obersten Liga mitspielen. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG, im Gespräch über Kennzahlen, Wachstum und Zukunftsperspektiven.

Herr Neumann, Sie haben kürzlich die Kennzahlen zur Bilanz 2018 veröffentlicht. Wie lautet Ihr Resümee?

Mit der Entwicklung unseres operativen Geschäfts bin ich sehr zufrieden. Trotz einer sehr kompetitiven Situation konnten wir im Jahr 2018 den Umsatz um mehr als 10 Prozent auf über 2,6 Milliarden Euro steigern und zudem die Marktführerschaft in Europa weiter ausbauen. Wichtigstes Segment dabei sind die „Gaming Operations“, wo das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert. In diesem Bereich haben wir 63 Prozent der Umsatzerlöse erwirtschaftet.

Insgesamt beschäftigt der NOVOMATIC-Konzern mittlerweile nahezu 23.500 Mitarbeiter weltweit, allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz. Bei allen Kennzahlen ist das einer unserer wichtigsten Werte. Denn wir denken langfristig und dabei spielen motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter eine bedeutende Rolle. Ohne sie ist Wachstum nicht möglich.

Wachstum war in der Vergangenheit für NOVOMATIC ein wichtiges strategisches Element. Gab es im Geschäftsjahr 2018 weitere Akquisitionen?

Ja, punktuell haben wir in Akquisitionen investiert. Wir haben im Berichtsjahr 2018 Zukäufe in Deutschland, Italien, Spanien, Osteuropa und den Niederlanden durchgeführt, vornehmlich beim Spielhallenbetrieb, im Wettbereich und in der Baraufstellung. Mit diesen Akquisitionen



Harald Neumann im Interview zur Bilanz und der Zukunft der Gaming-Branche

soll die Position des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden.

Unser Ziel bei Unternehmenszukaufen ist, die Marktführerschaft in bestehenden Märkten zu erlangen oder diese weiter zu festigen. Zudem verfolgt NOVOMATIC die Strategie, neue Märkte und Technologien zu erschließen, um eine weitere Diversifikation des Konzerns zu erreichen. Damit schaffen wir eine gesunde Basis für nachhaltiges Wachstum in der Zukunft.

Experten sehen auch weiterhin einen generellen Anstieg im Geschäftsfeld Glücksspiel. Wissen Sie, wie sich 2018 die Glücksspielsätze weltweit entwickelt haben?

Während die weltweiten Glücksspielsätze laut Global Gambling Report im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent auf 453 Mrd. USD wuchsen, stieg der Umsatz bei NOVOMATIC um nahezu das dreifache. Dementsprechend können wir mit dem operativen Geschäft in der vergangenen Berichtsperiode zufrieden sein. Im-

merhin haben wir in der Bilanz 2018 insgesamt 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.

Das Ziel der NOVOMATIC für 2019 ist welches? Weiteres Wachstum?

Nach dem raschen Wachstum der letzten Jahre werden wir die internen Abläufe und Strukturen länderübergreifend weiter optimieren. Wir werden somit auch im Jahr 2019 den Fokus verstärkt auf eine Konsolidierung des Wachstums und die Steigerung der Synergien legen. Mit rund 300 Beteiligungen gilt es, Marktpositionierungen, Geschäftsfelder oder Abläufe zu hinterfragen: Hier haben wir noch viel vor. Primäres Ziel sind also weitere Effizienzsteigerungen, um zukunftsfit zu bleiben.

Jetzt ist NOVOMATIC bereits in Europa Marktführer. Welche Möglichkeiten bzw. Chancen ergeben sich nach der Akquisition von Ainsworth im Zukunftsmarkt USA?

Die Beteiligung am börsennotierten australischen Glücksspielkonzern Ainsworth Game Technology ist

für uns nach wie vor von höchster strategischer Bedeutung. Wir wollen wir dadurch mittel- bis langfristig den Marktanteil in den USA auf 10 Prozent steigern. NOVOMATIC könnte somit weltweiter Marktführer im Bereich Glücksspieltechnologie werden. Es freut mich, dass Lawrence Levy, derzeit noch unser Vice President of Global Sales, mit 1. Juli 2019 CEO bei Ainsworth Game Technology wird. Natürlich vorbehaltlich aller erforderlichen behördlichen Genehmigungen.

Welche Bedeutung hat die Öffnung des Sportwettenmarktes in den USA für NOVOMATIC? Sehen Sie dort viel Potential?

Jedenfalls. Generell folgen wir bei den Sportwetten einer internationalen Expansionsstrategie und planen – neben unserer schon bestehenden starken Position im Bereich Sportwetten in Europa – auch Aktivitäten in den USA zu setzen. Wir werden also unser Engagement in den USA sowohl im Geschäftsfeld Sportwetten, als auch im Segment Glücksspiel intensivieren.



NOVOMATIC-Messestand am 4GameChangers Festival 2019

„Life is a game - play it to win and have fun“

Das 4GameChangers Festival ist ein Event der Superlative für Menschen, die die Welt verändern wollen und das wollen viele: Bundeskanzler Sebastian Kurz, Bundespräsident Alexander Van der Bellen, Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, Max Conze (ProSiebenSat.1), Harald Neumann (NOVOMATIC AG), Andreas Treichl (Erste Bank) uvm. Über drei Tage ging das Festival Anfang April in der Marxhalle, bei dem sich Unternehmen und Start-Ups von ihrer besten Seite zeigten.

Ein Höhepunkt des Festivals war die Präsentation von NOVOMATIC-CEO Ha-

rald Neumann zur Unternehmensgeschichte. „Die ständige Suche nach Veränderungen zeichnet einen Gamechanger aus und das ist auch der Grundstein für unseren Erfolg. Heute ist NOVOMATIC die Nummer eins in Europa und betreibt weltweit rund 2.100 Spielstätten. Innovation liegt uns im Blut. Life is a game – play it to win and have fun“, rät Harald Neumann den Gamechangern. In einer Panel-Diskussion diskutierte der NOVOMATIC-CEO danach mit Georg Pölzl (Post), Peter Bock (Erste Group) und Claudia Gamon (NEOS) zum Thema „Ethics role in innovation“.



Harald Neumann, CEO NOVOMATIC AG, freut sich über den Superbrands Award 2019

ADMIRAL präsentiert David Hasselhoff als neuen Markenbotschafter

Der neue Markenbotschafter von ADMIRAL heißt David Hasselhoff. Mit mehr als 250 Filialen und einem Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört ADMIRAL zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen ADMIRAL-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird. „Ich bin von der Zusammenarbeit begeistert, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal, ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Ich fiebere mit den Athleten und den Zuschauern mit“, so Hasselhoff über sein Engagement bei ADMIRAL.

ADMIRAL setzt für seinen Markenauftritt erst-

mals auf ein Testimonial und hat dafür eine wahre Ikone an Bord geholt: David Hasselhoff zählt seit vielen Jahren zu den bekanntesten internationalen Serienstars. Der Kultgewordene Entertainer, der 2019 auch drei Konzerte in Österreich gibt, begeistert seine Fans mehr denn je. Nun kam Hasselhoff erneut nach Österreich, wo er erstmals als Gesicht für den neuen Werbeauftritt von ADMIRAL vor der Kamera präsentiert wurde. Erste Spots wurden bereits gedreht. Der Start der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

Paul Kozelsky, Geschäftsführer der ADMIRAL Sportwetten GmbH: „Wir möchten den Kunden und Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielange-



Paul Kozelsky (ADMIRAL Sportwetten GmbH), Monika Racek und Stefan Stöger (beide ADMIRAL Casinos & Entertainment AG), gemeinsam mit neuem ADMIRAL-Markenbotschafter David Hasselhoff

bot 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.“

In die gleiche Kerbe schlägt auch 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.“

NOVOMATIC erhält Superbrands Award

NOVOMATIC wurde von Superbrands Austria Corporation erneut als eine der besten Business Superbrands Österreichs ausgezeichnet. Als „Superbrand“ kann man sich weder anmelden noch bewerben.

Die weltweit größte Organisation für Markenbewertung und Markenauszeichnung evaluiert seit nahezu zwanzig Jahren die besten Marken der einzelnen Länder, seit 2013 auch in Österreich. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzen-

der NOVOMATIC AG, nahm den begehrten Preis von Superbrands-Geschäftsführer András Wiszkidenszky im NOVOMATIC-Headquarter in Gumpoldskirchen entgegen. „Das Superbrand-Siegel bestätigt die hohe Wertschätzung und Bekanntheit der Marke NOVOMATIC die in mehr als 70 Ländern tätig ist. Diese Auszeichnung ist ein schöner Beleg für die erfolgreiche und konsistente Markenführung und -positionierung“, so Neumann.



Bericht von **Jürgen Hofer**

Das Versprechen ist die Seele der Werbung“, meinte schon Werbeikone David Ogilvy. Dem Versprechen folgt die Bedeutung einer Marke und im Optimalfall die langfristige Bindung. Aktuelle Studien bringen nun außergewöhnliche Ausprägungen in der Bindung von Österreichern zu ihren Marken zutage – sowohl was Einordnung im internationalen Kontext, Wahl der Mediakanäle als auch Veränderung der Bedeutung anbelangt.

Bei Österreichs Konsumenten stehen – ganz anders als im internationalen Vergleich – funktionelle Werte hoch im Kurs, also Nützlichkeit, faire Preise, aber auch die Qualität an sich. „Vor allem Marken, die funktionelle Werte erfüllen, punkten. Marken brauchen für den Österreicher einen Nutzen – und das eklatant stärker als im internationalen Vergleich“, attestiert Havas-Media-CEO Michael Göls. Wenn eine Marke oder ein Produkt also hält, was es in der Kommunikation verspricht, „zeigen sich die Österreicher schon höchst zufrieden.“ Im Gegensatz dazu müssen in auf-

strebenden Märkten wie etwa Indien oder China Marken viel stärker persönliche oder kollektive Leistungen transportieren, also klar für etwas einstehen. Das untermauert die aktuelle Meaningful-Brands-Studie 2019, die die Mediaagentur Havas erstmalig auch für den österreichischen Markt realisiert hat.

Diese Erhebung unter weltweit 350.000 Befragten in 22 Branchen mit 1.800 untersuchten Marken zeigt im Vergleich eine weitere Besonderheit des österreichischen Markts: „Österreich bedient im internationalen Kontext ein klassisches Klischee: Sehr konservative Marken, die auf einen ebenso konservativen Media-Mix vertrauen, setzen sich in der Gunst der Konsumenten durch“, so Göls. Im Detail bedeutet das: Die Marken mit

der größten Bedeutung in Österreich sind in dieser Reihenfolge Hofer, Spar, Manner, ÖAMTC und die ÖBB (siehe Grafik Seite 2). Dafür wurden im zweiten Halbjahr 2018 3.704 Menschen in Österreich befragt. Havas berechnet dieses Ranking basierend auf einer Vielzahl an Parameter, die sich in Summe über die vier Eckpunkte Brand Equity sowie funktionale, persönliche und kollektive Vorteile definieren.

Klassiker im Mix punkten

Göls skizziert die Besonderheit der eben genannten konservativen Herangehensweise am Beispiel der in den Top fünf vertretenen Marken: „Der ÖAMTC punktet beispielsweise mit einem sehr hohen Plakatanteil und hohen Ausgaben im Bereich Direct Marketing“, verweist er auch auf das

eigene Magazin des Mobilitätsclubs. Focus listet den Bruttowerbedruck des ÖAMTC zu fast zwei Drittel auf die Bereiche Außenwerbung und Print verteilt. „Spar zeigt sich konservativ im Marketing mit Rabattmarkern statt digitalen Loyalty-Programmen erfolgreich“, so Göls exemplarisch, „beide sind damit erfolgreich.“ Der ÖAMTC etwa führt das Ranking bei funktionalen Vorteilen und der Rolle in der Gesellschaft an, Spar taucht auch bei Brand Equity und der lebensverbessernden Funktion von Marken in den Top fünf auf (siehe ebenso Grafik Seite 2). Wo Licht, da aber auch Schatten. 77 Prozent der Marken haben laut der Erhebung von Havas eben gar keine Bedeutung.

Lesen Sie weiter auf → **Seite 2**

„Sehr konservative Marken mit ebenso konservativem Media-Mix setzen sich durch.“

Michael Göls, CEO Havas Media

Fortsetzung von Seite 1 →

Diese bedeutungslosen Marken „sind jene, bei denen es den Konsumenten schlicht egal wäre, wenn es diese in Zukunft nicht mehr gäbe“, betont Anke Ellmerer, Managing Director Havas Media. Die Anzahl dieser

gebot auch zufrieden. „Große Marken sollten klare Antworten parat haben“, raten die Studienautoren. „Content bekommt einen klaren, neuen Auftrag. Dieser soll zeigen, wie eine Marke den Einzelnen – als auch eine ganze Gesellschaft – inspirieren kann, welche Lösungen und

Liebe zu Österreichischem

Von der Bedeutung einer Marke hin zur Marken-Liebe ist es je nach Beispiel oft nur ein kurzer Weg. Einige der von Havas als bedeutendste gelistete Marken finden auch in Sympathie-Rankings wieder ihre Erwähnung. Als klaren Spitzenreiter der sympathischsten Marken listet etwa Marketagent.com wie schon im Vorjahr Süßwarenhersteller Manner, gefolgt von Wikipedia, dm, Hofer und dem Österreichischen Roten Kreuz (siehe Grafik). Die Sympathie-Träger weisen dabei hohe Beständigkeit in ihrer Wahrnehmung auf. „Es zeichnen sich mittlerweile einige klare Muster und Favoriten ab“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com, „insgesamt fünf Marken halten sich das dritte Jahr in Folge konstant in den Top Ten der Bewertung. Auffallend ist hier außerdem der hohe Anteil an österreichischen Unternehmen.“

1.050 Marken werden dabei seit zwei Jahren vom Institut intuitiv nach Sympathie bewertet, mittels so genanntem Brand.Swipe wischen Befragte dem Tinder-Prinzip nachempfinden nach links oder rechts. „Das Tool erlaubt es, schnell und unkompliziert die aktuelle Beliebtheit einer großen Anzahl von Marken zu erfragen und Beliebtheits-Trends klar abzubilden“, so Schwabl. Das Ergebnis der Bewertung bildet sich in einem Index ab, der aus dem Quotienten aus „Likes“ und „Dislikes“ errechnet wird. In Summe wurden so bereits mehr als 12,6 Millionen Markenbewertungen generiert.

Neben der skizzierten Konstanz zeigen solche Rankings auch Ausreißer. Milka beispielsweise arbeitete sich sukzessive von Platz 15 von vor zwei Jahren auf Platz sechs aktuell vor, ähnlich Lego. Explosiv verbessern konnten sich Uhu und Rauch, die von weiter hinten den Sprung in die

Top Ten realisierten. Schweren Zeiten hingegen steuern die beiden Digital-Brands Google und YouTube entgegen. In den beiden Vorjahren noch jeweils unter den ersten fünf Plätzen, flogen sie im Sympathie-Ranking auf die Ränge 14 und 16 zurück. Auch wenn Marketagent.com Beweggründe für Veränderungen nicht erhebt, dürften Daten- und Steuerthematiken der Strahlkraft der beiden einen Dämpfer verpasst haben.

„Auffallend ist außerdem der hohe Anteil an österreichischen Unternehmen.“

Thomas Schwabl, Geschäftsführer Marketagent.com

Mehr wert

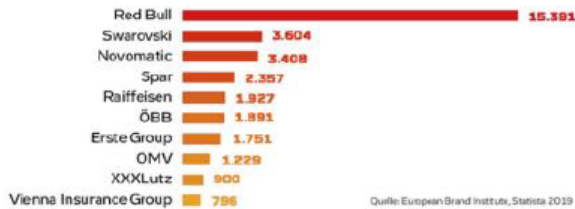
Nicht immer zwingend einher gehen Bedeutung und Sympathie einer Marke mit dem Wert dieser. Auch wenn etwa Spar oder die ÖBB Eingang in die zehn wertvollsten österreichischen Unternehmen gemessen am Markenwert finden, so dominiert in dieser Kategorie doch einer klar: Red Bull – Markenwert rund 15,4 Milliarden Euro. Dahinter folgt Swarovski mit Respektabstand und 3,6 Milliarden Euro Markenwert – und damit im Übrigen die einzige heimische Marke, die im aktuellen Deloitte-Report zum globalen Luxusgütermarkt in den Top 100 nach Umsatz aufscheint.



© Julian Eichner/Meckelmedia.com (2)

RANKING DER WERTVOLLSTEN ÖSTERREICHISCHEN UNTERNEHMEN NACH IHREM MARKENWERT

Angaben in Millionen Euro



Quelle: European Brand Institute, Statista 2019

„nutzlosen Marken“, wie Havas sie listet, sei in den letzten Jahren gestiegen – was die Frage aufwirft, was Marken nun für die Erlangung von Bedeutsamkeit brauchen. Göls sieht die Frage von Bedeutung vor allem über eines definiert: Inhalte. „Dabei punktet in Österreich ‚Hilfreiches‘

Hilfestellungen es gibt und wie Kunden belohnt werden, wenn sie sich für eine Marke entschieden haben.“ Guter Markencontent müsse, um bedeutsam zu sein, helfen, inspirieren, unterhalten, belohnen, bilden und informieren.

Prägend oder folgend

Im Einsatz und der Prägung durch Marken stellt sich stets die Frage des Wechselspiels zwischen Marke und Verhalten von Konsumenten oder einer Gesellschaft. Das beeinflusst auch die Kommunikation in nicht zu vernachlässigendem Ausmaß. „Als Marke zu sagen, man prägt das Verhalten der Konsumenten und folgt nicht dem Verhalten der Konsumenten, bringt in der Wirkung über eine gewisse Dauer natürlich Dellen“, so Göls. „Den Schritt weg von etablierten, gut funktionierenden Marketingstrategien trauen sich viele Unternehmen nicht. Natürlich müssen viele ihre Herangehensweisen auch nicht ändern, eben, weil sie funktionieren. Geht man aber vom Ansatz aus, dass Digitalisierung mehr Effizienz und in weiterer Folge Effektivität

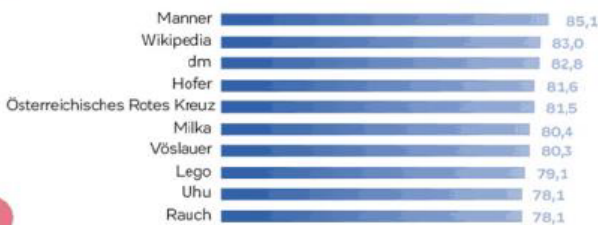
„Die Marken-Wahrnehmung ist stark vom Media-Mix getrieben.“

Michael Göls, CEO Havas Media

und ‚Informatives‘ zur Marke, erst viel später nimmt der Konsument unterhaltende Elemente als positiv wahr.“ Das für Österreich gezeichnete, konservative Bild zeigt sich auch

TOP 10 DER SYMPATHISCHSTEN MARKEN 2019

Index



Quelle: Marketagent.com

in den Inhalten: Content soll gemäß der globalen Ergebnisse zuallererst unterhalten, in Österreich ist diese Dimension an letzter Stelle.

Global gesehen zeichnen die Ergebnisse ein eher ermüdetes Bild für den Einsatz und die Wirkung von Inhalten. Konsumenten fordern klare Aussagen ihrer Marken – auch zu drängenden Fragen der Zeit –, aber weniger als die Hälfte der Befragten ist mit dem gebotenen Contentan-

bringt, müsste man diesem Gedanken folgend tradierte Modelle verändern.“

Klassischen Kanälen würde jedenfalls generell oft unrecht getan. „Das Flugblatt ist natürlich funktionell, aber in der Wahrnehmung der Branche zu einem gewissen Grad ‚old fashioned‘. Diese Wahrnehmung zeigt sich bei den Konsumenten ganz anders.“ Generell gelte: Die Wahrnehmung einer Marke ist stark vom gewählten Mediamix definiert und getrieben, so Göls.

MARKEN MIT DER GRÖSSTEN BEDEUTUNG IN ÖSTERREICH



- nach Brand Equity:
- 1 Hofer
 - 2 Manner
 - 3 Spar
 - 4 ÖAMTC
 - 5 ÖBB

nach höchsten funktionalen Vorteilen:

- 1 ÖAMTC
- 2 Hofer
- 3 Manner
- 4 Spar
- 5 Westbahn

nach höchsten persönlich-individuellen Vorteilen:

- 1 RegioJet
- 2 Hofer
- 3 Westbahn
- 4 Spar
- 5 ÖAMTC

nach höchsten kollektiv-sozialen Vorteilen:

- 1 ÖAMTC
- 2 Spar
- 3 ÖBB
- 4 Hofer
- 5 EVN

Quelle: Havas Media, Meaningful Brands

Niederösterreich

Automatisiert, verbunden, elektrifiziert

Bereits jetzt setzen viele NÖ Unternehmen Künstliche Intelligenz (KI) in Teilbereichen ein. Um am großen Kuchen mitnaschen zu können, organisierten die TIP NÖ (Technologie- und Innovationspartner) eine Exkursion nach Schweden zu SAAB und SCANIA.

VON BARBARA PULLIRSCH

„In Schweden kann es schon einmal passieren, dass ein Gripen Kampfflugzeug auf einer Überlandstraße landet. Diese sind dafür als gerade Strecke gebaut worden, sodass nach Absperren der Straße der Kampfflieger getankt und mit Waffen bestückt wieder starten kann“, erklärt Richard Smith, Marketing & Sales-Chef Gripen. 1937 wurde SAAB gegründet, um Schwedens Grenzen zu beschützen. Jetzt werden 24 Gripen pro Jahr in der schwedischen Stadt Linköping produziert.

In der dortigen Produktionshalle geht es ruhig und entspannt zu.

Bevor die Delegation, bestehend aus niederösterreichischen Unternehmen, die Halle betreten darf, müssen alle Mobiltelefone in einen speziellen Plastiksack gesteckt und dieser zugeklebt werden. Am ganzen Werksgelände herrscht strenges Fotografierverbot.

17.000 Teile werden in einen Gripen verbaut

Bei der ersten Station sieht man ein grobes Flugzeuggerüst, auf dieses werden 35 Kilometer Kabel in 145 Kabelbäumen verlegt, dazu kommen 300 Meter Rohre, die montiert werden. Auf den Flügeln

kommen später weitere Rohre und Kabelbäume dazu – insgesamt 17.000 Teile. Danach werden elektrische Geräte, Radar, Motor und Windschutzscheibe eingebaut, zum Schluss wird die Software in den Kampfflieger eingespielt.

Vier Gripen können parallel in Linköping produziert werden, 80 Tage dauert es, bis er die Produktionshalle verlassen kann. Doch das Interesse bei der von den Technologie- und Innovationspartnern NÖ, einer Kooperation von WKNÖ und Land NÖ, organisierten Exkursion gilt vor allem dem Thema Künstliche Intelligenz (KI) und wie diese in der Luftfahrt angewendet werden kann.

Von SAAB werden als mögliche Beispiele das Produktdesign in Verbindung mit 3D-Druck, die Software-Entwicklung durch „machine learning“, die Kampfsensoren oder die Unterstützung bei Pilotenentscheidungen ange-

führt.

Prinzipiell könnte der Gripen alleine fliegen und der Pilot die Waffensysteme bedienen. Bei diesen wird KI direkt ins Produkt eingebaut. So kann der Flieger mit neuen Waffen bestückt werden und muss nicht zurück zum Stützpunkt fliegen, um neu programmiert zu werden. Das erspart Zeit und Kosten.

KI hilft Piloten bei komplexen Flugszenarien

Dieses System spiegelt die grundsätzliche Philosophie von Saab, den Jet in allen Bereichen wartungsarm und flexibel zu gestalten, wider. So kann beispielsweise auch das (heiße) Triebwerk eines Gripen in weniger als einer Stunde komplett getauscht werden. Da ein Kampfpilot in der Luft im Team arbeitet, kann Künstliche Intelligenz den Piloten bei komplexen Flugszenarien unterstützen. Wobei die Sicherheit gegeben sein muss, dass KI keine fatalen Entscheidungen trifft.

Am zweiten Tag konnte das 95.000 Quadratmeter große SCANIA Werk in Södertälje besichtigt werden. Lkw- und Buschassis werden hier erzeugt: 60 Lkw und 16 Busse pro Tag. Schon alleine die Logistikhalle beein-



Die Teilnehmer der Schweden-Exkursion besuchten SAAB und SCANIA.



Albrecht Zimbarg,
Wirtschaftsdelegierter

„Ich freue mich, dass eine so große Gruppe aus Österreich nach Schweden gekommen ist. Gerade das Thema KI ist sehr wichtig für Schweden, hier wird viel dazu geforscht.“



Beate Färber-Venz,
VENZ Logistik,
WKNÖ-Spartenobfrau
Transport und Verkehr

„Bei SCANIA war ich beeindruckt, dass ein Hersteller sich so genau überlegt, was ich als Transportunternehmerin brauche. Künstliche Intelligenz ist ein sehr spannendes Feld.“



Herwig Schreiner,
Siemens AG
Österreich

„Für mich als Informatiker war es besonders interessant, einmal die echte Hardware zu sehen und mitzuverfolgen, wie sie zusammengebaut wird. Ich bin sehr froh, dass ich dabei war.“



Wolf-Dietrich Karl Rückert,
NOVOMATIC

„Auch wir bei NOVOMATIC setzen Künstliche Intelligenz ein. Bei den Spielautomaten ist eine wirklich komplizierte Technik dahinter. Diese Reise war für mich eine Wissenserweiterung.“



druckt. 13.000 unterschiedliche Artikel werden hier in den jeweils richtigen Lkw eingebaut.

Eine große Ehre wird der NÖ Delegation mit der Besichtigung der „smart factory“ zu Teil. Das SCANIA-Forschungslabor ist offiziell noch nicht eröffnet. Hier können Produktionsmitarbeiter mittels virtual reality neue Arbeitsschritte erlernen oder üben. Weiters wird die Zusammenarbeit Mensch und Roboter erforscht. So demonstriert eine Mitarbeiterin, wie der Roboter erkennt, was er hochhebt, die feinen Arbeiten übernimmt jedoch immer noch der Mensch. Auch im Logistikbereich werden neue Wege ein-

geschlagen. Die ersten Versuche mit Brillen, die anzeigen, welche Teile aus dem Warenlager zusammengesucht werden sollen, waren nicht für die Produktion geeignet, da man durch die Brille schnell ermüdet oder Kopfschmerzen bekommt. Nun gibt es ein Lichtersystem, das anzeigt, wie viele Teile zu holen sind und welcher Weg der effizienteste ist. Håkan Schildt, Direktor für Strategie und Geschäftsentwicklung des Scania Geschäftsbereichs Connected Services and Solutions, verrät, wie er sich die Zukunft der Lkw und Busse vorstellt: „Automatisiert, verbunden, elektrifiziert.“

Die nächste Exkursion von TIP



Riku Liukkonen, Mondt:

„Wir verwenden derzeit Künstliche Intelligenz in Grundzügen und sammeln Daten als Grundlage. Bei diesem inspirierenden Trip habe ich viel gelernt.“

und der Sparte Industrie geht nach Südtirol: 4. bis 5. Juni 2019. Infos unter:

www.wko.at/noe/tip
www.plattform-ki.at



Erwin Haitzmann (li.) und Peter Hötzing: Casinos auch auf Schiffen und Rennbahnen

Der US-Aufstieg der „Casino-Zwillinge“

Zwei Österreicher expandieren mit ihren Century Casinos mit Spielbanken, Pferderennbahnen und Kreuzfahrtschiffen

Nicht überall, wo die Kugel rollt und Österreicher dahinterstecken, geht es um die Novomatic oder die Casinos Austria. Vor Kurzem durften der Salzburger Erwin Haitzmann und der Welser Peter Hötzing an der US-Technologiebörse Nasdaq die „Closing Bell“ läuten. Sie feierten das 25-Jahre-Börsenjubiläum der von ihnen gegründeten Century Casinos.

Die beiden Ex-Casinos-Austria-Manager spielen in einem heiß umkämpften Markt erfolgreich mit: Mit 17 Casinos, zwei Pferderennbahnen, 5 Kreuzfahrtschiffen und 33 Wettlokalen wird heuer ein Bruttospielertrag von 200 Millionen Dollar und (laut Analysten) ein Gewinn

von 35 Millionen Dollar erwartet. „Und wir haben keinerlei Netto-Schulden in der Bilanz“, erzählt Peter Hötzing stolz. Weltweit sind 2200 Beschäftigte für die Century Casinos tätig. Die Gründer sowie US-Fonds wie Black Rock und Ariel Investments sind die größten Aktionäre, 75% befinden sich im Streubesitz.

In den letzten Jahren ist die Gruppe, die bis 2013 auch in Wien an der Börse notierte, kräftig gewachsen: Nach dem Erwerb der Mehrheit an Casinos Poland (Hötzing: „Wir sind dort Marktführer“) vor fünf Jahren begann man, in den USA auf Pferderennen zu setzen: 2015 wurde in Kanada die erste eigene Pferderennbahn

mit angeschlossenem Casino eröffnet, kürzlich wurde in Edmonton die zweite fertiggestellt.

Vor Kurzem gewann man exklusiv die Lizenz für die Errichtung eines Casinos auf den Bermudas. Hötzing: „Es zählt nicht immer nur die Größe bei den Ausschreibungen, auch Erfahrung ist wichtig.“ Sitz des Unternehmens ist in Colorado (USA), wo auch eines der größten eigenen Casinos steht. Man betreibt aber auch Spielbanken in England, Argentinien und sogar in Vietnam. Dazu ist man exklusiver Partner von TUI Cruises auf ihren fünf größten Kreuzfahrtschiffen.

Österreich ist derzeit kein Thema, könnte aber eines werden. Sollten neue Lizenzen ausgeschrieben werden, würde man sich bewerben. Hötzing: „In Wien fehlt ein großes Hotel-Casino, da bin ich mir sicher, dass dafür Bedarf wäre.“

Manfred Schumi

„www.diepresse.com“, 26.04.2019

Novomatic: Pechsträhne in Australien

Wertberichtigungen infolge der Kursverluste der Tochter Ainsworth bescherten der Novomatic im Vorjahr rote Zahlen.



Die größte Baustelle des Glücksspielkonzerns befindet sich in Australien. Die Reparatur hat schon begonnen. – APA/HERBERT PFARRHOFER

von Hedi Schneid

Harald Neumann hat es im Februar anlässlich der Glücksspielmesse ICE schon angedeutet: Der australische Branchenriese Ainsworth Game Technology, bei dem sich die Novomatic 2016 um 300 Mio. Euro einkaufte, macht vorerst wenig Freude. Massive Wertberichtigungen in Höhe von 264,3 Mio. Euro für die australische Beteiligung drückten den Glücksspielkonzern im Vorjahr in die roten Zahlen. Nach einem – aufgrund von Restrukturierungen – auf 61,4 Mio. Euro halbierten Gewinn 2017 – drehte das Nettoergebnis auf minus 154,9 Mio. Euro.

Der Grund: So wie viele Glücksspielkonzerne im Vorjahr massive Kursverluste erlitten haben, büßte auch die Ainsworth-Aktie an die 60 Prozent ein. Das machte die Wertberichtigung für die 53-prozentige Beteiligung erforderlich, gab die Novomatic bekannt.

Außerdem schlugen die regulatorischen Änderungen in Deutschland und Italien auch noch im Vorjahr negativ zu Buche. In Deutschland mussten allein rund 100.000 Automaten getauscht und neu aufgerüstet werden, 100 Spielsalons wurden geschlossen. In Italien, mit rund 320.000 Geräten der größte Markt Europas, wurde im Vorjahr die Glücksspielsteuer erhöht.

Verluste – das sieht sich Konzern-Eigentümer Johann Graf nicht lang an. „Wir haben schon erste Maßnahmen zur Trendumkehr eingeleitet“, erklärt dazu Novomatic-Boss Harald Neumann. So wird der bisher für den weltweiten Verkauf verantwortliche Novomatic-Manager Lawrence Levy mit 1. Juli die Führung von Ainsworth übernehmen.

Glücksspielumsätze weltweit gestiegen

Abseits des Debakels in Down Under lief das Geschäft für den Konzern, der mit 23.500 Mitarbeitern in 2100 eigenen Salons und Spielbanken sowie über Vermietmodelle rund 255.000 Spielautomaten und Video-Lottery-Terminals betreibt, aber sehr gut. Der Umsatz (Novomatic AG) wuchs um 10,5 Prozent auf 2,6 Mrd. Euro. Inklusive aller Töchter und der Schweizer Beteiligungen lag er bei rund fünf Mrd. Euro. Zum Vergleich: Weltweit stiegen die Glücksspielumsätze nur um 3,9 Prozent auf 453 Mrd. Dollar.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) lag mit 555,6 Mio. Euro nur 1,1 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Über 101 Mio. Euro an Steuern und Abgaben (2018: 91 Mio.) kann sich Finanzminister Hartwig Löger freuen, weltweit fielen rund 500 Mio. Euro an. Zwei Drittel des Umsatzes macht der Konzern mit Sitz im niederösterreichischen Gumpoldskirchen, wo rund 3200 Beschäftigte tätig sind, mit den Glücksspielgeräten, die auch selbst produziert werden. Der Rest entfällt auf Spieltechnologie, die in Lizenz vergeben wird.

Das Geld geht dem Unternehmen, das zu 17,2 Prozent an den Casinos Austria beteiligt ist, angesichts des Verlusts aber nicht aus. Mit einem Cashflow von 483 Mio. Euro und liquiden Mitteln von 539 Mio. Euro (Ende 2018) hat die Novomatic genügend Spielgeld zur Verfügung.

Auch wenn das operative Geschäft „zufriedenstellend“ verlaufen und genug Geld für die Expansion vorhanden ist: Dennoch verpasst Neumann dem Konzern heuer eine Atempause – zumindest, was Zukäufe betrifft. Auch wenn er wiederholt betont, dass Ainsworth kein Fehlinvestment sei, weil die Australier den Österreichern im Hoffungsmarkt USA die Tür öffnen sollen. Aber die Erfahrungen dürften doch vorsichtiger gemacht haben.

Außerdem muss auch ein Konzern wie die Novomatic das rasante Wachstum der letzten Jahre erst einmal verdauen. Allein in den vergangenen drei Jahren wurden rund 100 Firmen zugekauft, in der Bilanz 2018 sind 226 Tochterfirmen voll konsolidiert. „Wir wollen im Zuge der Konsolidierung möglichst hohe Synergien zwischen unseren Töchtern erzielen“, sagt Neumann. Regional hat sich die Novomatic zwei Schwerpunkte gesetzt: die USA, wo die Liberalisierung von Sportwetten neue Chancen eröffnet, und Asien, wo man bisher kaum vertreten ist.

„www.meinbezirk.at“, 26.04.2019

Top Forschern über die Schulter schauen

TIP NÖ (Technologie- und Innovationspartner) organisierte Schweden-Exkursion zu Saab und Scania.

BEZIRK MÖDLING/SCHWEDEN. „In Schweden kann es schon einmal passieren, dass ein Gripen Kampfflugzeug auf einer Überlandstraße landet. Diese sind dafür als gerade Strecke gebaut worden, sodass nach Absperren der Straße der Kampfflieger getankt und mit Waffen bestückt wieder starten kann“, erklärt Richard Smith, Marketing & Sales-Chef Gripen. 1937 wurde SAAB gegründet, um Schwedens Grenzen zu beschützen. Jetzt werden 24 Gripen pro Jahr in der schwedischen Stadt Linköping produziert.

In der dortigen Produktionshalle geht es ruhig und entspannt zu. Bevor die Delegation, bestehend aus niederösterreichischen Unternehmern, die Halle betreten darf, müssen alle Mobiltelefone in einen speziellen Plastiksack gesteckt und dieser zugeklebt werden. Am ganzen Werksgelände herrscht strenges Fotografier-Verbot. Ein eigener Firmenfotograf, der die Besucher begleitet, weiß genau, was und vor allem aus welchem Winkel er fotografieren darf. Bei der ersten Station sieht man ein grobes Flugzeuggerüst, auf dieses werden 35 Kilometer Kabel in 145 Kabelbäumen verlegt, dazu kommen 300 Meter Rohre, die montiert werden. Auf den Flügeln kommen später weitere 36 Rohre sowie 40 Kabelbäume dazu – insgesamt 17.000 Teile. Danach werden elektrische Geräte, Radar, Motor und Windschutzscheibe eingebaut, zum Schluss wird die Software in den Kampfflieger eingespielt.

KI in der Luftfahrt

Vier Gripen können parallel in Linköping produziert werden, 80 Tage dauert es, bis er die Produktionshalle verlassen kann. Doch das Interesse bei der von den Technologie- und Innovationspartnern NÖ, einer Kooperation von WKNÖ und Land NÖ, organisierten Exkursion gilt vor allem dem Thema Künstliche Intelligenz (KI) und wie diese in der Luftfahrt angewendet werden kann. Von SAAB werden als mögliche Beispiele das Produktdesign in Verbindung mit 3D-Druck, die Software-Entwicklung durch „machine learning“, die Kampfsensoren oder die Unterstützung bei Pilotenentscheidungen angeführt.

Prinzipiell könnte der Gripen alleine fliegen und der Pilot die Waffensysteme bedienen. Bei diesen wird KI direkt ins Produkt eingebaut. So kann der Flieger mit neuen Waffen bestückt werden und muss nicht zurück zum Stützpunkt fliegen, um neu programmiert zu werden. Das erspart Zeit und Kosten. Dieses System spiegelt die grundsätzliche Philosophie von Saab den Jet in allen Bereichen wartungsarm und flexibel zu gestalten wider. So kann beispielsweise auch das (heiße) Triebwerk eines Gripen in weniger als einer Stunde komplett getauscht werden. Da ein Kampfpilot in der Luft im Team arbeitet, kann Künstliche Intelligenz den Piloten bei komplexen Flugszenarien unterstützen. Wobei die Sicherheit gegeben sein muss, dass KI keine fatalen Entscheidungen trifft.

smart factory, virtual reality, Automatisierung

Am zweiten Tag konnte das 95.000 Quadratmeter große SCANIA Werk in Södertälje besichtigt werden. Lkw- und Bus-Chassis werden hier erzeugt: 60 Lkw und 16 Busse pro Tag. Schon alleine die Logistikhalle beeindruckt. 13.000 unterschiedliche Artikel werden hier in den jeweils richtigen Lkw eingebaut. Im sechseinhalb Minuten-Takt wird zu Beginn der Linie mit den Rahmenbalken begonnen. Auf großen Uhren über den einzelnen Stationen wird die Taktzeit angezeigt. Zu Beginn der Werksbesichtigung ist man um einen Lkw im Rückstand, dies wird bis zum Ende der Runde wieder aufgeholt. Beindruckend sind die Montage der Fahrerkabine und des Motors. Auch dies dauert jeweils nicht länger als die sechseinhalb Minuten. Am Ende der Halle wird der Truck gestartet und kann aus der Halle fahren.

Eine große Ehre wird der niederösterreichischen Delegation mit der Besichtigung der „smart factory“ zu Teil. Das SCANIA-Forschungslabor ist offiziell noch nicht eröffnet. Hier können Produktionsmitarbeiter mittels virtual reality neue Arbeitsschritte erlernen oder üben. Weiters wird die Zusammenarbeit Mensch und Roboter erforscht. So demonstriert eine Mitarbeiterin, wie der Roboter erkennt, was er hochhebt, die feinen Arbeiten übernimmt jedoch immer noch der Mensch. Auch im Logistikbereich werden neue Wege eingeschlagen. Die ersten Versuche mit Brillen, die anzeigen, welche Teile aus dem Warenlager zusammengesucht werden sollen, waren nicht für die Produktion geeignet, da man durch die Brille schnell ermüdet oder Kopfschmerzen bekommt. Nun gibt es ein Lichtersystem, das anzeigt, wie viele Teile zu holen sind und welcher Weg der effizienteste ist.

Autonome LKWs

Håkan Schildt, Direktor für Strategie und Geschäftsentwicklung des Scania Geschäftsbereichs Connected Services and Solutions, verrät, wie er sich die Zukunft der Lkw und Busse vorstellt: „Automatisiert, verbunden, elektrifiziert.“ Ein autonom fahrender SCANIA-Lkw ist bereits in einer australischen Mine im Einsatz. Schildt schätzt, dass Lkw und Busse kleiner werden und die Beladung für die jeweiligen Strecken effizienter planbar wird.

Wolf-Dietrich Karl Rückert, Senior Advisor der NOVOMATIC in Gumpoldskirchen zeigte sich von der Exkursion beeindruckt: „Ich habe zwei Jahre lang bei der NASA am Kennedy Space Center am Cape Canaveral gearbeitet und habe selbst auch in Österreich einen Kongress für Luft- und Raumfahrt organisiert. Deshalb war es für mich sehr interessant den Gripen zu sehen. Ich wusste immer schon, dass das ein guter Flieger ist, von den Betriebskosten her das billigste Flugzeug. Auch wir bei NOVOMATIC setzen künstliche Intelligenz ein. Bei den Spielautomaten ist eine wirklich komplizierte Technik dahinter. Diese Reise war für mich eine Wissenserweiterung.“

Organisator Helmut Kahrer, von den Technologie- und Innovationspartnern NÖ, begleitet Unternehmen in allen Belangen rund um die Themen Technologie und Innovation, von der Idee bis zur Marktumsetzung: „Wenn Sie mehr über das Potenzial von künstlicher Intelligenz in Ihrem Unternehmen wissen möchten, dann nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir haben maßgeschneiderte Fördermaßnahmen, um Ihnen externe Spezialisten in diesem Bereich zu vermitteln und deren Leistungen auch zu fördern.“

NOVOMATIC AG mit stabilem operativen Geschäft

Bilanz 2018: Umsatz stieg um mehr als 10 Prozent auf über EUR 2,6 Mrd. – Wachstum in sämtlichen Kernmärkten mit Fokus auf Italien und Spanien

Gumpoldskirchen (novomatic) - Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 konnte Europas größter und weltweit aktiver Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC AG den Umsatz um 10,5 Prozent auf EUR 2.613,6 Mio. (2017: EUR 2.366,1 Mio.) steigern. Dabei entfallen auf das Segment „Gaming Operations“, in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich „Gaming Technology“ 37 Prozent dazu beisteuert.

Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend. Während die weltweiten Glücksspielumsätze im Jahr 2018 um 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf USD 453 Mrd. wuchsen (Quelle: Global Gambling Report der Global Betting and Gaming Consultants), stieg der Umsatz beim NOVOMATIC AG-Konzern um 10,5 Prozent. Dabei konnten Umsatzzuwächse in sämtlichen Kernmärkten erzielt werden. Insgesamt wurden in der Bilanz 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.

Darüber kann sich auch der Bundeshaushalt der Republik Österreich freuen: Die Steuer- und Abgabenleistungen von NOVOMATIC in Österreich erreichten einen neuen Höchstwert und stiegen auf EUR 101 Mio. (2017: EUR 91 Mio.). Die weltweiten Steuern beliefen sich auf rund EUR 500 Mio. Insgesamt beschäftigt der NOVOMATIC AG-Konzern global mittlerweile 23.495 Mitarbeiter (2017: 23.004), allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz. „Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde“, fasst Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG, das Ergebnis zusammen.

Beispielsweise fand im Berichtszeitraum in Italien, mit rund 320.000 Glücksspielgeräten der größte Markt Europas, gemessen an der Anzahl der betriebenen Glücksspielgeräte, eine Erhöhung der Glücksspielsteuer statt. Dennoch wurde die Marktposition des Konzerns in Italien weiter ausgebaut. So erreichten die Umsätze in Italien einen Wert von EUR 401,1 Mio. (2017: EUR 371,7 Mio.). Besonders dynamisch hat sich mit einem Umsatzwachstum von 20 Prozent auf EUR 152,1 Mio. (2017: EUR 126,4 Mio.) auch der spanische Markt entwickelt.

Des Weiteren wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2018 in den Regionen Deutschland, Niederlande, Italien, Spanien und Osteuropa Zukäufe durchgeführt, vornehmlich mit dem Geschäftsgegenstand Spielhallenbetrieb, Baraufstellung und Wetten. Mit diesen Akquisitionen soll die Marktposition des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden.

Stabile Geschäftsentwicklung trotz regulatorischer Herausforderungen

Der operative Cashflow erreichte im Berichtsjahr EUR 483,3 Mio. und konnte somit gegenüber dem Vorjahr (2017: EUR 422,3 Mio.) ausgebaut werden. Das EBITDA blieb mit EUR 555,6 Mio. (2017: EUR 561,9 Mio.) solide auf Vorjahresniveau.

Abschreibungen wirken sich auf das Ergebnis aus

Im Berichtsjahr 2018 sanken weltweit die Aktienkurse von Glücksspielunternehmen, dieser Trend spiegelte sich unter anderem auch im Börsenkurs von Ainsworth Game Technology Ltd. (AGT) wider. Dementsprechend war die wesentlichste Sonderabschreibung in der Höhe von rund EUR 264,3 Mio. AGT zuzuordnen. Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet, wie beispielsweise die Ernennung von Lawrence Levy, bisher als Vice President of Global Sales der NOVOMATIC AG tätig, zum CEO von AGT.

Zudem ist das Unternehmen von der Umsetzung neuer Regulierungsvorschriften, wie beispielsweise in Deutschland, betroffen.

Positiver Ausblick mit Fokus auf Konsolidierung und USA

Hohes Potential sieht Neumann in der bereits im Jahr 2018 begonnenen Konsolidierung mit dem Ziel, möglichst hohe Synergien zwischen den unterschiedlichen Unternehmensbeteiligungen zu erzielen: „Nach dem raschen Wachstum der letzten Jahre, insbesondere durch Zukäufe von Unternehmen, werden wir die internen Abläufe und Strukturen länderübergreifend weiter optimieren.“ Zudem soll das Engagement in den USA sowohl im Bereich Sportwetten - aufgrund der Liberalisierung - als auch im Segment Glücksspiel intensiviert werden.

Über NOVOMATIC

Die NOVOMATIC-Gruppe ist als Produzent und Betreiber einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und beschäftigt mehr als 30.000 Mitarbeiter. Die vom Industriellen Professor Johann F. Graf im Jahr 1980 gegründete Unternehmensgruppe verfügt über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert innovatives Glücksspielequipment, Systemlösungen, Lotteriesystemlösungen und Dienstleistungen in mehr als 70 Staaten. Der Konzern betreibt selbst in rund 2.100 eigenen elektronischen Automatencasinos und Spielbanken sowie über Vermietungsmodelle insgesamt rund 255.000 Gaming Terminals und Video Lottery Terminals (VLTs).

Durch ihre zahlreichen internationalen Tochtergesellschaften ist die NOVOMATIC-Gruppe als Full Service-Anbieter in allen Segmenten der Glücksspielindustrie tätig und bietet ein umfassendes Omni-Channel-Produktportfolio für Partner und Kunden weltweit. Das Spektrum reicht von terrestrischen Gaming-Produkten und Services über Management-Systeme und Cash Management-Lösungen, Online, Mobile und Social Gaming-Lösungen bis hin zu Lotterie- und Sportwetten-Lösungen sowie einer Reihe weiterer erstklassiger Produkte und Services.

„Österreich“, 26.04.2019

Novomatic steigerte Umsatz um 10,5 Prozent

Gumpoldskirchen. Der nö. Glücksspielkonzern Novomatic steigerte seinen Umsatz 2018 um 10,5 % auf 2,61 Mrd. Euro. „Wachstumstreiber waren die europäischen

Kernmärkte, so Novomatic-Chef Harald Neumann (Foto). Das operative Geschäft blieb stabil auf hohem



Niveau. Sonderabschreibungen drückten das Ergebnis ins Minus. Der Ausblick sei positiv, mit Fokus u.a. auf die USA.

„Standard“, 26.04.2019

NOVOMATIC zieht Bilanz

Der Leitbetrieb aus Niederösterreich ist eines der wenigen heimischen Unternehmen, die auch am Weltmarkt in der obersten Liga mitspielen. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG, im Gespräch über Kennzahlen, Wachstum und Zukunftsperspektiven.

Herr Neumann, Sie haben kürzlich die Kennzahlen zur Bilanz 2018 veröffentlicht. Wie lautet Ihr Resümee? Harald Neumann: Mit der Entwicklung unseres operativen Geschäfts bin ich sehr zufrieden. Trotz einer sehr kompetitiven Situation konnten wir im Jahr 2018 den Umsatz um mehr als 10 Prozent auf über 2,6 Milliarden Euro steigern und zudem die Marktführerschaft in Europa weiter ausbauen. Wichtigstes Segment dabei sind die „Gaming Operations“, wo das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert. In diesem Bereich haben wir 63 Prozent der Umsatzerlöse erwirtschaftet. Insgesamt beschäftigt der NOVOMATIC AG-Konzern mittlerweile nahezu 23.500 Mitarbeiter weltweit, allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz. Bei allen Kennzahlen ist das einer unserer wichtigsten Werte. Denn wir denken langfristig und dabei spielen motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter eine bedeutende Rolle. Ohne sie ist Wachstum nicht möglich.

Wachstum war in der Vergangenheit für NOVOMATIC ein wichtiges strategisches Element. Gab es im Geschäftsjahr 2018 weitere Akquisitionen?

Neumann: Ja, punktuell haben wir in Akquisitionen investiert. Wir haben im Berichtsjahr 2018 Zukäufe in Deutschland, Italien, Spanien, Osteuropa und den Niederlanden durchgeführt, vornehmlich beim Spielhallenbetrieb, im Wettbereich und in der Baraufstellung. Mit diesen Akquisitionen soll die Position des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden. Unser Ziel bei Unternehmenszukaufen ist, die Marktführerschaft

in bestehenden Märkten zu erlangen oder diese weiter zu festigen. Zudem verfolgt NOVOMATIC die Strategie, neue Märkte und Technologien zu erschließen, um eine weitere Diversifikation des Konzerns zu erreichen. Damit schaffen wir eine gesunde Basis für nachhaltiges Wachstum in der Zukunft.

Experten sehen auch weiterhin einen generellen Anstieg im Geschäftsfeld Glücksspiel. Wissen Sie, wie sich 2018 die Glücksspielmärkte weltweit entwickelt haben?

Neumann: Während die weltweiten Glücksspielmärkte laut Global Gambling Report im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent auf 453 Mrd. USD wuchsen, stieg der Umsatz bei NOVOMATIC um nahezu das dreifache. Dementsprechend können wir mit dem operativen Geschäft in der vergangenen Berichtsperiode zufrieden sein. Immerhin haben wir in der Bilanz 2018 insgesamt 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.



NOVOMATIC: Harald Neumann im Interview zur Bilanz und der Zukunft der Gaming-Branche.

Foto: Michael Königshofer

Was ist nun das Ziel der NOVOMATIC für 2019? Weiteres Wachstum?

Neumann: Nach dem raschen Wachstum der letzten Jahre werden wir die internen Abläufe und Strukturen länderübergreifend weiter optimieren. Wir werden somit auch im Jahr 2019 den Fokus verstärkt auf eine Konsolidierung des Wachstums und die Steigerung der Synergien legen. Mit rund 300 Beteiligungen gilt es, Marktpositionierungen, Geschäftsfelder oder Abläufe zu hinterfragen: Hier haben wir noch viel vor. Primäres Ziel sind also weitere Effizienzsteigerungen, um zukunftsfit zu bleiben.

Jetzt ist NOVOMATIC bereits in Europa Marktführer. Welche Möglichkeiten bzw. Chancen ergeben sich nach der Akquisition von Ainsworth im Zukunftsmarkt USA?

Neumann: Die Beteiligung am börsennotierten australischen Glücksspielkonzern Ainsworth Game Technology ist für uns nach wie vor von höchster strategischer Bedeutung.

Immerhin wollen wir dadurch mittel- bis langfristig den Marktanteil in den USA auf 10 Prozent steigern. NOVOMATIC könnte somit weltweiter Marktführer im Bereich Glücksspieltechnologie werden. Es freut mich, dass Lawrence Levy, derzeit noch unser Vice President of Global Sales, mit 1. Juli 2019 CEO bei Ainsworth Game Technology wird. Natürlich vorbehaltlich aller erforderlichen behördlichen Genehmigungen.

Welche Bedeutung hat die Öffnung des Sportwettenmarktes in den USA für NOVOMATIC? Sehen Sie dort viel Potential?

Neumann: Jedenfalls. Generell folgen wir bei den Sportwetten einer internationalen Expansionsstrategie und planen neben unserer schon bestehenden starken Position im Bereich Sportwetten in Europa auch Aktivitäten in den USA zu setzen. Wir werden also unser Engagement in den USA sowohl im Geschäftsfeld Sportwetten, als auch im Segment Glücksspiel intensivieren.

„Life is a game – play it to win and have fun“

Das 4GameChangers Festival ist ein Event der Superlative für Menschen, die die Welt verändern wollen und das wollen viele: Bundeskanzler Sebastian Kurz, Bundespräsident Alexander Van der Bellen, Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, Max Conze (ProSiebenSat.1), Harald Neumann (NOVOMATIC AG), Andreas Treichl (Erste Bank) uvm. Über drei Tage ging das Festival Anfang April in der Marxhalle, bei dem sich Unternehmen und Start-Ups von ihrer besten Seite zeigten. Zum Höhepunkt des Festivals präsentierte NOVOMATIC-CEO Harald Neumann die Unternehmensgeschichte. „Die ständige Suche nach Veränderungen zeichnet einen Gamechanger aus und das ist auch der Grundstein für unseren Erfolg. Heute ist NOVOMATIC die Nummer eins in Europa und betreibt weltweit rund 2.100 Spielstätten. Innovation liegt uns im Blut. Life is a game – play it to win and have fun“, rät Neumann den Gamechangern. In einer Panel-Diskussion diskutierte der NOVOMATIC-CEO danach mit Georg Pölzl (Post), Peter Bosek, (Erste Group) und Claudia Gamon (NEOS) zum Thema „Ethics role in innovation“.



NOVOMATIC-Messestand am 4GameChangers Festival 2019.

Foto: NOVOMATIC

NOVOMATIC erhält Superbrands Award

Die Superbrands Austria Corporation zeichnete NOVOMATIC erneut als eine der besten Business-Superbrands Österreichs aus. Als „Superbrand“ kann man sich weder anmelden noch bewerben. Die weltweit größte Organisation für Markenbewertung und Markenauszeichnung evaluiert seit nahezu zwanzig Jahren die besten Marken der einzelnen Länder, seit 2013 auch in Österreich. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG, nahm den Preis von Superbrands-Geschäftsführer András Wiszkienszky im NOVOMATIC-Headquarter in Gumpoldskirchen entgegen.

„Das Superbrand-Siegel bestätigt die hohe Wertschätzung und Bekanntheit der Marke NOVOMATIC, die in mehr als 70 Ländern tätig ist. Diese Auszeichnung ist ein schöner Beleg für die erfolgreiche und konsistente Markenführung und -positionierung“, so Neumann.



Harald Neumann, CEO NOVOMATIC AG, freut sich über den Superbrands Award 2019.

Foto: Sonja Kadlec, MA / NOVOMATIC

ADMIRAL präsentiert David Hasselhoff als neuen Markenbotschafter



Foto: Andreas Tischler

Paul Kozelsky (ADMIRAL Sportwetten GmbH), Monika Racek und Stefan Stögner (beide ADMIRAL Casinos & Entertainment AG), gemeinsam mit neuem ADMIRAL-Markenbotschafter David Hasselhoff.

Der neue Markenbotschafter von ADMIRAL heißt David Hasselhoff. Mit mehr als 250 Filialen und einem Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört ADMIRAL zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen ADMIRAL-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird. „Ich bin von der Zusammenarbeit begeistert, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Ich feiere mit den Athleten und den Zusehern mit“, so Hasselhoff über sein Engagement bei ADMIRAL.

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. Nun kam Hasselhoff

erneut nach Österreich, wo er erstmals als Gesicht für den neuen Werbefilm von ADMIRAL vor der Kamera präsentiert wurde. Erste Spots wurden bereits gedreht. Der Start der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

Paul Kozelsky, Geschäftsführer der ADMIRAL Sportwetten GmbH: „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.“ In die gleiche Kerbe schlägt auch 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.“

„Die Presse“, 26.04.2019

Im Gespräch. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender Novomatic AG, über Kennzahlen, Wachstum und Zukunftsperspektiven von Novomatic.

Novomatic zieht Bilanz

Der Leitbetrieb aus Niederösterreich ist eines der wenigen heimischen Unternehmen, die auch am Weltmarkt in der obersten Liga mitspielen. Vorstandsvorsitzender Harald Neumann verrät in einem Gespräch weitere Pläne seines Unternehmens.

Herr Neumann, Sie haben kürzlich die Kennzahlen zur Bilanz 2018 veröffentlicht. Wie lautet Ihr Resümee?

Harald Neumann: Mit der Entwicklung unseres operativen Geschäfts bin ich sehr zufrieden. Trotz einer sehr kompetitiven Situation konnten wir im Jahr 2018 den Umsatz um mehr als zehn Prozent auf über 2,6 Milliarden Euro steigern und zudem die Marktführerschaft in Europa weiter ausbauen. Wichtigstes Segment dabei sind die „Gaming Operations“, wo das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert. In diesem Bereich haben wir 63 Prozent der Umsatzerlöse erwirtschaftet. Insgesamt beschäftigt der Novomatic AG-Konzern mittlerweile nahezu 23.500 Mitarbeiter weltweit, allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz. Bei allen Kennzahlen ist das einer unserer wichtigsten Werte. Denn wir denken langfristig und dabei spielen motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter eine bedeutende Rolle. Ohne sie ist Wachstum nicht möglich.

Wachstum war in der Vergangenheit für Novomatic ein wichtiges strategisches Element. Gab es im Geschäftsjahr 2018 weitere Akquisitionen?

HN: Ja, punktuell haben wir in Akquisitionen investiert. Wir haben im Berichtsjahr 2018 Zukäufe in Deutschland, Italien, Spanien, Osteuropa und den Niederlanden durchgeführt, vornehmlich beim Spielhallenbetrieb, im Wettbereich und in der Baraufstellung. Mit diesen Akquisitionen soll die Position des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden. Unser Ziel bei Unternehmenszukaufen ist, die Marktführerschaft in bestehenden Märkten zu erlangen oder diese weiter zu festigen. Zudem verfolgt Novomatic die Strategie, neue Märkte und Technologien zu erschließen, um eine weitere Diversifikation des Konzerns zu erreichen. Damit schaffen wir eine ge-



Harald Neumann im Gespräch zur Bilanz und der Zukunft der Gaming-Branche.

[Michael Königshofer]

sunde Basis für nachhaltiges Wachstum in der Zukunft.

Experten sehen auch weiter einen generellen Anstieg im Geschäftsfeld Glücksspiel. Wissen Sie, wie sich 2018 die Glücksspielsätze weltweit entwickelt haben?

HN: Während die weltweiten Glücksspielsätze laut Global Gambling Report im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent auf 453 Mrd. USD wuchsen, stieg der Umsatz bei Novomatic um nahezu das dreifache. Dementsprechend können wir mit dem operativen Geschäft in der vergangenen Berichtsperiode zufrieden sein. Immerhin haben wir in der Bilanz 2018 insgesamt 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.

Was ist nun das Ziel der Novomatic für 2019? Weiteres Wachstum?

HN: Nach dem raschen Wachstum der vergangenen Jahre werden wir die internen Abläufe und Strukturen

länderübergreifend weiter optimieren. Wir werden somit auch im Jahr 2019 den Fokus verstärkt auf eine Konsolidierung des Wachstums und die Steigerung der Synergien legen. Mit rund 300 Beteiligungen gilt es, Marktpositionierungen, Geschäftsfelder oder Abläufe zu hinterfragen: Hier haben wir noch viel vor. Primäres Ziel sind also weitere Effizienzsteigerungen, um zukunftsfit zu bleiben.

Jetzt ist Novomatic bereits in Europa Marktführer. Welche Möglichkeiten beziehungsweise Chancen ergeben sich nach der Akquisition von Ainsworth im Zukunftsmarkt USA?

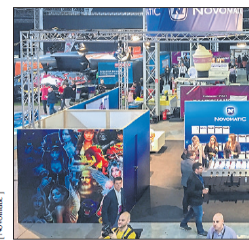
HN: Die Beteiligung am börsennotierten australischen Glücksspielkonzern Ainsworth Game Technology ist für uns nach wie vor von höchster strategischer Bedeutung. Immerhin wollen wir dadurch mittel- bis langfristig den Marktanteil in

den USA auf zehn Prozent steigern. Novomatic könnte somit weltweiter Marktführer im Bereich Glücksspieltechnologie werden. Es freut mich, dass Lawrence Levy, derzeit noch unser Vice President of Global Sales, mit 1. Juli 2019 CEO bei Ainsworth Game Technology wird. Natürlich vorbehaltlich aller erforderlichen behördlichen Genehmigungen.

Welche Bedeutung hat die Öffnung des Sportwettenmarktes in den USA für Novomatic? Sehen Sie dort viel Potential?

HN: Jedenfalls. Generell folgen wir bei den Sportwetten einer internationalen Expansionsstrategie und planen - neben unserer schon bestehenden starken Position im Bereich Sportwetten in Europa - auch Aktivitäten in den USA zu setzen. Wir werden also unser Engagement in den USA sowohl im Geschäftsfeld Sportwetten, als auch im Segment Glücksspiel intensivieren.

4GameChangers Festival 2019



Novomatic-Messestand am 4GameChangers Festival 2019.

Das 4GameChangers Festival ist ein Event der Superlative für Menschen, die die Welt verändern wollen und das wollen viele: Bundeskanzler Sebastian Kurz, Bundespräsident Alexander Van der Bellen, Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder, Max Conze (ProSiebenSat.1), Harald Neumann (Novomatic AG), Andreas Treichl (Erste Bank) und viele mehr. Über drei Tage ging das Festival Anfang April in der Marxhalle, bei dem sich Unternehmen und Start-Ups von ihrer besten Seite zeigten. Zum Höhepunkt des Festivals präsentierte Novomatic-CEO Harald Neumann die Unternehmensgeschichte.

„Die ständige Suche nach Veränderungen zeichnet einen Gamechanger aus und das ist auch der Grundstein für unseren Erfolg. Heute ist Novomatic die Nummer eins in Europa und betreibt weltweit rund 2100 Spielstätten. Innovation liegt uns im Blut. Life is a game - play it to win and have fun“, rät Neumann den Gamechangern. In einer Panel-Diskussion diskutierte der Novomatic-CEO danach mit Georg Pölzl (Post), Peter Boser (Erste Group) und Claudia Gammon (Neos) zum Thema „Ethics role in innovation“.

Novomatic erhält Superbrands Award



H. Neumann, CEO Novomatic AG, freut sich über den Superbrands Award 2019.

[Sonja Kadlec/Novomatic]

Die Superbrands Austria Corporation zeichnete Novomatic erneut als eine der besten Business Superbrands Österreichs aus. Als „Superbrand“ kann man sich weder anmelden noch bewerben. Die weltweit größte Organisation für Markenbewertung und Markenauszeichnung evaluiert seit nahezu zwanzig Jahren die besten Marken der einzelnen Länder, seit 2013 auch in Österreich.

Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender Novomatic AG, nahm den Preis von Superbrands-Geschäftsführer András Wiszkidenszky im Novomatic-Headquarter in Gumpoldskirchen entgegen. „Das Superbrand-Siegel bestätigt die hohe Wertschätzung und Bekanntheit der Marke Novomatic, die in mehr als 70 Ländern tätig ist. Diese Auszeichnung ist ein schöner Beleg für die erfolgreiche und konsistente Markenführung und -positionierung“, so Harald Neumann.

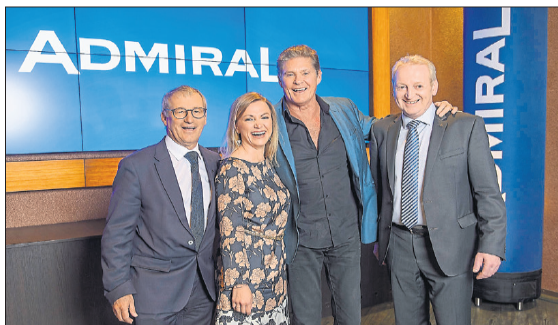
Admiral präsentiert neuen Markenbotschafter

Der neue Markenbotschafter von Admiral heißt David Hasselhoff. Mit mehr als 250 Filialen und einem Glücksspielangebot an rund 150 Standorten gehört Admiral zu Österreichs führenden Anbietern bei Sportwetten und Glücksspiel. „The Hoff“ steht künftig im Zentrum der neuen Admiral-Markenkampagne, die im Frühsommer gelauncht wird.

„Ich bin von der Zusammenarbeit begeistert, denn ich bin ein riesiger Sportfan. Egal, ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Ich feiere mit den Athleten und den Zuschauern mit“, so Hasselhoff über sein Engagement bei Admiral.

Werbespots und Konzerte

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 bekanntes-



Paul Kozelsky, Monika Racek und Stefan Stögner gemeinsam mit neuem Admiral-Markenbotschafter David Hasselhoff.

[Andreas Trichler]

ten internationalen Serienstars. Der Kult gewordene Entertainer, der 2019 auch drei Konzerte in Österreich gibt, begeistert seine Fans mehr denn je. Nun kam Hasselhoff

erneut nach Österreich, wo er erstmals als Gesicht für den neuen Werbeauftritt von Admiral vor der Kamera präsentiert wurde. Erste Spots wurden bereits gedreht. Der Start

der Kampagne ist für Frühsommer 2019 geplant.

Österreich-Fan

Paul Kozelsky, Geschäftsführer der Admiral Sportwetten GmbH: „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.“

In die gleiche Kerbe schlägt auch 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.“

ES GIBT IMMER WAS ZU TUN

Experten aus der unternehmerischen Praxis
über Vor- und Nachteile des Standortes
Österreich und über daraus resultierende
Herausforderungen für Manager.

Woran es in Österreich mangelt

Der Thinktank Agenda Austria hat eine „Roadmap in die Top Ten für den Wirtschaftsstandort“ Österreich verfasst.

Sechs Felder. An den folgenden Themen müsse man demnach ansetzen: öffentliche Finanzen, weil Österreichs Schulden seit 1980 in etwa doppelt so schnell stiegen wie die Wirtschaftsleistung, eine Ausgabenregel und eine Pensionsautomatik soll die Ausgaben bremsen. Der Staat fordere von den Bürgern auch einen zu hohen Anteil an deren Löhnen. Bei der Arbeitslosigkeit seien strukturelle Probleme und die hohe Langzeitarbeitslosigkeit alarmierend. Eine liberale Gewerbeordnung und weniger Bürokratie würden das Wirtschaften erleichtern. Das Bildungssystem sei besser als sein Ruf – aber noch immer nicht gut genug, der Fokus soll auf die ersten Jahre gerichtet sein. Nicht zuletzt brauche ein fortschrittliches Österreich mehr Gründer und eine moderne digitale Infrastruktur.

Die heutige Realität großer und mittelständischer Unternehmen ist globalisiert, schnelllebig und erfordert im Handeln und Denken ein hohes Maß an Flexibilität und Geschwindigkeit. Die am 16. Mai 2019 in Wien erstmals stattfindende, eintägige Konferenz Empowering Agile widmet sich der Thematik, wie etablierte Organisationen eine der größten Herausforderungen, die digitale Transformation, erfolgreich meistern. Die meisten Keynote-Speaker der Konferenz sind Unternehmer, Joanna Bakas ist Mitbegründerin der Consultancy LHBS in Berlin, die mit 15 Mitarbeitern transformative Business Strategien für namhafte Brands entwickelt. Sie hat Job-Erfahrung in mehreren europäischen Ländern. „Österreich ist, kulturell gesehen, ein Land, das auf Nummer sicher geht und Stabilität der Volatilität vorzieht. Auch das Verständnis, dass Scheitern und Fehler etwas Gutes sind, solange man daraus lernt, ist in Österreich noch wenig gefestigt“, sagt sie. Unternehmen sollten nicht über Innovation per se nachdenken, sondern vielmehr darüber, „ob das, was ich heute mache, morgen noch relevant sein wird. Unternehmen werden aus kurzfristiger Sicht zum Funktionieren gedrängt. Manager werden nicht dafür belohnt, langfristig zu denken und ihr Unternehmen in die Zukunft zu führen. Das schadet dem Geschäft.“

Neue Herausforderungen, neues Denken

Stefan Graf ist CEO und Geschäftsführender Gesellschafter der Leyrer + Graf Baugesellschaft m. b. H. Die Unternehmensgruppe zählt zu den top Bauunternehmen Österreichs und beschäftigt an 17 Stand-



»Der Fachkräftemangel ist ein demografisches Thema und damit eine gesellschaftliche Herausforderung, der sich niemand entziehen kann.«

Stefan Graf
CEO der Leyrer + Graf Baugesellschaft m. b. H.



Joanna Bakas, LHBS: „Das Verständnis, dass Scheitern und Fehler etwas Gutes sind, solange man daraus lernt, ist in Österreich noch wenig gefestigt.“

orten rund 2.000 Mitarbeiter. Der Jahresumsatz beträgt aktuell rund 360 Mio. Euro. Seiner Branche macht vor allem der Fachkräftemangel zu schaffen, „wir sind alle gefordert, auf dieses Thema aktiv zuzugehen und unseren Beitrag zu leisten. Es handelt sich dabei um aber nicht um ein Branchenspezifikum, sondern um ein demografisches Thema und damit eine gesellschaftliche Herausforderung, der sich niemand entziehen kann.“ Als CEO eines familieneigenen Betriebs ist er nicht allein, wie Bakas es nennt, „zum kurzfristigen Funktionieren gedrängt“, sondern kann vielmehr „langfristigen und nachhaltiger Erfolg für beide Seiten“ im Auge behalten, so Graf. Harald Neumann, CEO der Novomatic AG, wünscht sich am Standort Österreich vor allem ein „Umdenken in Richtung Leistungsbereitschaft. Diese sollte wesentlich stärker anerkannt und zudem unternehmerisches Denken gefördert werden. Dem Fachkräftemangel begegnet Novomatic mit neuen Suchmodi nach Experten und mit verstärkter Aus- und Weiterbildung eigener Fachkräfte. „Die Anforderungen an Jobs in den nächsten zwanzig Jahren werden sich radikal ändern“, weiß Neumann. ■

»Ein guter Standort ist kein Zufall«

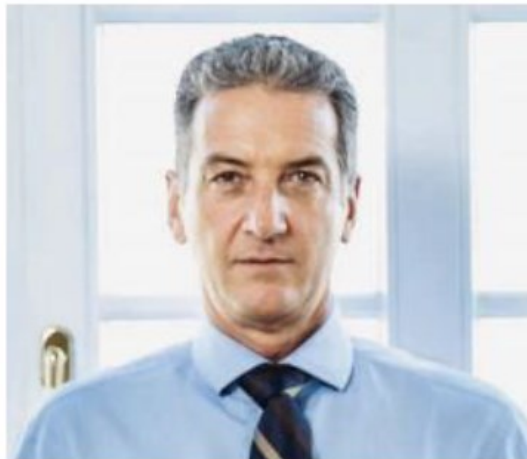
Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG, stellt der Standortpolitik ein gutes Zeugnis aus, wünscht sich aber mehr Innovationsfähigkeit.

Was spricht hat aus Sicht eines weltweit erfolgreichen Unternehmens für den Standort Österreich?

Wir haben in Österreich eine hohe Rechtssicherheit, eine gut ausgebaute Infrastruktur sowie gut ausgebildete und motivierte Arbeitskräfte mit hoher Produktivität. Die Bedingungen für wirtschaftliche Prosperität und Lebensqualität sind längerfristig aber nicht zufällig gegeben, sondern die Folge einer grundsätzlich gut strukturierten und ständig weiterentwickelten Standortpolitik. Bei internationalen Vergleichen liegt Österreich also zu Recht sehr oft im Spitzenfeld. Auch durch die zentrale Lage ist Österreich der Standort für 380 Osteuropa-Headquarters und ein Drehkreuz nach CEE sowie die Balkanstaaten. International tätige Unternehmen mit starker regionaler Verwurzelung wie beispielsweise NOVOMATIC können in weiterer Folge einen wesentlichen Beitrag zur regionalen und nationalen Wertschöpfung leisten. Davon profitiert natürlich Österreich als Standortland ebenso.

Welche Rolle für die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts spielen politische Stabilität und physische wie auch soziale Sicherheit?

Sicherheit und Stabilität sind wesentliche Säulen für die Attraktivität eines Wirtschaftsstandorts. Österreich bietet auch in diesem Bereich ausgezeichnete Rahmenbedingungen für Unternehmen. So wirkt sich die politische Stabilität positiv auf die soziale Sicherheit in Österreich aus und fördert damit die Produktivität.



ZUR PERSON

HARALD NEUMANN ist seit 2014 Vorstandsvorsitzender der Novomatic AG. Neben dem Headquarter in Gumpoldskirchen unterhält die NOVOMATIC-Gruppe Produktionsstandorte und Technologiezentren auf vier Kontinenten und hat insgesamt mehr als 25.500 Mitarbeiter.

Was muss getan werden, damit diese Positionierung des Standortes zumindest gleich bleibt oder noch besser wird?

Die drei entscheidenden Rahmenbedingungen, die ständig weiterentwickelt werden müssen, sind eine moderne Infrastruktur, die Verbesserung der Innovationsfähigkeit durch Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie ein hochwertiges Qualifikationsniveau der Beschäftigten. Das sind die wichtigsten standortpolitischen Herausforderungen für das Industrieland Österreich, dazu gibt es meines Wissens nach unterschiedliche Expertenvorschläge.

Inwiefern spürt NOVOMATIC den Fachkräftemangel in Österreich und was macht man dagegen?

Mittlerweile wissen wir, dass sich die Anforderungen an Jobs in den nächsten zwanzig Jahren radikal ändern werden. Investitionen in die Aus- und Weiterbildung spielen daher eine essenzielle Rolle für die Sicherung des Standorts. Angesichts des weiterhin steigenden Fachkräftemangels gehen auch wir alternative Wege: etwa, indem wir neue Suchmodi nach Experten entwickeln und die verstärkte Aus- und Weiterbildung eigener Fachkräfte forcieren. Letzteres ist bei NOVOMATIC mittlerweile prioritär, wir setzen hier bewusst Akzente und investieren in eigene Akademien: In der 'Corporate Coding Academy' werden Spieleentwickler ausgebildet, in eigenen Programmen wie dem 'International Casino Management Program' gibt es Ausbildungen für künftige Casino-Manager.

»Die drei entscheidenden Rahmenbedingungen sind Infrastruktur, Innovationsfähigkeit und die Qualifikation der Beschäftigten.«

„Trend“, 26.04.2019



GRATULIERTEN. Karin Risser, BBRZ, Monika Ploiner, HLMK, sowie der Ex-Minister und jetzige BSO-Präsident Rudolf Hundstorfer.

Jubiläums-Fest für HLMK Rechtsanwälte



HLMK sind die Initialen von Gerhard Hochedlinger, Wolfgang Luschin, Johannes Marenzi und Ingo Kapsch, allesamt Gründungspartner der renommierten Wirtschaftskanzlei, die dieser Tage ihr zehnjähriges Jubiläum feierte. Mehr als 250 Wegbegleiter, Kunden sowie Freunde folgten der Einladung zum Event ins Palais Wertheim. Auch wenn das Gründerteam zuletzt um einige Juristen erweitert wurde, möchte die Wirtschaftskanzlei dem sogenannten „Boutiquenstatus“, nach dem Grundsatz „What you see is what you get“ treu

bleiben, betonte Hochedlinger in seiner kurzweiligen Ansprache. „Im Zuge des Jubiläums wurde auch die Website sowohl in technischer als auch grafischer Hinsicht einem Relaunch unterzogen“, ergänzt Marenzi. Unter den Gratulanten: Rudolf Hundstorfer, Präsident der Österreichischen Bundes-Sportorganisation, Werner Zenz, Bankhaus Spängler, Elisabeth Stampfl-Blaha, Austrian Standards International, Barbara Feldmann, Novomatic, Franz-Peter Walder, Quality Austria, Peter Keinz, WU Wien, und Stefan Miklaur, Dog's Love.

„www.isa-guide.de“, 25.04.2019

Bilanz 2018: NOVOMATIC AG mit stabilem operativen Geschäft

- Umsatz stieg um mehr als 10 Prozent auf über EUR 2.6 Mrd.
- Wachstum in sämtlichen Kernmärkten mit Fokus auf Italien und Spanien
- Laufendes Geschäft bleibt stabil auf hohem Niveau: EBITDA beträgt mehr als EUR 550 Mio., der operative Cash Flow steigt auf über EUR 480 Mio.
- Konzern führt wesentliche Bereinigungen durch: Bilanzielle Einmaleffekte aufgrund von Abschreibungen übersteigen den operativen Gewinn und resultieren in einem negativen Ergebnis
- NOVOMATIC-Gruppe betreibt rund 2.100 eigene Spielstätten, dazu gehören Spielbanken, Spielhallen, Sportwetten-Outlets und Bingobetriebe
- Steuer- und Abgabenleistungen in Österreich erreichten mit mehr als EUR 100 Mio. einen neuen Höchstwert

Gumpoldskirchen – Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 konnte Europas größter und weltweit aktiver Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC AG den Umsatz um 10,5 Prozent auf EUR 2.613,6 Mio. (2017: EUR 2.366,1 Mio.) steigern. Dabei entfallen auf das Segment „Gaming Operations“, in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich „Gaming Technology“ 37 Prozent dazu beisteuert.

Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend. Während die weltweiten Glücksspielumsätze im Jahr 2018 um 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf USD 453 Mrd. wuchsen (*Quelle: Global Gambling Report der Global Betting and Gaming Consultants*), stieg der Umsatz beim NOVOMATIC AG-Konzern um 10,5 Prozent. Dabei konnten Umsatzzuwächse in sämtlichen Kernmärkten erzielt werden. Insgesamt wurden in der Bilanz 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.

Darüber kann sich auch der Bundeshaushalt der Republik Österreich freuen: Die Steuer- und Abgabenleistungen von NOVOMATIC in Österreich erreichten einen neuen Höchstwert und stiegen auf EUR 101 Mio. (2017: EUR 91 Mio.). Die weltweiten Steuern beliefen sich auf rund EUR 500 Mio. Insgesamt beschäftigt der NOVOMATIC AG-Konzern global mittlerweile 23.495 Mitarbeiter (2017: 23.004), allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz.

„Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde“, fasst Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG, das Ergebnis zusammen.

Beispielsweise fand im Berichtszeitraum in Italien, mit rund 320.000 Glücksspielgeräten der größte Markt Europas, gemessen an der Anzahl der betriebenen Glücksspielgeräte, eine Erhöhung der Glücksspielsteuer statt. Dennoch wurde die Marktposition des Konzerns in Italien weiter ausgebaut. So erreichten die Umsätze in Italien einen Wert von EUR 401,1 Mio. (2017: EUR 371,7 Mio.). Besonders dynamisch hat sich mit einem Umsatzwachstum von 20 Prozent auf EUR 152,1 Mio. (2017: EUR 126,4 Mio.) auch der spanische Markt entwickelt.

Des Weiteren wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2018 in den Regionen Deutschland, Niederlande, Italien, Spanien und Osteuropa Zukäufe durchgeführt, vornehmlich mit dem Geschäftsgegenstand Spielhallenbetrieb, Baraufstellung und Wetten. Mit diesen Akquisitionen soll die Marktposition des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden.

Stabile Geschäftsentwicklung trotz regulatorischer Herausforderungen

Der operative Cash Flow erreichte im Berichtsjahr EUR 483,3 Mio. und konnte somit gegenüber dem Vorjahr (2017: EUR 422,3 Mio.) ausgebaut werden. Das EBITDA blieb mit EUR 555,6 Mio. (2017: EUR 561,9 Mio.) solide auf Vorjahresniveau.

Abschreibungen wirken sich auf das Ergebnis aus

Im Berichtsjahr 2018 sanken weltweit die Aktienkurse von Glücksspielunternehmen, dieser Trend spiegelte sich unter anderem auch im Börsenkurs von Ainsworth Game Technology Ltd. (AGT) wider. Dementsprechend war die wesentlichste Sonderabschreibung in der Höhe von rund EUR 264,3 Mio. AGT zuzuordnen. Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet, wie beispielsweise die Ernennung von Lawrence Levy, bisher als Vice President of Global Sales der NOVOMATIC AG tätig, zum CEO von AGT.

Zudem ist das Unternehmen von der Umsetzung neuer Regulierungsvorschriften, wie beispielsweise in Deutschland, betroffen.

Positiver Ausblick mit Fokus auf Konsolidierung und USA

Hohes Potential sieht Neumann in der bereits im Jahr 2018 begonnenen Konsolidierung mit dem Ziel, möglichst hohe Synergien zwischen den unterschiedlichen Unternehmensbeteiligungen zu erzielen: „Nach dem raschen Wachstum der letzten Jahre, insbesondere durch Zukäufe von Unternehmen, werden wir die internen Abläufe und Strukturen länderübergreifend weiter optimieren.“ Zudem soll das Engagement in den USA sowohl im Bereich Sportwetten – aufgrund der Liberalisierung – als auch im Segment Glücksspiel intensiviert werden.

„www.noen.at“, 25.04.2019

WEGEN ABSCHREIBUNGEN

Glücksspielkonzern Novomatic mit kräftigem Minus 2018

Der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic des Milliardärs Johann Graf konnte im Vorjahr zwar den Umsatz deutlich steigern, Sonderabschreibungen in Höhe von 264,3 Mio. Euro drückten aber das Ergebnis ins Minus.



Lag das Jahresergebnis im Jahr 2017 noch bei plus 61,4 Mio. Euro, stürzte es im Vorjahr auf minus 154,9 Mio. Euro ab.

"Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet", teilte dazu der Konzern Donnerstagabend mit. Der Ausblick sei "positiv, mit Fokus auf Konsolidierung und USA".

Rückblickend meinte Vorstandsvorsitzender Harald Neumann in einer Aussendung: "Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend." In Zahlen heißt das: Der Umsatz wurde um 10,5 Prozent auf 2,61 Mrd. Euro gesteigert. Dabei entfielen auf das Segment "Gaming Operations", in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich "Gaming Technology" 37 Prozent dazu beisteuerte.

Sämtliche Kernmärkte hätten zum Umsatzplus beigetragen. "Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde", präzisierte Neumann.

Der operative Cashflow erreichte im Vorjahr 483,3 Mio. Euro und lag damit über dem Wert von 2017 mit 422,3 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gab mit 555,6 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr leicht nach (2017: 561,9 Mio. Euro).

Weltweit beschäftigt Novomatic 23.495 Mitarbeiter, in Österreich sind es rund 3.200 Personen.

„www.tt.com“, 25.04.2019

Abschreibungen drückten Novomatic-Ergebnis 2018 kräftig ins Minus

Wien/Gumpoldskirchen (APA) - Der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic des Milliardärs Johann Graf konnte im Vorjahr zwar den Umsatz deutlich steigern, Sonderabschreibungen in Höhe von 264,3 Mio. Euro drückten aber das Ergebnis ins Minus. Lag das Jahresergebnis im Jahr 2017 noch bei plus 61,4 Mio. Euro, stürzte es im Vorjahr auf minus 154,9 Mio. Euro ab.

„Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet“, teilte dazu der Konzern Donnerstagabend mit. Der Ausblick sei „positiv, mit Fokus auf Konsolidierung und USA“.

Rückblickend meinte Vorstandsvorsitzender Harald Neumann in einer Aussendung: „Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend.“ In Zahlen heißt das: Der Umsatz wurde um 10,5 Prozent auf 2,61 Mrd. Euro gesteigert. Dabei entfielen auf das Segment „Gaming Operations“, in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich „Gaming Technology“ 37 Prozent dazu beisteuerte.

Sämtliche Kernmärkte hätten zum Umsatzplus beigetragen. „Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde“, präzisierte Neumann.

Der operative Cashflow erreichte im Vorjahr 483,3 Mio. Euro und lag damit über dem Wert von 2017 mit 422,3 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gab mit 555,6 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr leicht nach (2017: 561,9 Mio. Euro).

Weltweit beschäftigt Novomatic 23.495 Mitarbeiter, in Österreich sind es rund 3.200 Personen.

„www.noe.orf.at“, 25.04.2019

Abschreibungen sorgen für Minus bei Novomatic

Das Jahresergebnis des Glücksspielkonzerns Novomatic mit Sitz in Gumpoldskirchen (Bezirk Mödling) ist 2018 auf minus 154,9 Millionen Euro abgestürzt. Der Grund dafür sind Sonderabschreibungen.

Zwar konnte der Umsatz des Konzerns im Vorjahr gesteigert werden, doch die Sonderabschreibungen in der Höhe von 264,3 Millionen Euro drückten das Ergebnis ins Minus. Lag das Jahresergebnis im Jahr 2017 noch bei plus 61,4 Mio. Euro, stürzte es im Vorjahr auf minus 154,9 Mio. Euro ab.

„Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet“, teilte dazu der Konzern Donnerstagabend mit. Der Ausblick sei „positiv, mit Fokus auf Konsolidierung und USA“. Rückblickend meinte Vorstandsvorsitzender Harald Neumann in einer Aussendung: „Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend.“

Umsatz stieg 2018

In Zahlen heißt das: Der Umsatz wurde um 10,5 Prozent auf 2,61 Mrd. Euro gesteigert - mehr dazu in **Novomatic steigerte 2018 Umsatz leicht** (noe.ORF.at; 6.2.2019). Dabei entfielen auf das Segment „Gaming Operations“, in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich „Gaming Technology“ 37 Prozent dazu beisteuerte.

Sämtliche Kernmärkte hätten zum Umsatzplus beigetragen, heißt es. „Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde“, präzisierte Neumann. Der operative Cashflow erreichte im Vorjahr 483,3 Mio. Euro und lag damit über dem Wert von 2017 mit 422,3 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gab mit 555,6 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr leicht nach (2017: 561,9 Mio. Euro). Weltweit beschäftigt Novomatic 23.495 Mitarbeiter, in Österreich sind es rund 3.200 Personen.

„APA“, 25.04.2019

Abschreibungen drückten Novomatic-Ergebnis 2018 kräftig ins Minus

Utl.: Umsatz legte deutlich zu - Ergebnis vor Abschreibungen leicht gesunken

Wien/Gumpoldskirchen (APA) - Der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic des Milliardärs Johann Graf konnte im Vorjahr zwar den Umsatz deutlich steigern, Sonderabschreibungen in Höhe von 264,3 Mio. Euro drückten aber das Ergebnis ins Minus. Lag das Jahresergebnis im Jahr 2017 noch bei plus 61,4 Mio. Euro, stürzte es im Vorjahr auf minus 154,9 Mio. Euro ab.

"Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet", teilte dazu der Konzern Donnerstagabend mit. Der Ausblick sei "positiv, mit Fokus auf Konsolidierung und USA".

Rückblickend meinte Vorstandsvorsitzender Harald Neumann in einer Aussendung: "Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend." In Zahlen heißt das: Der Umsatz wurde um 10,5 Prozent auf 2,61 Mrd. Euro gesteigert. Dabei entfielen auf das Segment "Gaming Operations", in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich "Gaming Technology" 37 Prozent dazu beisteuerte.

Sämtliche Kernmärkte hätten zum Umsatzplus beigetragen. "Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde", präzisierte Neumann.

Der operative Cashflow erreichte im Vorjahr 483,3 Mio. Euro und lag damit über dem Wert von 2017 mit 422,3 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) gab mit 555,6 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr leicht nach (2017: 561,9 Mio. Euro).

Weltweit beschäftigt Novomatic 23.495 Mitarbeiter, in Österreich sind es rund 3.200 Personen.

„APA OTS“, 25.04.2019

Bilanz 2018: NOVOMATIC AG mit stabilem operativen Geschäft

Gumpoldskirchen (OTS) -

- Umsatz stieg um mehr als 10 Prozent auf über EUR 2,6 Mrd.
- Wachstum in sämtlichen Kernmärkten mit Fokus auf Italien und Spanien
- Laufendes Geschäft bleibt stabil auf hohem Niveau: EBITDA beträgt mehr als EUR 550 Mio., der operative Cashflow steigt auf über EUR 480 Mio.
- Konzern führt wesentliche Bereinigungen durch: Bilanzielle Einmaleffekte aufgrund von Abschreibungen übersteigen den operativen Gewinn und resultieren in einem negativen Ergebnis
- Die NOVOMATIC-Gruppe betreibt rund 2.100 eigene Spielstätten, dazu gehören Spielbanken, Spielhallen, Sportwetten-Outlets und Bingobetriebe
- Steuer- und Abgabenleistungen in Österreich erreichten mit mehr als EUR 100 Mio. einen neuen Höchstwert

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 konnte Europas größter und weltweit aktiver Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC AG den Umsatz um 10,5 Prozent auf EUR 2.613,6 Mio. (2017: EUR 2.366,1 Mio.) steigern. Dabei entfallen auf das Segment „Gaming Operations“, in dem das Unternehmen als Betreiber von Glücksspielgeräten international agiert, 63 Prozent dieser Umsatzerlöse, während der Bereich „Gaming Technology“ 37 Prozent dazu beisteuert.

Das operative Geschäft verlief in der vergangenen Berichtsperiode äußerst zufriedenstellend. Während die weltweiten Glücksspielumsätze im Jahr 2018 um 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf USD 453 Mrd. wuchsen (Quelle: Global Gambling Report der Global Betting and Gaming Consultants), stieg der Umsatz beim NOVOMATIC AG-Konzern um 10,5 Prozent. Dabei konnten Umsatzzuwächse in sämtlichen Kernmärkten erzielt werden. Insgesamt wurden in der Bilanz 226 Tochterunternehmen voll konsolidiert.

Darüber kann sich auch der Bundeshaushalt der Republik Österreich freuen: Die Steuer- und Abgabenleistungen von NOVOMATIC in Österreich erreichten einen neuen Höchstwert und stiegen auf EUR 101 Mio. (2017: EUR 91 Mio.). Die weltweiten Steuern beliefen sich auf rund EUR 500 Mio. Insgesamt beschäftigt der NOVOMATIC AG-Konzern global mittlerweile 23.495 Mitarbeiter (2017: 23.004), allein in Österreich bietet das Unternehmen rund 3.200 Menschen aus 70 Nationen einen sicheren Arbeitsplatz. „Wachstumstreiber waren die europäischen Kernmärkte, wobei in Deutschland und Italien das Ergebnis von regulatorischen Maßnahmen beeinflusst wurde“, fasst Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG, das Ergebnis zusammen.

Beispielsweise fand im Berichtszeitraum in Italien, mit rund 320.000 Glücksspielgeräten der größte Markt Europas, gemessen an der Anzahl der betriebenen Glücksspielgeräte, eine Erhöhung der Glücksspielsteuer statt. Dennoch wurde die Marktposition des Konzerns in Italien weiter ausgebaut. So erreichten die Umsätze in Italien einen Wert von EUR 401,1 Mio. (2017: EUR 371,7 Mio.). Besonders dynamisch hat sich mit einem Umsatzwachstum von 20 Prozent auf EUR 152,1 Mio. (2017: EUR 126,4 Mio.) auch der spanische Markt entwickelt.

Des Weiteren wurden im Laufe des Geschäftsjahres 2018 in den Regionen Deutschland, Niederlande, Italien, Spanien und Osteuropa Zukäufe durchgeführt, vornehmlich mit dem Geschäftsgegenstand Spielhallenbetrieb, Baraufstellung und Wetten. Mit diesen Akquisitionen soll die Marktposition des Konzerns in den europäischen Kernmärkten weiter ausgebaut werden.

Stabile Geschäftsentwicklung trotz regulatorischer Herausforderungen

Der operative Cashflow erreichte im Berichtsjahr EUR 483,3 Mio. und konnte somit gegenüber dem Vorjahr (2017: EUR 422,3 Mio.) ausgebaut werden. Das EBITDA blieb mit EUR 555,6 Mio. (2017: EUR 561,9 Mio.) solide auf Vorjahresniveau.

Abschreibungen wirken sich auf das Ergebnis aus

Im Berichtsjahr 2018 sanken weltweit die Aktienkurse von Glücksspielunternehmen, dieser Trend spiegelte sich unter anderem auch im Börsenkurs von Ainsworth Game Technology Ltd. (AGT) wider. Dementsprechend war die wesentlichste Sonderabschreibung in der Höhe von rund EUR 264,3 Mio. AGT zuzuordnen. Erste Maßnahmen zur Trendumkehr wurden allerdings bereits eingeleitet, wie beispielsweise die Ernennung von Lawrence Levy, bisher als Vice President of Global Sales der NOVOMATIC AG tätig, zum CEO von AGT.

Zudem ist das Unternehmen von der Umsetzung neuer Regulierungsvorschriften, wie beispielsweise in Deutschland, betroffen.

Positiver Ausblick mit Fokus auf Konsolidierung und USA

Hohes Potential sieht Neumann in der bereits im Jahr 2018 begonnenen Konsolidierung mit dem Ziel, möglichst hohe Synergien zwischen den unterschiedlichen Unternehmensbeteiligungen zu erzielen: „Nach dem raschen Wachstum der letzten Jahre, insbesondere durch Zukäufe von Unternehmen, werden wir die internen Abläufe und Strukturen länderübergreifend weiter optimieren.“ Zudem soll das Engagement in den USA sowohl im Bereich Sportwetten - aufgrund der Liberalisierung - als auch im Segment Glücksspiel intensiviert werden.

Über NOVOMATIC

Die NOVOMATIC-Gruppe ist als Produzent und Betreiber einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt und beschäftigt mehr als 30.000 Mitarbeiter. Die vom Industriellen Professor Johann F. Graf im Jahr 1980 gegründete Unternehmensgruppe verfügt über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert innovatives Glücksspielequipment, Systemlösungen, Lotteriesystemlösungen und Dienstleistungen in mehr als 70 Staaten. Der Konzern betreibt selbst in rund 2.100 eigenen elektronischen Automatencasinos und Spielbanken sowie über Vermietungsmodelle insgesamt rund 255.000 Gaming Terminals und Video Lottery Terminals (VLTs).

Durch ihre zahlreichen internationalen Tochtergesellschaften ist die NOVOMATIC-Gruppe als Full Service-Anbieter in allen Segmenten der Glücksspielindustrie tätig und bietet ein umfassendes Omni-Channel-Produktportfolio für Partner und Kunden weltweit. Das Spektrum reicht von terrestrischen Gaming-Produkten und Services über Management-Systeme und Cash Management-Lösungen, Online, Mobile und Social Gaming-Lösungen bis hin zu Lotterie- und Sportwetten-Lösungen sowie einer Reihe weiterer erstklassiger Produkte und Services.

„www.leadersnet.at“, 25.04.2019

Novomatic expandiert in Asien

Vertriebsvereinbarung mit Indo Pacific Gaming unterzeichnet.



Harald Neumann © Novomatic AG/Harald Krischanz

Der heimische Glücksspielkonzern Novomatic verstärkt seine Aktivitäten in der Region Asien-Pazifik. Dazu wurde eine Vertriebsvereinbarung mit Indo Pacific Gaming unterzeichnet. Indo Pacific Gaming wird die Märkte in Kambodscha, Laos, Sri Lanka, Goa, Nepal und Vietnam beliefern. Novomatic stellt dafür Spiele, Technologielösungen, Systeme, Jackpots und Sportwetten zur Verfügung.

Diese Vertriebspartnerschaft soll die Expansion von Novomatic im asiatisch-pazifischen Raum vorantreiben und neue Potenziale für die Unternehmensgruppe erschließen. "Dieser strategische Schritt bedeutet eine Stärkung unserer Position als Anbieter in der Region Asien-Pazifik. Unser Fokus liegt heuer, nach dem Wachstum der letzten Jahre, auf der Steigerung unserer Synergien, auch durch die verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen", erklärt Novomatic-CEO Harald Neumann.

Mit Jade Entertainment and Gaming Technology hat Novomatic schon seit längerer Zeit einen Vertriebspartner in der Region Südostasien, der sich hauptsächlich auf die Märkte Philippinen, Macau, Malaysia und Vietnam fokussiert und über Niederlassungen in diesen Ländern verfügt. (ots/red)

www.novomatic.com

www.indo.com.au

„www.gamesundbusiness.de“, 25.04.2019

National Dart Association ehrt Löwen



In Las Vegas wurde Löwen Entertainment mit einer Auszeichnung des Darts-Dachverbands der USA (National Dart Association/NDA) geehrt.

Bei dem Team-Dart-Event in Las Vegas wurde Löwen Entertainment am 14. April für seine langjährige Unterstützung der National Dart Association (NDA) ausgezeichnet. Mit über 46.000 Sportlern unter dem Dach der NDA zählt sie zu den weltweit führenden Verbänden des elektronischen Dartssports.

Die Ehrung nahm Helmut Schneller, Leiter des Compactsport-Produktmanagements von Löwen Entertainment, aus der Hand des neuen NDA-Präsidenten Paul Krenz entgegen. "Mit Löwen Dart haben wir in Deutschland einen Marktanteil von rund 95 Prozent und sind auch international marktführend", sagt Helmut Schneller. "Jährlich werden 2.000 elektronische Dartgeräte bei uns in Bingen am Rhein produziert. Wir freuen uns daher sehr über diese besondere Auszeichnung der NDA, die uns in unserer Arbeit bestätigt."

Bei dem Team-Dart-Event 2019 im Westgate Las Vegas Resort & Casino waren unter den rund 3.000 Dartern auch zahlreiche Teilnehmer des Deutschen Sportautomatenbundes (DSAB). Löwen unterstützte die Veranstaltung mit 80 Löwen-Dartgeräten.

Foto: Helmut Schneller, Leiter des Compactsport-Produktmanagements von Löwen Entertainment, nahm die Auszeichnung entgegen.

„www.spieler-info.at“, 25.04.2019

NÖN / Grüne wollen Automaten loswerden



Bild © CC0 Creative Commons, Pixabay (Ausschnitt)

Wie die *Niederösterreichischen Nachrichten* aktuell berichten sind Badens Vizebürgermeisterin, Landtagsabgeordnete und Landessprecherin Helga Krismer-Huber von den Grünen und Novomatic, der weltweit tätige Glücksspielkonzern mit Sitz in Gumpoldskirchen (Bezirk Mödling), zwar örtlich gesehen – fast – Nachbarn, an den guten Beziehungen hapert es aber gewaltig.



Dr. Helga Krismer-Huber / Bild © NÖ Landtag – landtag-noe.at

Die Grünen-Multifunktionärin versucht einmal mehr, mit substanzlosen Attacken und völlig falschen Zahlen im Hinblick auf das legale und streng regulierte Glücksspielangebot Aufmerksamkeit zu erregen,

ärgert sich Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG, im NÖN-Gespräch.

Krismer-Huber ritt in ihrer Funktion als Landessprecherin der Grünen im Rahmen einer Aussendung einmal mehr heftige Attacken gegen das Glücksspiel: Ein Milliardenbetrag wurde und werde den Niederösterreichern „aus der Tasche gezogen.“ Zudem sei das Suchtpotenzial von Glücksspielautomaten „enorm“. Sie fordert daher auch in Niederösterreich ein Verbot der Glücksspielautomaten nach Wiener Vorbild.

Konzern für Spielerschutz ausgezeichnet



Vorstandsvorsitzende Dr. Monika Racek / Bild © ADMIRAL Casinos & Entertainment AG

Der Glaube, dass sich durch Verbote alles regeln lässt, wurde bereits vielfach widerlegt,

kontert Racek.

Es geht letztendlich darum, durch richtigen Spieler- und Jugendschutz geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen. Das ist zweifelsfrei in Niederösterreich mit einem strengen Gesetz gelungen.

Und die Vorstandsvorsitzende lässt nicht unerwähnt, dass das Unternehmen bereits international für den Einsatz für Spielerschutzmaßnahmen ausgezeichnet wurde.

Unsere geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind verantwortungsbewusste Menschen mit hoher sozialer und fachlicher Kompetenz. Wir können nicht zulassen, dass sie systematisch diskreditiert werden.

Deshalb werde auch geklagt, denn

das sind wir unseren über 3.000 Mitarbeitern und deren Familien in Österreich schuldig.

9.000 illegale Automaten beschlagnahmt

Besonders unverständlich ist für Racek, dass sich Krismer-Huber nicht der Bekämpfung des illegalen Glücksspiels annehme, sondern

immer nur regelmäßig Kritik am streng regulierten und legalen Glücksspiel artikuliert.

Damit spiele sie den illegalen Betreibern in die Hände, die sich laut Racek ein Glücksspielverbot wünschen, um anschließend ungehindert den Markt bedienen zu können.

Österreichweit wurden laut Finanzministerium allein im Zeitraum zwischen 2014 und 2018 über 9.000 illegale Glücksspielgeräte beschlagnahmt. Besonders in Niederösterreich zeige sich die positive Auswirkung des legalen Angebots, streicht Racek hervor.

Wenige Jahre nach dem Start der streng regulierten Landesausspielungen mit umfassenden Zutrittskontrollen und einer direkten Anbindung jedes legalen Geräts an das Bundesrechenzentrum konnte der Bestand an illegalen Geräten rasch und nachhaltig reduziert werden.

Das alles zeige, dass

wir nur dann gegen illegales Glücksspiel vorgehen können, wenn es die rechtlichen Rahmenbedingungen so wie in Niederösterreich, ermöglichen.

Ganz im Gegensatz zum illegalen Glücksspiel, wo

tatsächlich Unsummen verdient werden, ohne Spieler- und Jugendschutz, ohne nachhaltige Arbeitsplätze zu schaffen und ohne Steuern abzuführen. Ich halte es für sehr bedenklich, wenn das alles für eine politische Profilierungskampagne geopfert wird,

ergänzt Racek.

„www.noen.at“, 25.04.2019

GLÜCKSSPIEL

Grüne wollen Automaten loswerden

Badens Vizebürgermeisterin, Landtagsabgeordnete und Landessprecherin Helga Krismer von den Grünen und Novomatic, der weltweit tätige Glücksspielkonzern mit Sitz in Gumpoldskirchen (Bezirk Mödling), sind zwar örtlich gesehen – fast - Nachbarn, an den guten Beziehungen hapert es aber gewaltig.



📷 Günter Hofstädter

Helga Krismer von den Grünen fordert das Verbot von Spielautomaten nach Wiener Vorbild; ebenso wie "jede Werbung von Wetten und Glücksspielen bei Sportveranstaltungen".

„Die Grünen-Multifunktionärin versucht einmal mehr, mit substanzlosen Attacken und völlig falschen Zahlen im Hinblick auf das legale und streng regulierte Glücksspielangebot Aufmerksamkeit zu erregen“, ärgert sich Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG, im NÖN-Gespräch.

Krismer ritt in ihrer Funktion als Landessprecherin der Grünen im Rahmen einer Aussendung einmal mehr heftige Attacken gegen das Glücksspiel: Ein Milliardenbetrag wurde und werde den Niederösterreichern „aus der Tasche gezogen.“ Zudem sei das Suchtpotenzial von Glücksspielautomaten „enorm“. Sie fordert daher auch in Niederösterreich ein Verbot der Glücksspielautomaten nach Wiener Vorbild.

Konzern für Spielerschutz ausgezeichnet

„Der Glaube, dass sich durch Verbote alles regeln lässt, wurde bereits vielfach widerlegt“, kontert Racek. „Es geht letztendlich darum, durch richtigen Spieler- und Jugendschutz geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen. Das ist zweifelsfrei in Niederösterreich mit einem strengen Gesetz gelungen.“ Und die Vorstandsvorsitzende lässt nicht unerwähnt, dass das Unternehmen bereits international für den Einsatz für Spielerschutzmaßnahmen ausgezeichnet wurde. „Unsere geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind verantwortungsbewusste Menschen mit hoher sozialer und fachlicher Kompetenz. Wir können nicht zulassen, dass sie systematisch diskreditiert werden.“ Deshalb werde auch geklagt, denn „das sind wir unseren über 3.000 Mitarbeitern und deren Familien in Österreich schuldig“.

9.000 illegale Automaten beschlagnahmt

Besonders unverständlich ist für Racek, dass sich Krismer nicht der Bekämpfung des illegalen Glücksspiels annehme, sondern „immer nur regelmäßig Kritik am streng regulierten und legalen Glücksspiel artikuliert“. Damit spiele sie den illegalen Betreibern in die Hände, die sich laut Racek ein Glücksspielverbot wünschen, um anschließend ungehindert den Markt bedienen zu können. Österreichweit wurden laut Finanzministerium allein im Zeitraum zwischen 2014 und 2018 über 9.000 illegale Glücksspielgeräte beschlagnahmt. Besonders in Niederösterreich zeige sich die positive Auswirkung des legalen Angebots, streicht Racek hervor. „Wenige Jahre nach dem Start der streng regulierten Landesausspielungen mit umfassenden Zutrittskontrollen und einer direkten Anbindung jedes legalen Geräts an das Bundesrechenzentrum konnte der Bestand an illegalen Geräten rasch und nachhaltig reduziert werden.“ Das alles zeige, dass „wir nur dann gegen illegales Glücksspiel vorgehen können, wenn es die rechtlichen Rahmenbedingungen so wie in Niederösterreich, ermöglichen“. Ganz im Gegensatz zum illegalen Glücksspiel, wo „tatsächlich Unsummen verdient werden, ohne Spieler- und Jugendschutz, ohne nachhaltige Arbeitsplätze zu schaffen und ohne Steuern abzuführen. Ich halte es für sehr bedenklich, wenn das alles für eine politische Profilierungskampagne geopfert wird“, ergänzt Racek.

„www.yogonet.com“, 24.04.2019

Lawrence Levy's responsibilities will be taken over by Jens Einhaus and Sonya Nikolova

Ainsworth's incoming CEO to be replaced by two executives at Novomatic



Sonya Nikolova, 43, will be Vice President of Sales for Africa and Asia; and Jens Einhaus, 51, will take on the responsibility for sales in Europe and the Americas.

AUSTRIA | 04/24/2019

Levy, currently Novomatic VP of Global Sales, was officially announced as Ainsworth's CEO as of July 1, 2019. Nearly 53 percent of the Australian listed gaming company is owned by Novomatic AG. Jens Einhaus will take over Novomatic sales duties for Europe and the Americas, while Sonya Nikolova will be responsible for Africa and Asia.

Novomatic Vice President of Global Sales, Lawrence Levy, 57, will take on responsibility for **Ainsworth Game Technology Ltd.** in the position of CEO as of July 1, 2019 —subject to necessary approval from authorities. His current responsibilities will be split in two positions.

“We are proud to announce that Lawrence has been named by the Executive Board of Ainsworth Game Technology's as the new CEO. We are convinced that Lawrence will lead the company back to its path of success of the past,” says **Harald Neumann, CEO of Novomatic AG.**

Since the beginning of 2018, Novomatic and the listed Australian gaming corporation have had a close connection. **Novomatic took over approximately 53 percent of the company, becoming the majority stakeholder of Ainsworth Game Technology.** Also, Novomatic is a strategic partner for sales and technology, with the goal of strengthening both companies and increasing market shares. Neumann said: “We will continue to have a great deal of contact with one another in the future and are looking forward to working together with Lawrence.”

Levy has been active in the gaming industry for over 37 years. In 2009, as Novomatic entered the South American market, he became the General Manager of Crown Gaming Peru, responsible for Novomatic Group activities in South and Central America. On February 1, 2017, Levy accepted the position of Vice President of Global Sales at Novomatic. In this role, he focused on the further development and sale of the comprehensive product portfolio, making a significant contribution to the current development of new markets in the Americas, Africa, Asia and Australia.



Jens Einhaus will take on the responsibility for sales in Europe and the Americas, while Sonya Nikolova will be responsible for Africa and Asia.

Einhaus, 51, has been working in the gaming industry for 27 years. He was the Sales Director at Novomatic from 1999 to 2017 and since the beginning of 2018 he works as Vice President of Sales Strategies for Novomatic. "As a gaming technology group that operates across the globe, Novomatic has an excellent reputation within the industry. The job is going to be very interesting. In Europe as well as in the Americas, it will be all about expanding our market shares," he commented.

Nikolova, 43, will be Vice President of Sales for Africa and Asia. Born in Bulgaria, she has more than 20 years of experience in the gaming industry and joined Novomatic in 2016 as Head of Sales for Emerging Markets and the CEE region. "The industry dynamics in Asia and the emerging markets of Africa will definitely shape the future of the global gaming map. These are giant opportunities for expansion and Novomatic is ready to explore them having an extensive portfolio of premier products and innovative solutions. In South Africa we are already the market leader in the gaming industry by a clear margin," says Nikolova.

„www.leadersnet.at“, 24.04.2019

Novomatic Global Sales-Chef wird Ainsworth-CEO

Lawrence Levy ab 1. Juli an der Spitze des australischen Unternehmens.



Lawrence Levy, Novomatic-Vice President of Global Sales, wird mit 1. Juli 2019 – vorbehaltlich aller erforderlichen behördlichen Genehmigungen – als CEO an die Spitze von Ainsworth Game Technology Ltd. einziehen. Der australische börsennotierte Konzern steht zu rund 53 Prozent im Eigentum der Novomatic AG.

Die bisherigen Agenden von Lawrence Levy als Vice President of Global Sales werden künftig aufgeteilt. Für den Vertrieb in Europa und Amerika wird Jens Einhaus verantwortlich sein, für Afrika und Asien Sonya Nikolova. "Wir sind stolz, dass Lawrence vom Executive Board der Ainsworth Game Technology zum neuen CEO ernannt wurde und sind davon überzeugt, dass mit ihm das Unternehmen wieder an die Erfolge der vergangenen Jahre anschließen wird", so Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender Novomatic AG.

Seit 37 Jahren in der Gaming-Branche

Lawrence Levy arbeitet seit über 37 Jahren in unterschiedlichen Funktionen der Gaming-Branche. 2009 wurde er anlässlich des Markteintritts von Novomatic in Südamerika als General Manager von Crown Gaming Peru tätig und verantwortete die Aktivitäten der Novomatic-Gruppe in Süd- und Zentralamerika.

Am 1. Februar 2017 übernahm Levy die Position des Vice President of Global Sales bei Novomatic. In dieser Funktion konzentrierte sich Levy vor allem auf die Weiterentwicklung sowie den Vertrieb des umfassenden Produktportfolios und trug damit maßgeblich zu der gegenwärtig stattfindenden Erschließung neuer Märkte in Amerika, Afrika, Asien und Australien bei.

Stärken der beiden Marken ausbauen

Eine Verbindung zwischen Novomatic und dem börsennotierten australischen Glücksspielkonzern besteht seit Anfang 2018. Novomatic übernahm insgesamt 53 Prozent und wurde somit Mehrheitseigentümer von Ainsworth Game Technology. Zudem besteht eine strategische Partnerschaft für Vertrieb und Technologie mit dem Ziel, die Stärken der beiden Marken auszubauen und Marktanteile zu gewinnen.

Jens Einhaus ist seit 27 Jahren in der Gaming-Industrie tätig. Von 1999 bis 2017 war er als Sales Director und seit Anfang 2018 ist er als Vice President of Sales Strategies bei Novomatic tätig. Sonya Nikolova bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Gaming-Industrie mit und ist seit 2016 Head of Sales von Novomatic für Emerging Markets und CEE. (ots/red)

www.novomatic.com

www.agtslots.com.au

„www.isa-guide.de“, 24.04.2019

NOVOMATIC Global Sales-Chef wird Ainsworth-CEO

NOVOMATIC Vice President of Global Sales, Lawrence Levy, 57, wird mit 1. Juli 2019 – vorbehaltlich aller erforderlichen behördlichen Genehmigungen – als CEO an die Spitze von Ainsworth Game Technology Ltd. einziehen. Der australische börsennotierte Konzern steht zu rund 53 Prozent im Eigentum der NOVOMATIC AG. Jens Einhaus wird die NOVOMATIC-Verkaufsagenden für Europa und Amerika übernehmen, Sonya Nikolova jene für Afrika und Asien.

Gumpoldskirchen – „Wir sind stolz, dass Lawrence vom Executive Board der Ainsworth Game Technology zum neuen CEO ernannt wurde und sind davon überzeugt, dass mit ihm das Unternehmen wieder an die Erfolge der vergangenen Jahre anschließen wird“, so Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender NOVOMATIC AG. Eine Verbindung zwischen NOVOMATIC und dem börsennotierten australischen Glücksspielkonzern besteht seit Anfang 2018. NOVOMATIC übernahm damals insgesamt 53 Prozent und wurde somit Mehrheitseigentümer von Ainsworth Game Technology. Zudem besteht eine strategische Partnerschaft für Vertrieb und Technologie mit dem Ziel, die Stärken der beiden Marken auszubauen und Marktanteile zu gewinnen. Neumann: „Wir werden also auch künftig viele Kontaktpunkte haben und freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Lawrence.“

Lawrence Levy arbeitet seit über 37 Jahren in unterschiedlichen Funktionen der Gaming-Branche. 2009 wurde er anlässlich des Markteintritts von NOVOMATIC in Südamerika als General Manager von Crown Gaming Peru tätig und verantwortete die Aktivitäten der NOVOMATIC-Gruppe in Süd- und Zentralamerika. Am 1. Februar 2017 übernahm Levy die Position des Vice President of Global Sales bei NOVOMATIC. In dieser Funktion konzentrierte sich Levy vor allem auf die Weiterentwicklung sowie den Vertrieb des umfassenden Produktportfolios und trug damit maßgeblich zu der gegenwärtig stattfindenden Erschließung neuer Märkte in Amerika, Afrika, Asien und Australien bei.

Die Agenden von Lawrence Levy als Vice President of Global Sales werden künftig aufgeteilt. Für den Vertrieb in Europa und Amerika wird Jens Einhaus verantwortlich sein, für Afrika und Asien Sonya Nikolova.

Jens Einhaus, 51, ist seit 27 Jahren in der Gaming-Industrie tätig. Von 1999 bis 2017 war er als Sales Director und seit Anfang 2018 ist er als Vice President of Sales Strategies bei NOVOMATIC tätig. Einhaus: „NOVOMATIC genießt als weltweit führender Gaming-Technologiekonzern einen hervorragenden Ruf in der Branche. Es wartet eine spannende Aufgabe auf mich. Sowohl in Europa, als auch in Amerika wird es vor allem darum gehen, Marktanteile weiter auszubauen.“

Sonya Nikolova, 43, wird als Vice President die Vertriebsagenden für Afrika und Asien übernehmen. Die gebürtige Bulgarin bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Gaming-Industrie mit und ist seit 2016 Head of Sales von NOVOMATIC für Emerging Markets und CEE. Nikolova: „Asien und die Wachstumsmärkte in Afrika werden unsere Branche nachhaltig verändern. Hier gibt es enorme Möglichkeiten, zu expandieren. NOVOMATIC hat schon einige Produkte und Innovationen im Portfolio, die genau für diesen Markt passen. In Südafrika sind wir mit unserer Gaming-Technologie bereits mit deutlichem Abstand Marktführer.“

„www.casinoplusbonus.com“, 24.04.2019

Schwächelnde Novomatic-Tochter Ainsworth erhält neuen CEO!



Bei der schwächelnden Novomatic-Tochter Ainsworth Gaming Technologies werden die Zügel angezogen. Lawrence Levy (Foto) wurde zum neuen CEO der Australier ernannt. (Foto: Novomatic.com / Copy Sebastian Philipp)

Mit großen
Ambitionen übernahm
der österreichische
Glücksspielriese
Novomatic Anfang
2018 den
australischen

Spielautomatenhersteller Ainsworth Gaming Technologies. Nicht Geringeres als die Pforte in den lukrativen US-Markt sollte die neue Tochter für den global agierenden Konzern werden. Ebenfalls hoffte Novomatic mit der immerhin rund 300 Millionen Euro schweren Übernahme ebenso die eigenen Geschäfte mit den eigenen Novoline Spielautomaten auch in Asien, Australien und in Lateinamerika kräftig anzukurbeln. Doch schon kurz nach dem Kauf von rund 53 Prozent an Ainsworth Gaming Technologies und der damit verbundenen Mehrheitsbeteiligung zeigte sich, dass wohl doch nicht unbedingt alles Gold war, was da glänzte. Die neue Novomatic-Tochter hatte in den letzten 12 Monaten vor allem mit rückläufigen Umsätzen beim Absatz der eigenen Echtgeld Automaten Spiele zu kämpfen. Durch diese nicht besonders positive Entwicklung sah sich nun Novomatic wohl dazu genötigt mit Lawrence Levy [einen neuen CEO](#) bei Ainsworth Technologies zu installieren.

Mit Lawrence Levy soll Ainsworth Gaming Technologies zurück zu alter Stärke

Während Novomatic vor allem in Deutschland, Österreich, der Schweiz und im Rest von Europa in fast jedem Casino mit den eigenen Novoline Spielautomaten anzutreffen ist, sieht dies in anderen Regionen der Welt noch anders aus. Vor allem in den USA, in Asien sowie Lateinamerika gibt es für die Österreicher noch jede Menge Luft nach oben. Bei Ainsworth Gaming Technologies wiederum sieht dies genau gegenteilig aus. Während in den Zukunftsmärkten von Novomatic die Australier eine große Nummer sind und zu den wichtigsten fünf Spielautomatenherstellern gehören, war vor allem Europa lange Zeit eine fast weiße Landkarte. Deshalb schien für beide Seiten die millionenschwere Übernahme eigentlich Golde Zeiten zu versprechen. Doch während Novomatic es nun mit seinen Novoline Automaten Spielen es immer besser gelingt in Amerika und Asien Fuß zu fassen, schwächelt ausgerechnet Ainsworth Gaming Technologies seit verganginem Jahr. Hier stach erst wieder in den letzten [Halbjahrszahlen](#) vor allem der heimische Markt in Australien einmal mehr besonders negativ hervor. Um fast die Hälfte brach hier der Umsatz zwischen Juli und Dezember 2018 ein und konnte nur einigermaßen vom etwas besser laufenden Geschäft im Amerika kompensiert werden. Alles in allem waren dies sicherlich Zahlen, die der Vorstandsetage um CEO Harald Neumann bei Novomatic kaum geschmeckt haben dürfte. Deshalb folgte nun mit der Ernennung von Lawrence Levy zum neuen CEO bei Ainsworth Gaming Technologies der logische Schritt, um die Novomatic-Tochter wieder in besseres Fahrwasser zu führen.

Schon als der Preis der Übernahme von rund 300 Millionen Euro für 53 Prozent der Anteile an Ainsworth Gaming Technologies durch Novomatic bekannt wurde, hielten einige Experten den Kaufpreis für übersteuert. Wie sich nun in den letzten Monaten zeigte, könnte diese Analyse durchaus zutreffen. Allerdings sahen die Österreicher in der Übernahme der Australier von Beginn an ein langfristiges Investment, welches den gesamten Konzern in Zukunft neue Märkte eröffnen soll. Gelingt dies in den nächsten zwei bis drei Jahren, dürfte sich die Übernahme trotz der Startschwierigkeiten für Novomatic gelohnt haben.

Lawrence Levy bringt alles mit um Ainsworth Gaming Technologies wieder zum Erfolg zu führen

Eines zeigt die Ernennung von Lawrence Levy zum neuen CEO von Ainsworth Gaming Technologies recht deutlich. Die Zeiten, in denen Novomatic die Australier relative eigenständig ihren Weg gehen ließ, sind nun vorbei. Bislang bündelten die Österreicher im vergangenen Jahr nur den weltweiten Vertrieb der eigenen Novoline Spielautomaten mit den Echtgeld Automaten Spielen von AGT. Diese relative Eigenständigkeit bei der Entwicklung und Fertigung der eigenen Slots scheint jedoch, wie die letzten Zahlen zeigten, nicht den erhofften Erfolg gebracht zu haben. Lawrence Levy kommt direkt von Novomatic und war bislang als Vice President of Global Sales für den weltweiten Vertrieb zuständig. Durch diese Position, die er seit Februar 2017 bei den Österreichern innehatte, kennt dieser sowohl die Stärken wie auch die Schwächen der Australier genau. Ebenso verfügt er über den notwendigen Stallgeruch von Novomatic und wird in Zukunft Ainsworth Gaming Technologies deutlich enger an den Mutterkonzern binden. Diese verstärkte Kontrolle scheint für die Österreicher notwendig zu erscheinen, um den Spielautomatenhersteller aus Down Under wieder in die Erfolgsspur zu führen. Mit seiner langjährigen Erfahrung in verschiedenen Positionen bei Novomatic und seiner Expertise beim Ausbau neuer Glücksspielmärkte dürfte dies wohl auch in den nächsten zwei bis drei Jahren gelingen. Zusätzlich sendet der Novoline Spielautomatenhersteller noch ein wichtiges Signal. Nicht nur die eigenen, produzierten Slots genießen im Konzern Priorität, sondern ebenso die Automaten Spiele der Australier.

Lawrence Levy ist bereits seit 2009 im Glücksspielkonzern Novomatic in verschiedenen Führungspositionen tätig. So war er unter anderem General Manager von Crown Gaming Peru und steuerte deren Geschäfte in Lateinamerika. Am 1. Februar 2017 wiederum wurde er schließlich zum Vice President of Global Sales bei Novomatic ernannt. Hier koordinierte er als oberster Lenker diverse Markteintritte der Österreicher in Amerika, in Australien, in Asien sowie in Afrika. Insgesamt verfügt Levy über rund 37 Jahre Erfahrung in der Gaming- und Glücksspielbranche.

Lawrence Levy's alte Position wird auf mehrer Schultern verteilt

Mit der Berufung zum neuen CEO bei Ainsworth Gaming Technologies wurde gleichzeitig der so wichtige Posten des Vice President of Global Sales bei Novomatic frei. Überraschenderweise hat sich dabei der Konzern dazu entschlossen, die Position nicht mit einem, sondern gleich mit zwei Nachfolgern zu besetzen. Dies dürfte wohl dem gestiegenen Arbeitspensum durch diverse Markteintritte auf der ganzen Welt geschuldet sein und dürfte ebenfalls einen stärkeren Fokus auf einzelne Kontinente ermöglichen. Den Geschäftsbereich Europa übernimmt ab sofort Jens Einhaus, der zugleich ebenfalls noch die Funktion des Vice President of Sales Strategies bei Novomatic innehat. Er verfügt ebenso mit 27 Jahren Berufserfahrung in der Branche über jede Menge Expertise und war von 1999 bis 2017 zudem auch als Sales Director für die Österreicher tätig. Jens Einhaus äußerte sich zu seiner Beförderung wie folgt: *„Novomatic genießt als weltweit führender Gaming-Technologiekonzern einen hervorragenden Ruf in der Branche. Es wartet eine spannende Aufgabe auf mich. Sowohl in Europa, als auch in Amerika wird es vor allem darum gehen, Marktanteile weiter auszubauen.“*

Gleichzeitig mit der Übernahme der Geschäftsbereiche Europa und Amerika durch Jens Einhaus, wurden ebenfalls die Aufgaben von Sonya Nikolova neu strukturiert. Diese hatte nämlich bis vor Kurzem vor allem den Vertrieb in Europa unter ihrer Führung zu verantworten. Sie wurde nun ebenso zum Vice Presidenten ernannt und wird in Zukunft den Verkauf der Novoline Spielautomaten und Ainsworth Slots in Afrika und Asien leiten. Auch sie verfügt mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in der Branche über ein enorm hohes Level an Expertise und dürfte gemeinsam mit Jens Einhaus den nun amtierenden CEO von Ainsworth Gaming Technologies, Lawrence Levy, würdig ersetzen. Seit 2016 war Sonya Nikolova zudem als Head of Sales für Emerging Markets und CEE innerhalb des Konzerns Novomatic tätig. Sie äußerte sich zu ihrer neuen Position mit den Worten: *„Asien und die Wachstumsmärkte in Afrika werden unsere Branche nachhaltig verändern. Hier gibt es enorme Möglichkeiten, zu expandieren. Novomatic hat schon einige Produkte und Innovationen im Portfolio, die genau für diesen Markt passen. In Südafrika sind wir mit unserer Gaming-Technologie bereits mit deutlichem Abstand Marktführer.“*

„www.igamingbusiness.com“, 23.04.2019

Greentube expands into the Americas



NOVOMATIC INTERACTIVE

Greentube, the NOVOMATIC Interactive division, is excited to announce its entry into the Colombian market with fully licensed operator Wplay.

The continuous expansion of Greentube as a leading online games supplier has reached the Americas.

A premium selection of Greentube's market-leading slot, video bingo and table games have been successfully and seamlessly integrated via the Greentube platform, and are now available for players through Wplay in the Colombian market.

In addition to classic NOVOMATIC slots such as Sizzling Hot™ deluxe and Lucky Lady's Charm™ deluxe, the game selection also includes popular video bingo titles such as 1-2-3 Bingo!™, Bingo 10™ and many more.

Julio Cesar Tamayo Betancur, Wplay CEO, said: "Our main goal is to give a unique experience to our users. Our deal with Greentube is a very significant one, as we are sure that with their comprehensive casino games portfolio, we will be able to not only create this unique experience for many players, but also expand our local market."

Michael Bauer, Greentube CFO/CGO, added: "The online expansion into Colombia is another important step for us as it is the first market we have targeted in the Americas.

"We already know that our games are popular based on NOVOMATIC's success in the land-based market and our goal is to replicate that success online. Wplay is one of the key players in the market and we are excited about this impressive cooperation."

Michael continued: "Additionally, Greentube's expansion into the Americas will continue to increase as we are in discussions with regulators and operators in New Jersey and Mexico.

"Furthermore, we will closely monitor developments in Argentina, Peru and other South American markets that are about to regulate, to identify any additional opportunities to expand our business there. We plan to consistently strengthen our focus on regulated markets in LatAm and the US moving forward."

„www.spieler-info.at“, 23.04.2019

NÖ-Grüne-Chefin Dr. Helga Krismer-Huber würde LEGALEN zugunsten ILLEGALEN Glücksspiel-Markt tauschen!

Zwischenzeitlich hat es JEDER verstanden: Dort, wo das LEGALE Glücksspiel verboten ist, blüht das ILLEGALE Glücksspielangebot.

Deshalb sehnen die verbliebenen illegalen Glücksspielanbieter mit ihren offenen Finanzierungs-Geldbörsen so sehr das Totalverbot der LEGALEN Automaten herbei.

JEDER, der für ein Totalverbot des LEGALEN Glücksspiels eintritt, öffnet die Tore für Spieler-Abzocke, Steuerhinterziehung, Betrug, Geldwäsche und zahlreiche weitere kriminelle Delikte, auch massive Gewalt.

Befugten Personen – auch Frau Klubchefin Dr. Helga Krismer-Huber – stellt Spieler-Info.at gerne vertraulich umfangreiche Dokumentationen über die Hintermänner und HELFER – auch Einflüsterer des illegalen Glücksspiels, welche immer wieder (leider erfolgreich) versuchen, kleinere politische Parteien für ihre (getarnten) Vorhaben, den Markt von LEGALEN Angeboten zugunsten illegaler Automaten zu verändern – zur Verfügung.

Email genügt, Hintergrund-Dokumentationen (mehrere Hundert Seiten) werden KOSTENLOS bereitgestellt.

Es gibt für seriöse PolitikerInnen nichts Schlimmeres, als sich für das ILLEGALE Glücksspiel – wenn auch indirekt und unwissend – einzusetzen.

Bitte lesen Sie die **aktuelle Presse-Aussendung** der Grünen NÖ mit der unsinnigen Aufzählung von Bruttoumsätzen, leider OHNE Lotto-Umsatz, Casinos-Umsatz, Tabak-Umsatz, Alkohol-Umsatz, vor allem aber OHNE der riesigen steuerfreien Umsätze des ILLEGALEN ONLINE-Glücksspieles, welche alleine in Österreich fast EINE MILLION Nutzer (DARÜBER verlieren die GRÜNEN NÖ KEIN WORT) aufweisen!

Presse-Aussendung (APA-OTS, 23.04.2019):

**Krismer: Novomatic hat seit 2006 den Niederösterreichern mehr als 1,3 Milliarden Euro aus der Tasche gezogen, den Wienern 3,85 Milliarden
Automatenglücksspiel gehört verboten**

St. Pölten – Die Grünen Niederösterreich lassen wieder einmal aufhorchen gegen das Unglück der Automaten. Auf Angaben von Mitarbeitern der Novomatic aufbauend, rechnet die Landessprecherin Helga Krismer vor:

In Niederösterreich hat die Novomatic AG einen Nettobetrag seit der Einführung der Legalisierung des kleinen Glücksspiels mit dem Jahr 2006 von 1,3 Milliarden Euro mit ihren Automaten erzielt. Oder anders formuliert: ein Milliardenbetrag wurde und wird den Niederösterreichern aus der Tasche gezogen. In Wien haben sich die Automaten bis zum Verbot auch ausgezahlt: 3,85 Milliarden Nettoertrag.

Das Suchtpotential ist enorm. Sucht wer das Glück bei den einarmigen Banditen, ist das Unglück für sich und die Familie nicht weit. Der Staat weiß, dass das Suchtpotential enorm ist. Daher ist auch eine Suchtprävention vom „Dealer“ gleich mit zu liefern. Würden wir das auf harte Drogen wie Kokain oder Heroin umlegen, würde das so ausschauen: Der Dealer wird aus der Seitengasse auf die Hauptstraße gestellt, darf legal seine Drogen verkaufen und hat auch gleich eine Broschüre für Prävention dabei. Und für die kleinen, suchtmachenden Pillen darf er auch Werbung bei Sportveranstaltungen machen, damit sie dann bei den harten Drogen landen.

Helga Krismer fordert das Verbot der Automaten nach Wiener Vorbild auch für Niederösterreich und fordert im Sinne des Jugendschutzes:

Nach Vorbild anderer Länder gehört jede Werbung von Wetten und Glücksspielen bei Sportveranstaltungen verboten. Das Unglück von Menschen und Familien wird verniedlicht gegenüber der Jugend. Andere Länder sind viel weiter als Österreich.