

Pressespiegel 2019

Press Documentation 2019

NOVOMATIC

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

29.07.2019 / KW 30



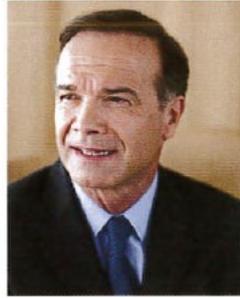


Thomas Stelzer
Governor of Upper
Austria



IMAGE: © KNILL Holding

Christian Knill
Chairman
MetalTechnology
Austria



Thomas Winkler
CEO
UBM Development



IMAGE: © Michael Königshofer

Harald Neumann
CEO
NOVOMATIC



Marcus Fasching
Managing Director
Ögussa



Angelika Huemer
Managing Partner
Starlinger

Technology is the root of success

Research and development powers up Austrian companies

Austria is home to advanced manufacturing businesses that have been international leaders in their sectors for decades.

Harald Neumann, CEO of gaming-technology company NOVOMATIC, speaks for many when he explains what keeps his firm at the top: “We have to be at the highest level of technology. Innovation and technology are the root of our success.” That success is impressive. Part of the NOVOMATIC Group (which employs 30,000 people and saw turnover grow by 10 percent in 2018 to €5 billion), the producer of high-tech gaming equipment also operates “about 2,100 gaming facilities around the globe, including regular and electronic casinos, and sports-betting facilities. We are the market leader in Europe,” he says. Success like this “can only be reached through huge investments. In the last three years, we have invested more than €1 billion in acquisitions and €300 million in research and development (R&D),” he states.



ÖGUSSA

THE WORLD OF PRECIOUS METALS

- Recycling of gold, silver, platinum, palladium, rhodium and iridium
- Precious metal alloys, products and management

Part of **umicore**®

www.oegussa.at

This has put NOVOMATIC at the forefront of biometric access systems that could act as biometric payment systems, sports-betting technologies and online gaming, for example. Investment in innovation is also helping it to expand in the U.S., where games need to be completely different, he says.

NOVOMATIC is headquartered near the country's capital Vienna, well known as a hotspot for innovative companies. To the north of the capital, however, is probably Austria's most successful and well-established innovation hub: the state of Upper Austria (UA). Bordering Germany and the Czech Republic, UA is home to 1.45 million people and is the country's economic engine, generating about 28 percent of Austria's industrial added value along with 27 percent of its exports.

"It is a state of opportunities. We have very innovative, export-focused companies and in 2018 our economic growth surpassed 3.5 percent," says Governor Thomas Stelzer. State capital Linz, for example, "has transformed from a traditional city based on steel and chemistry into a modern city of digitalization and industry," says Mayor Klaus Luger.

Supplying this modern industry with exclusive, flexible convention facilities is Design Center Linz, says its managing director, Thomas Ziegler: "We are second in Austria's meeting sector. It's an impressive, future-oriented building and we invest a lot in being technically up to date."

The Linz Center of Mechatronics, on the other hand, supports the hub and wider industry through R&D. "We provide our industrial partners with R&D solutions, and have built a bridge between science and the economy," says CEO Gerald Schatz.

Space for UA's innovative businesses comes from developments like Linz's Johannes Kepler University's science park, home to FerRobotics Compliant Robot Technology. "We are a world leader in the manufacture of contact-sensitive automatic robots for operational use. We provide the robots with sensors, granting them the sense of vision," explains CEO Ronald Naderer. The development and manufacture of innovative industrial automation solutions is also one specialism of KEBA, another globally renowned UA company. "We employ nearly 1,800 people and will reach €300 million in sales this year. There is such a strong innovation-oriented culture here that makes it an excellent location for businesses like ours," says the company's CEO, Gerhard Luftensteiner.

IMAGE: © APG Huger 2019



Gerhard Christiner and Thomas Karall
Chief Technical and Financial Officers
Austrian Power Grid



Peter Zeman and Andreas Hofer
General Manager and Managing Director, Zeman Bauelemente



Gerhard Luftensteiner
CEO, KEBA

IMAGE: © REINHARD WINKLER



Thomas Ziegler
Managing Director
Design Center Linz

IMAGE: © LCM Wakolbinger



Gerald Schatz
CEO, Linz Center
of Mechatronics



Wolfgang Knoll
Managing Director
Austrian Institute
of Technology

Build to innovate

Key innovators and real estate drive surge in new economic growth

“We are going through the longest real estate boom in history and I believe that it may continue for the foreseeable future,” says Thomas Winkler, CEO of UBM Development.

UBM is Europe’s leading hotel developer, and a major player in high-quality office and residential projects. Headquartered in Vienna, its core markets are Austria and neighboring Germany and Poland. “We are also active in the Czech Republic and the Netherlands, and we consider other countries because we build for the big international hotel operators,” he states. 2018 was the best year in the stock-listed company’s 145-year history: pre-tax profit was €55 million and it made investments of over €500 million. Winkler believes UBM’s strengths are technical competence, reliability, transparency and, having built the ecologically acclaimed 5-star Hyatt Regency in Amsterdam, being at the forefront of trends like sustainability and digitalization, he says: “These trends have nothing to do with sacrificing luxury and we have embraced them.”

Another innovator in construction is Zeman Bauelemente, says general manager Peter Zeman: “We are involved in the building and machinery business, focused on steel. We launched robotic assembly systems about 20 years ago and it’s a niche in which we are very successful.” Technology is also vital to a new innovative hub, aspern Vienna’s Urban Lakeside Seestadt, says Gerhard Schuster, chairman of the board of its developer, Wien 3420: “With over 20,000 inhabitants and thousands of workplaces, it’s one of the greatest European urban development projects and an urban lab for smart-city solutions.”

Technology is also causing a boom in metal, says Christian Knill, chairman of MetalTechnology Austria, the national association representing businesses in mechanical and plant engineering, steel construction and metalware production. “We believe we are the most important sector in Austria: we have 1,200 companies with an annual production value of roughly €40 billion that produce one quarter of Austria’s total exports and over 30 percent of research and development (R&D) expenditure comes from our members,” he notes. That R&D benefits from government support and close connections with universities, which FMTI plays a crucial role in helping its members to access.

One market and export leader in metals is Ögussa, which converts and recycles precious metals like gold, silver, platinum, palladium, iridium and rhodium and is part of global materials technology and recycling group, Umicore,

ranked the world's seventh most sustainable company by Corporate Knights. "We take materials containing precious metals and make high-quality precious metal products from them," says its managing director, Marcus Fasching. Ögussa specializes in adding tailor-made value for private, automotive and medical-product clients, he says: "We can do that because we invest millions in the best available technology. We have to be on top of technical developments and quality."

Powering up these innovative companies, and currently investing heavily in helping Austria transition to 100-percent renewables by 2030, is national grid operator Austrian Power Grid. "We create the basis for Austria as a location of industry and commerce," says its chief financial officer Thomas Karall. Part of the European Interconnected Grid, the country is "the electricity hub of Europe," adds chief technical officer Gerhard Christiner.



With more than 30,000 employees worldwide and 29 technology centers, we get performance to the point and create innovative gaming technologies for an unforgettable experience. **THIS IS THE WORLD OF NOVOMATIC.**



Solidifying dominance is key for Europe's leader in the gaming sector

Mr. Harald Neumann, CEO, NOVOMATIC AG, describes the vision of one of the renowned giants in the world of gaming technology.



How is innovation changing the sector and, in particular, NOVOMATIC business?

NOVOMATIC is one of the biggest companies in the world regarding gaming technology. We are by far the market leader in Europe. We are operating about 2.100 gaming facilities around the globe, including casinos and sports betting facilities mainly in Europe. As a result, innovation and technology are key for our industry. The most important high-tech area where one has to be strong in our industry is the online space. We have founded the NOVOMATIC Biometric Systems company, where we are currently replacing the player card by biometric systems, like face recognition and fingerprints. The final objective is to have a biometric access system that can act as a biometric payment system. This industry has managed to keep up with the trends, making innovation a core element for its development.

“Our obligation is to keep these rules and support them through the latest player protection technologies, in order to create an environment where people feel comfortable.”

Mr. Harald Neumann, CEO, NOVOMATIC AG

What is your agenda in terms of growth, partnerships, business and social responsibility for the next years?

Prof. Johann F. Graf owns additional companies, amounting to more than 30.000 employees and a turnover of roughly EUR 5 billion in 2018. As a result, it was a successful year for us, regardless of the challenges we faced. We had some very intense regulatory changes in Germany and we had to invest millions of Euros to replace all our gaming machines. We wanted to become strong in various markets, due to the fact that we previously were depending a lot on the Austrian and German markets. Our biggest markets in Europe are the U.K., Germany, Italy and Spain, moving later onto the Eastern Europe. In all those markets, with the exception of Spain, we are the market leader.

In terms of legislation, government is responsible for the regulatory and legal framework and we participate in many open discussions with them. The regulatory framework, with a special focus on the player protection acts, is the main objective of the government in relation with our sector. Our obligation is to keep these rules, which are clear, and, on the other side, to support them through the latest player protection technologies, in order to create an environment where people feel comfortable. That is our application, besides providing the best gaming technology. We are always saying that we are a content company, given that the games are crucial for us.

Given the regulatory framework in the E.U., do you expect to grow more in places like Asia, the US or any other part of the world?

Our main objective here is to maintain our market share and provide our customers with the best technologies. Our first target is the U.S. market, which, in terms of player behavior, is completely different in comparison with the European market. The typical European player is male, between e.g. 40 and 50 years old, and is willing to risk more on the game machines. For example the typical U.S. gambler is female above 60 years old, spending 3 to 4 hours on the gaming machine without losing too much money. We have invested into our game studio in Chicago, through the acquisition of about 53% of the Australian gaming company Ainsworth Game Technology. With their support we are developing casino games for the U.S. market. Asia is a very difficult market, given that big countries in Asia, like China and Japan, have prohibited gambling. Africa is an interesting market for us and South America is highly dependent on the North American market.

What would you highlight as the major trends and challenges in the industry in terms of public opinion?

Especially in Middle Europe, there would be room for improvement in the gaming sector in comparison to the U.S., where we see much more enthusiastic reception. The only way to act against money laundering, illegal gaming and player addiction is by having a strong player protection framework. The U.S. trend comes more and more towards Europe with those regulatory frameworks focusing on player protection and anti-money laundering policies. We are investing into that area given that it secures our business, helping us support a differentiation from our competitors.

In terms of online sports betting we are the current market leader in Europe, holding out platforms in Italy, Spain, also considering Germany and the U.S. We are talking about quite a regulated market, but it is worth investing given the everchanging nature of our environment in terms of policies and trends.

 **NOVOMATIC AG Group** had a total turnover surpassing **EUR 2.6 billion** in 2018

 Since 2017, **NOVOMATIC AG Group** has invested **EUR 750 million** in acquisitions and R&D

 In 2018, the company increased revenue from sold gaming machines by **86.8%**

„Börse-Social.com“, 29.07.2019

openingbell.eu

BUWOG
group

APG

Club

Last Close

ATX

3032

-0.31%

Last Close

DAX

12420

0.47%

Last Close

SMI

9968

0.2%



Harald Neumann läutet die Opening Bell für Montag

29.07.2019

+++ Harald Neumann läutet die Montag-Bell. Seine Novomatic ist namensgebender Hauptpartner des Finanzblogger-Awards Novomatic Smeil Alps 19: Schon 100 Nominees nach 2 Wochen +++

Autor: BSN Opening Bell

29.7.: Harald Neumann läutet die Opening Bell für Montag. Seine Novomatic ist namensgebender Hauptpartner des Finanzblogger-Awards Novomatic Smeil Alps 19: Nach zwei Wochen gibt es bereits mehr als 100 Nominees <http://smeil-award.com> <http://www.novomatic.com>

26.7.: Elisabeth Wagerer läutet die Opening Bell für Freitag. Die S Immo Kommunikatorin wird im Rahmen des Novomatic Smeil Alps 19 wieder die Financial Literacy Kategorie übergeben Nominieren: <http://smeil-award.com> <https://www.simmoag.at>

25.7.: Axel Albietz mit der Opening Bell für Donnerstag. Der Sieger "Social Trading" 2018 - auch heuer suchen wir im Rahmen des Novomatic Smeil Alps wieder mit wikifolio den Top-Blog dieser Kategorie. Nominieren: <http://smeil-award.com>

24.7.: Wolfgang Matejka läutet die Opening Bell für Mittwoch. Der Autor unter den Fondsmanagern (zb heute im #gabb wieder) ist natürlich auch 2019 für den Finanzblogger Award Novomatic Smeil Alps nominiert <http://www.smeil-award.com> <http://www.boerse-social.com/gabb>

23.7.: Bastian Galuschka läutet die Opening Bell für Dienstag. Der Smeil-Gesamtsieger 18 aus dem Guidants- Bloguniversum drückt heuer Harald Weygang die Daumen. Nominieren: <http://www.smeil-award.com> <https://www.facebook.com/groups/GeldanlageNetwork>

Alle OpeningBeller seit Start der Serie unter <http://www.openingbell.eu> . Dort findet man auch das Vorbild.

(29.07.2019)

„Österreich“, 28.07.2019

**ICH
HOFFE.**
Du gewinnst!

Über **210 Filialen österreichweit**, davon knapp **150 Filialen mit Gaming-Angebot**
und mehr als **100 Sportsbars**, hoffen auf deinen Besuch!

 www.admiral.at **ADMIRAL**

18

Vergessene Ibiza-Spur?

Justiz. Ein laufendes Verfahren gegen die Novomatic rückt wieder in den Fokus der Korruptionsjäger.

VON MANFRED SEEH

Wien. „Derzeit werden auch Zusammenhänge mit weiteren bereits anhängigen Verfahren bei der WKStA geprüft.“ Dieser geheimnisvolle Satz findet sich in der bisher einzigen Stellungnahme der Korruptionsstaatsanwaltschaft (WKStA) zur Ibiza-Affäre. Es wird also im Rahmen der Ermittlung gegen Heinz-Christian Strache, Johann Gudenus und Co. – Stichwort: illegale Parteienfinanzierung – auch nach „Atlanten“ Ausschau gehalten.

Hier fällt ein seit Jahren anhängiges, aber in Vergessenheit geratenes Ermittlungsverfahren auf: Es geht um eine mutmaßlich illegale Zahlung des Glücksspielkonzerns Novomatic AG. Das Geld landete im Jahr 2010 beim steirischen BZÖ. Damals flossen 60.000 Euro.

Thematisch passt dies zu Straches Aussagen. Der damalige FPÖ-Chef spricht im Ibiza-Video über fragwürdige Geldflüsse an

Parteien. Er sagte unter anderem: „Novomatic zahlt alle.“ Der Konzern weist dies strikt zurück.

Zurück zu dem offenen Novomatic-Verfahren, das gegen den Ex-Chef des Unternehmens Franz Wohlfahrt und den früheren Novomatic-Geschäftspartner Peter Barthold läuft. Für beide gilt die Unschuldsvermutung. Und ja: Auch Ex-BZÖ-Chef Peter Westenthaler stand unter Verdacht, dieses Verfahren wurde aber eingestellt.

Causa als Anfrage-Thema

Wohlfahrt gab an, die 60.000 Euro seien nur eine „Kulanzzahlung“ für Barthold gewesen, keine Spende für das BZÖ. Dass Scheinrechnungen im Spiel waren, bestreitet er nicht. Jedenfalls hat Barthold das Geld damals an die BZÖ-nahe Hallo Graz Medien GmbH geschleust. Die Neos wollen nun per Parlamentsanfrage mehr zu der Causa wissen.

Mehr dazu: diepresse.com/novomatic

„Wer kann das Ding noch fliegen?“

Älter & weiser. Ursprünglich sollte WisR eine Jobplattform für Ältere sein, die in der Pension dazuverdienen wollen. Bis WisR zum Managen von Pensionistenpools entdeckt wurde. Zur Spitzenabdeckung und, weil es nicht genug Junge gibt.

VON ANDREA LEHKY

Clint Eastwood wusste es schon im Jahr 2000: Irgendwann braucht jedes Unternehmen wieder seine Alten, seine ins Off geschickten Pensionisten. In Eastwoods Film „Space Cowboys“ war es die Nasa, als ein im Kalten Krieg mit Atomraketen bestückter Satellit auf die Erde zu stürzen drohte. Nur die ausgemusterten Veteranen konnten das Ding noch reparieren und fliegen.

Derzeit verabschiedet sich bis zu einem Viertel der Belegschaften in die Pension. Der Abgang ist geplant, die Wissensübergabe oft nicht. „Die Folgen zeigen sich oft erst im Jahr danach“, weiß Klaudia Bachinger (33). Sie gründete 2017 unter dem Motto „Nicht älter, sondern weiser“ die Jobplattform WisR. Dort vermittelt sie „motivierte Talente ab 59+ für Projekte, Teilzeit und Minijobs“. So steht es auf ihrer Homepage.

Jung feiert Alt

Es kommt nicht oft vor, dass sich eine 30-Jährige den Silberschläfen verschreibt. Im Vorberuf Redakteurin am Filmset wunderte sich Bachinger oft, warum Regisseure ohne Problem 70, Kameramänner 60 und Maskenbildnerinnen 50 Jahre alt sein dürfen. „Nur in der Wirtschaft ist das Alter ein Riesenthema.“ Hautnah erlebte sie die Frustration mit, „als meine Oma

mit 60 in Pension geschickt wurde. Von hundert auf null. Das soziale Gefüge ging verloren, der Selbstwert, die Identität.“

Den Ausschlag für ihr Start-up gab die Mitarbeit an einer Doku für das Zukunftsinstitut. Im Zuge derer erkannte sie, „dass der demografische Wandel das größte Problem nach dem Klimawandel ist“.

Auf dem Franziskusweg, einer 750 km langen Pilgerreise von Norditalien nach Rom, begegnete Bachinger fast nur Älteren: „Tolle

Menschen, mit denen ich meinen 30er gefeiert habe. Und mich gefragt habe, warum niemand ihr Potenzial nützt.“ Damals kam ihr die Idee für die Plattform.

Inzwischen ist WisR über eine reine Jobplattform längst hinaus. Novomatic trat mit einem Spezialwunsch an sie heran: „Sie führten eine Excel-Liste ehemaliger Mitarbeiter, um sie zur Spitzenabdeckung zurückholen zu können. Nach der DSGVO dürfen sie das nicht mehr. Wir dürfen es.“ Jetzt hält WisR die „Novo Silver Family“ zusammen: „Sie haben verstanden, dass eine gute Arbeitgebermarke für alle Generationen wichtig ist.“

„Ganz schnell zurückgeholt“

Einige internationale Konzerne, die leichthändig auf das Wissen ihrer Älteren verzichteten, bereuten es bald. Budweiser etwa ersetzte seine Braumeister durch Sensoren und Algorithmen. Bachinger: „Sie haben ihre Braumeister ganz

THEMA
Start-ups



Klaudia Bachinger (33) hat sich den Talenten der Generation 59+ verschrieben. [Lea Frege/ds]

schnell zurückgeholt.“ Auch bei Boeing fingen die Probleme nach einer Pensionierungswelle an: „Da ging viel Wissen verloren.“

Bachinger, versierte „2 Minuten 2 Millionen“-Kandidatin (siehe Seite K1), gewann rasch Investoren für ihre Idee. Einer davon ist Christian Geissler (48), Kogeschäftsführer der auf Techniker spezialisier-

AUF EINEN BLICK

Ursprünglich fanden Unternehmen über die Jobplattform **WisR** ältere Arbeitswillige für befristete Einsätze. Inzwischen werden dort auch die Pensionistenpools einzelner Firmen geführt – im Sinne eines generationenübergreifenden Personalmanagements. Gegründet wurde WisR 2017 von Klaudia Bachinger.

ten Personalberatung Kern. Er sieht einen weiteren Aspekt: „Künftig ist es für viele ökonomische Notwendigkeit, über den Pensionsantritt hinaus beruflich aktiv zu sein.“ Glück für ihn – die Beteiligung an WisR erweitert seinen Pool an Zeitarbeitern.

Lessons Learned

Gefragt nach ihren Erkenntnissen, fallen Bachinger drei ein. Erstens, den meisten Unternehmen wäre zwar der Abfluss an Talent und Wissen bewusst, viele ließen es aber darauf ankommen. Das hänge von Branche, Region, Sichtbarkeit und Rechtsform ab: „Viele B2B-Unternehmen sind Hidden Champions und Weltmarktführer auf ihrem Gebiet, aber keiner kennt sie. Deswegen tun sie sich beim Rekrutieren schwer.“

Autozulieferer, Handel und Logistik etwa seien besonders an den „Weisen“ interessiert, ebenso Oberösterreicher, Tiroler und familiengeführte Unternehmen: „Sie haben eine nachhaltige Personalstrategie.“

Zweitens, die Zielgruppe der Älteren ist denkbar heterogen. „Manche sind sehr technikaffin, andere können ohne ihre Sekretärin nicht einmal eine Überweisung tätigen.“ Diese trifft die Pensionierung am schlimmsten – wenn die Sekretärin wegfällt.

Drittens, es war schwierig, eine Bezeichnung für die 59+ zu finden. Freitätige, Best oder Silver Ager funktionierten nicht so recht. Jetzt nennt Bachinger sie Senior Talents. Mit Betonung auf Talent.

ADMIRAL präsentiert neuen Werbespot mit David „THE HOFF“ Hasselhoff

Fulminanter Auftakt. David „THE HOFF“ Hasselhoff ist Star der neuen Kampagne des österreichischen Sportwetten- und Glücksspielanbieters ADMIRAL.

ADMIRAL Österreich gewinnt den US-amerikanischen Schauspieler und Sänger David „THE HOFF“ Hasselhoff als Testimonial für ihre neue Werbelinie. Nach der offiziellen Bekanntgabe beim iconvienna BRAND GLOBAL SUMMIT im Novomatic Forum, präsentiert ADMIRAL Österreich ihren neuen Kampagnen-Werbespot für Sportwetten und Glücksspiel mit „THE HOFF“.

„Wir möchten unseren Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation“, berichtet Paul Kozelsky, Geschäftsführer ADMIRAL Sportwetten GmbH. Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der ADMIRAL Casinos & Entertainment AG, freut sich über die Partnerschaft: „David Hasselhoff hat als geborener Entertainer, Sänger und TV-Star Kultstatus erreicht. Da er ein großer Österreich-Fan ist und sich trotz seiner internationalen Erfolge besonders mit den heimischen Fans verbunden fühlt, passt er perfekt zu unserer Marke.“

Mit dem Launch der neuen Werbelinie wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „THE



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

HOFF“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

ADMIRAL ist die operative Dachmarke der NOVOMATICAG, einem österreichischen Familienunternehmen der internationalen Spitzenklasse. Als Teil eines weltweit tätigen Konzerns und Marktführers der Gaming Technologie-Branche – der NOVOMATIC AG – kann ADMIRAL auf das seit mehreren Jahr-

zehnten bestehende Know-how in den Bereichen Sportwetten, Gaming Terminals und Gaming-Technologie eines Global Players zurückgreifen. Darüber hinaus pflegt ADMIRAL seit Jahren ihre österreichischen Wurzeln, die in Gumpoldskirchen liegen.

Die ADMIRAL Sportwetten GmbH bietet mit mehr als 30 verschiedenen Sportarten und mit über 20 Buchmachern ein breites Sportwetten-Angebot und ist Nummer 1 im österreichischen Filialgeschäft. Die ADMIRAL Casinos & Enter-

tainment AG ist im Rahmen der Landesauspielungen Bewilligungsinhaber für den Betrieb von 2.244 Glücksspielgeräten an 148 Standorten in fünf Bundes-

ländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark).

INTERNET
www.admiral.ag

Gewinnen Sie mit ADMIRAL

Hier finden Sie exklusiv den neuen ADMIRAL & THE HOFF-Spot sowie das Gewinnspiel für 200 David Hasselhoff-Konzertkarten:

ADMIRAL & THE HOFF-Spot 2019/20
<https://www.admiral.ag>

THE HOFF – Ticket Promotion
<https://www.admiral.at/ichhoff>

„Österreich“, 26.07.2019

MONI

Hasselhoff ist jetzt Werbe-Star

»The Hoff« in Admiral-Werbespot

Hollywoodreif: Admiral startet neuen Werbespot mit David Hasselhoff.

Gumpoldskirchen. Im April war *Knight Rider*- und *Baywatch*-Star David Hasselhoff – mehr oder weniger geheim – in Wien: wegen Dreharbeiten für Admiral. Jetzt startet der Sportwettenanbieter den ersten hollywoodreifen Spot mit sei-

nem neuen Werbegesicht „The Hoff“ – natürlich inklusive eines rasanten Sportwagens. „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“, sagt Admiral-Vorstandschefin Monika Racek.

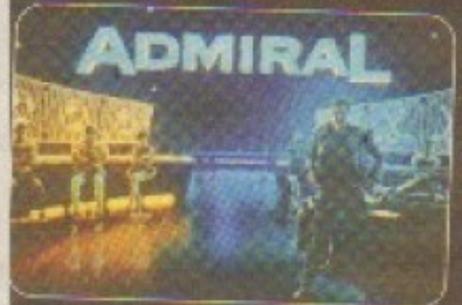
Hoff-Spot



David Hasselhoff ist jetzt Admiral-Markenbotschafter ...



... inklusive eines coolen Sportwagens natürlich.



Neue Werbelinie ab sofort auch auf Facebook & Co.

„Standard“, 26.07.2019



Foto: ADMIRAL / Andreas Tischler

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

ADMIRAL präsentiert neuen Werbespot mit David „THE HOFF“ Hasselhoff

Fulminanter Auftakt. David „The Hoff“ Hasselhoff ist der Star der neuen Kampagne des österreichischen Sportwetten- und Glücksspielanbieters ADMIRAL.

ADMIRAL Österreich gewinnt den US-amerikanischen Schauspieler und Sänger David „THE HOFF“ Hasselhoff als Testimonial für ihre neue Werbelinie. Nach der offiziellen Bekanntgabe beim iconvienna BRAND GLOBAL SUMMIT 2019 im Novomatic Forum präsentiert ADMIRAL Österreich ihren neuen Kampagnen-Werbespot für Sportwetten und Glücksspiel mit „THE HOFF“.

„Wir möchten unseren Gästen mit unserem Sportwett- und Glücksspielangebot in den Filialen und

Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten. Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz auf diese Kooperation“, berichtet Paul Kozelsky, Geschäftsführer ADMIRAL Sportwetten GmbH.

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

Mit dem Launch der neuen Werbelinie wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „THE HOFF“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff

kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

Über ADMIRAL

ADMIRAL ist die operative Dachmarke der NOVOMATIC AG, eines österreichischen Familienunternehmens der internationalen Spitzenklasse. Als Teil eines weltweit tätigen Konzerns und Marktführers der Gaming-Technologie-Branche – der NOVOMATIC AG – kann ADMIRAL auf das seit mehreren Jahrzehnten bestehende Know-how in den Bereichen Sportwetten, Gaming Terminals und Gaming-Technologie eines Global Players zurückgreifen. Darüber hinaus pflegt ADMIRAL seit Jahren ihre österreichischen Wurzeln, die in Gumpoldskirchen liegen.

Die ADMIRAL Sportwetten GmbH bietet mit mehr als 30 verschiedenen Sportarten und mit über 20 Buch-

machern ein breites Sportwetten-Angebot und ist Nummer eins im österreichischen Filialgeschäft. Die ADMIRAL Casinos & Entertainment AG ist im Rahmen der Landesauspielungen Bewilligungsinhaber für den Betrieb von 2.244 Glücksspielgeräten an 148 Standorten in fünf Bundesländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark).

INFO

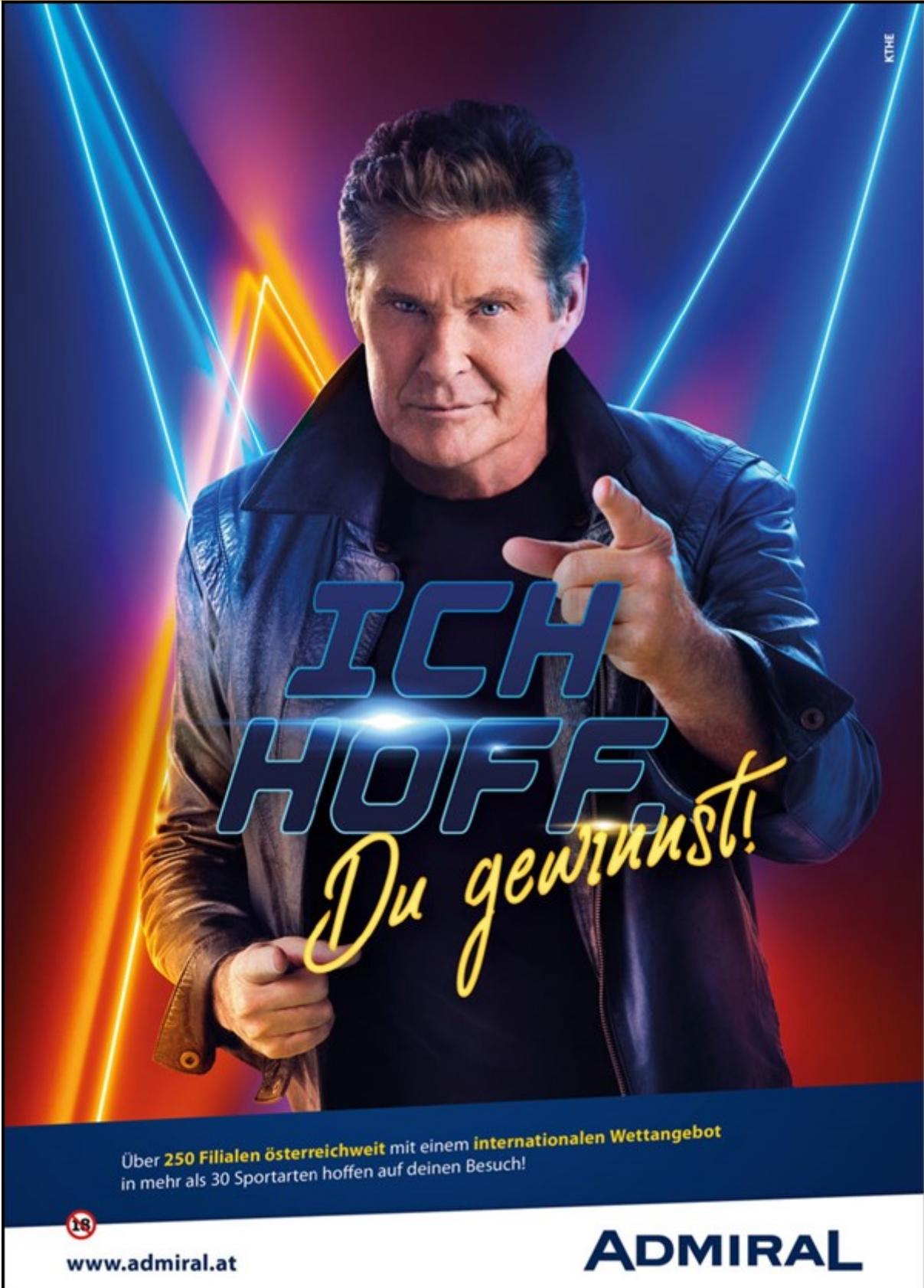
Hier finden Sie exklusiv den neuen ADMIRAL & THE HOFF-Spot sowie das Gewinnspiel für 200 David-Hasselhoff Konzertkarten:

- ADMIRAL & THE HOFF-Spot 2019/20
www.admiral.at
- THE HOFF – Ticket Promotion
www.admiral.at/ichhoff
www.admiral.at; www.admiral.at

„www.derstandard.at“, 26.07.2019

"Ich Hoff. Du gewinnst": David Hasselhoff wirbt für Admiral

Der Glücksspielkonzern setzt erstmals auf Testimonial-Werbung



KTVE

**ICH
HOFF.**
Du gewinnst!

Über **250 Filialen österreichweit** mit einem **internationalen Wettangebot** in mehr als 30 Sportarten hoffen auf deinen Besuch!

18

www.admiral.at

ADMIRAL

Wien – Umzingelt von Lichteffekten rast David Hasselhoff in Knight-Rider-Manier durch eine futuristisch anmutende Welt des Sports. Am Steuer seines Boliden ruft er uns zu: "Ich hoff, du machst es sportlich. Ich hoff, du bist gern mittendrin. Ich hoff, du gewinnst." Mit dem im Frühjahr produzierten Spot, der auf Hasselhoffs bekannten Spitznamen "The Hoff" anspielt, wirbt der Schauspieler und Sänger für den Sportwetten- und Glücksspielanbieter Admiral.

Der Glücksspielkonzern setzt damit erstmals auf Testimonial-Werbung.

Umgesetzt wurde die neue Admiral-Kampagne von Kobza and The Hungry Eyes.

Für die Produktion des Spots zeichnet laut horizont.at PPM Filmproductions verantwortlich. Regie führte der deutsche, international tätige Regisseur Lars Timmermann. Hasselhoff ist außer in den Spots in Print, Point-of-sale-Marketing, online und auf Social Media zu sehen. (red, 25.7.2019)

„www.krone.at“, 26.07.2019

TRASHIGER WERBESPOT

Hasselhoff fährt für österreichische Sportwetten

Jetzt gibt es endlich den rot-weiß-roten Werbespot mit „The Hoff“: Der im Frühjahr in Österreich produzierte Clip mit dem neuen Admiral-Testimonial David Hasselhoff ist am Donnerstag ins Rennen geschickt worden. Der durchaus unterhaltsame, wenn auch recht trashig anmutende Clip enttäuscht leider mit einer ungewöhnlichen Synchronstimme für den „Knight Rider“.

„Ich HOFF. Du gewinnst!“ ruft David Hasselhoff in die Kamera - und meint mit dem Wortspiel die neue Admiral-Kampagne, für die „The Hoff“ im Frühjahr in Niederösterreich - [„die „Krone“ berichtete](#) - vor der Kamera stand. Der Sportwetten- und Glücksspielanbieter setzt damit zum ersten Mal auf Testimonial-Werbung.



In dem 30 Sekunden langen Clip, der von der Agentur „Kobza and The Hungry Eyes“ produziert wurde, rast „The Hoff“ in einem schwarzen Ford Mustang (wie in der gefloppten Neuauflage von „Knight Rider“, im Original saß Hasselhoff als Michael Knight am Steuer eines Pontiac Trans Am) durch eine virtuelle Welt des Sports. Bei seiner rasanten Fahrt stellen sich ihm Fußballer und Eishockey-Cracks in den Weg.



Bild: youtube.com

Synchronstimme stört unterhaltsamen Gesamteindruck

Während der wohl bewusst trashig anmutende Clip durchaus Charme hat, stört aber leider die Synchronstimme, die man Hasselhoff verpasst hat, den Gesamteindruck. Wenn der Star aus „Knight Rider“ und „Baywatch“ mit einer auffällig tiefen Männerstimme auf Deutsch das Angebot von Admiral bewirbt, hört sich das irgendwie komisch an ...



Bild: youtube.com/admiral, krone.at-Grafik

Hasselhoff ist eigenen Worten zufolge von seinem Werbeengagement begeistert, denn er sei ein riesiger Sportfan. „Egal ob Fußball-WM oder Eishockey, die Spannung und die Atmosphäre sind einfach einzigartig. Dabei fiebere ich mit den Athleten und den Zuschauern mit. Es freut mich sehr, dass ich als Markenbotschafter nun öfter in Österreich sein kann: Das Land ist einfach wunderschön und das österreichische Publikum ist spitze“, so der Hollywood-Star.

Österreichische Fans von „The Hoff“ kommen heuer nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

So wertvoll sind österreichische Markenunternehmen

Studie attestiert Marken
Milliardenpotenzial; Red
Bull bleibt Spitze, Signa
katapultiert sich in Top 10.

Basierend auf dem „*trend*-Top-500 Ranking der umsatzstärksten Unternehmens Österreichs“ hat das European Brand Institute (EBI) bereits zum 16. Mal die wertvollsten Marken des Landes ermittelt. Auf den vorderen Plätzen zeigte sich dabei im Vorjahresvergleich wenig Bewegung – abgesehen vom Markenwert selbst. Einzig die Signa Retail hat sich von Platz 18 im Jahr 2018 in die Top Ten auf Platz zehn katapultiert – das EBI machte eine Markenwert-Steigerung von 43,5 Prozent auf 904 Millionen Euro aus.

Der Rest der Top-Ten-Markenunternehmen blieb ihrer Vorjahresplatzierung treu. Das wertvollste Markenunternehmen Österreichs ist demnach Red Bull, das vom EBI auf 13,2 Milliarden Euro geschätzt wird, ein Plus von 0,9 Prozent. Den zweiten Platz verteidigt Swarovski, trotz Einbußen von 1,1 Prozent, was das EBI auf „negative Währungseffekte“ zurückführt. Das Luxusgüter-Unternehmen bringt es dennoch auf einen Wert von 3,5 Milliarden Euro, dicht gefolgt von der Novomatic Group

mit einem geschätzten Markenwert von 3,4 Milliarden Euro. Die weiteren Plätze belegen die Spar-Österreich-Gruppe, die Raiffeisen-Gruppe, die ÖBB sowie die Erste Group, die OMV und XXXLutz, wobei die OMV – abgesehen von Signa – mit 8,2 Prozent die größte Steigerung in ihrem Markenwertwachstum verzeichnen kann.

Immaterielle Güter als Werttreiber
Studienautor und EBI-Präsident Gerhard Hrebicek ortet für Österreichs Markenunternehmen ein „Milliardenpotenzial“, sollten letztendlich internationale Standards bei den Lead Brands eingeführt werden: „Aus volkswirtschaftlicher Sicht ergeben sich daraus Investments in Marken, neue Jobs, ein Anstieg des Bruttoinlandsprodukts und damit mehr Wohlstand.“ Zusammen seien die zehn Austro-Marken mehr als 31 Milliarden Euro wert. 2018 betrug diese Summe knapp über 30 Milliarden.

„Immaterielle Wirtschaftsgüter wie Marken und Patente sind Werttreiber der Wirtschaft des 21. Jahrhunderts“, kommentiert Herbert Kovar, Managing Partner Tax bei Deloitte Österreich das Ergebnis. „Dementsprechend sollte die nächste Bundesregierung Anreize schaffen, damit Unternehmen eine professionelle Bewirtschaftung ermöglicht wird – wichtige Stichworte sind Aktivierungsmöglichkeiten für selbstentwickelte Marken im Jahresabschluss und zielgerichtete steuerliche Investitionsanreize.“

„www.leadersnet.at“, 26.07.2019

David Hasselhoff gibt in neuem Admiral-Spot Gas

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, FINANZ & IMMO, LEADERSNET.TV | 25.07.2019

Kobza and The Hungry Eyes launcht neue Kampagne für den Sportwettenanbieter mit dem Kultstar als Testimonial.



David Hasselhoff © Admiral

"Ich Hoff. Du gewinnst!", sagt David Hasselhoff und meint damit die neue Admiral-Kampagne, in der der Entertainer als Markenbotschafter auftritt. Admiral setzt für den Markenauftritt erstmals auf ein internationales Testimonial. Kreiert wurde die Kampagne von der Agentur Kobza and The Hungry Eyes (KTHE).

In dem jetzt präsentierten Spot rast David Hasselhoff in "Knight Rider"-Manier durch die Welt des Sports und stellt so das Angebot von Österreichs größtem Sportwetten- und Glücksspielanbieters vor. Neben den Spots ist "The Hoff" in allen Kanälen der integrierten Kampagne vertreten – von Print, über POS-Werbemittel bis hin zu Online und Social Media.

Challenge und Riesenspaß zugleich

"Die Kampagne für Admiral mit David Hasselhoff zu entwickeln war Challenge und Riesenspaß in einem. Admiral, The Hoff, Produktion und Agentur haben perfekt harmoniert und das spürt man im Endergebnis, mit dem wir sehr zufrieden sind. David ist der perfekte Entertainer und mit seiner langjährig gewachsenen Verbindung zu seinen österreichischen Fans der perfekte Markenbotschafter für Admiral", freut sich KTHE-Chef Rudi Kobza.

Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG, ergänzt: "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." (as)

www.admiral.at

„Börse-Express.com“, 25.07.2019

ADMIRAL präsentiert neuen Werbespot mit David „THE HOFF“ Hasselhoff

25.07.2019 | 09:10

Gumpoldskirchen (OTS) - Der österreichische Sportwett- und Glücksspielanbieter ADMIRAL startet mit neuem Werbespot in die kommende Saison! Der österreichische Sportwett- und Glücksspielanbieter ADMIRAL startet mit neuem Werbespot in die kommende Saison!

ADMIRAL Österreich gewinnt den US-amerikanischen Schauspieler und Sänger David „THE HOFF“ Hasselhoff als Testimonial für ihre neue Werbelinie. Nach der offiziellen Bekanntgabe beim ICONVIENNA Brand Global Summit 2019 im Novomatic Forum, präsentiert ADMIRAL Österreich nun seinen neuen Kampagnen-Werbespot für Sportwetten und Glücksspiel mit „THE HOFF“.

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

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

Gemeinsam mit der Kreativagentur Kobza and The Hungry Eyes (KTHE) und dem state-of-the-art Regisseur Lars Timmermann ist ein hollywoodreifer Videodreh gelungen. Mit dem Launch der neuen Werbelinie wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „THE HOFF“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

Hier finden Sie exklusive den neuen ADMIRAL & THE HOFF-Spot sowie das Gewinnspiel für 200 David Hasselhoff-Konzertkarten:

ADMIRAL & THE HOFF - Spot 2019/20

[www.admiral.ag] (<http://www.admiral.ag/>)

THE HOFF - Ticket Promotion

[www.admiral.at/ichhoff] (<http://www.admiral.at/ichhoff>)

„www.leadersnet.at“, 25.07.2019

Admiral holt David Hasselhoff als Testimonial

OLN NEWS, AGENTUREN, HANDEL, FINANZ & IMMO, TOURISMUS, FOTO | 10.04.2019

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



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

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

"The Hoff" als kultiges Testimonial

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

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

Sportfan Hasselhoff wird von KTHE in Branding Kampagne inszeniert

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

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

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

„Horizont.at“, 25.07.2019

'Ich HOFF. Du gewinnst': Hasselhoff fährt für Admiral



Der im Frühjahr produzierte Spot mit dem neuen Admiral-Testimonial David Hasselhoff ist nun startklar in allen Kanälen.

„Ich HOFF. Du gewinnst!“ ruft The Hoff David Hasselhoff in die Kamera - und meint damit die neue Admiral-Kampagne, umgesetzt von Kobza and The Hungry Eyes. Erstmals setzt der Sportwetten- und Glücksspielanbieter damit auf Testimonial-Werbung.

Unter dem Claim „Ich HOFF. Du gewinnst.“ rast David Hasselhoff in Knight-Rider-Manier durch die Welt des Sports und soll so das Admiral-Angebot anpreisen. Produziert wurde der Spot von PPM Filmproductions mit dem international tätigen, deutschen Regisseur Lars Timmermann. Neben den Spots ist „The Hoff“ in Print und POS bis hin zu Online und Social Media zu sehen.

Für Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG, hat David Hasselhoff „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.“

HORIZONT war bei den Dreharbeiten im April dabei: Die Reportage **Hinter den Kulissen: 'The Hoff' für Admiral** lesen Sie [hier](#).



**ICH
HOFFE.**
Du gewinnst!

Über **250 Filialen österreichweit** mit einem **internationalen Wettangebot**
in mehr als 30 Sportarten hoffen auf deinen Besuch!

18

www.admiral.at

ADMIRAL

„Presse“, 25.07.2019

Fulminanter Auftakt. David „The Hoff“ Hasselhoff ist Star der neuen Kampagne des österreichischen Sportwetten- und Glücksspielanbieters Admiral.

Admiral: „Ich HOFF. Du gewinnst!“



Admiral-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Paul Kozelsky, Admiral Sportwetten GmbH, Monika Racek und Stefan Stögner, beide Admiral Casinos & Entertainment AG, gemeinsam mit neuem Admiral-Markenbotschafter David Hasselhoff. [Admiral/Andreas Truchler]

Admiral Österreich gewinnt den US-amerikanischen Schauspieler und Sänger David „The Hoff“ Hasselhoff als Testimonial für ihre neue Werbelinie. Nach der offiziellen Bekanntgabe beim Iconviena Brand Global Summit 2019 im Novomatic-Forum präsentiert Admiral Österreich ihren neuen Kampagnen-Werbespot für Sportwetten und Glücksspiel mit David „The Hoff“ Hasselhoff.

Neue Partnerschaft

„Wir möchten unseren Gästen und Besuchern mit unserem Sportwetten- und Glücksspielangebot in den Filialen und Sportbars abwechslungsreiche sowie spannende Unterhaltung bieten.

Als Entertainment-Profi verkörpert David Hasselhoff diesen Spirit perfekt, deshalb bin ich sehr stolz

auf diese Kooperation“, berichtet Paul Kozelsky, Geschäftsführer Admiral Sportwetten GmbH.

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

Mit dem Launch der neuen Werbelinie wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „The Hoff“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck,

Wien und Graz.

Admiral ist die operative Dachmarke der Novomatic AG, einem österreichischen Familienunternehmen der internationalen Spitzenklasse. Als Teil eines weltweit tätigen Konzerns und Marktführers der Gaming-Technologie-Branche – der Novomatic AG – kann Admiral auf das seit mehreren Jahrzehnten bestehende Know-how in den Bereichen Sportwetten, Gaming-Terminals und Gaming-Technologie eines Global Players zurückgreifen. Darüber hinaus pflegt Admiral seit Jahren ihre österreichischen Wurzeln, die in Gumpoldskirchen liegen.

Die Admiral Sportwetten GmbH bietet mit mehr als 30 verschiedenen Sportarten und mit über 20 Buchmachern ein breites Sportwetten-Angebot und ist Nummer 1 im

österreichischen Filialgeschäft. Die Admiral Casinos & Entertainment AG ist im Rahmen der Landesauspielungen Bewilligungsinhaber für den Betrieb von 2244 Glücksspielgeräten an 148 Standorten in fünf Bundesländern (Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark).

KONTAKT UND GEWINNSPIEL

Hier finden Sie exklusiv den neuen Admiral & The Hoff-Spot sowie das Gewinnspiel für 200 David-Hasselhoff-Konzertkarten:

Admiral & The Hoff-Spot 2019/20
<https://www.admiral.ag>

The Hoff - Ticket Promotion
<https://www.admiral.at/ichhoff>

„Presse“, 25.07.2019

Großer Erfolg beim 2. NOVOCCompany Day

Gesundheitsförderung. Vorträge, Workshops und Stationen im Zeichen der Gesundheit.

Betriebliche Gesundheitsförderung bringt Vorteile für Mitarbeiter und Arbeitgeber gleichermaßen. Denn regelmäßige Bewegung und ein gesunder Lebensstil haben großen Einfluss auf die tägliche Produktivität. Am 19. Juli 2019 lud Novomatic deshalb mehr als 1300 Mitarbeiter zum 2. NOVOCCompany Day in der Konzernzentrale Gumpoldskirchen.

Der zweite NOVOCCompany Day wurde mit der jährlichen Evakuierungsübung eingeleitet, einer Sicherheitsübung, die dazu beiträgt, auch im Notfall einen kühlen Kopf zu bewahren.

Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der Novomatic AG: „Novomatic erfüllt täglich hohe Anforderungen in den Bereichen Gesundheit und Arbeitssicherheit. Das reicht von der Produktion über die Tischlerei, Metallverarbeitung, Kunststofftechnik, Druckerei bis hin zu Lagerung und Logistik. Mit dem NOVOCCompany Day stärken wir das Bewusstsein über so wichtige Themen wie Gesundheit, Arbeitssicherheit und Umweltschutz. Dies führt auch



Feuerwehrkommandant Richard Feischl, Klaus Niedl, Novomatic, Matthias Kuhn, Messer Austria, Regina Nicham, IBG, Monika Brodey, Nestor Gold, Marie-Therese Kögl und Viktoria Trischak, Vöslauer, Bürgermeister Ferdinand Köck, Markt-gemeinde Gumpoldskirchen, sowie Philipp Gaggl, Novomatic.

[Novomatic/Sonja Kadlec, MA]

zu einer Reduktion der Arbeitsunfälle und Krankenstände.“

Trotz Urlaubszeit nahmen rund 300 Mitarbeiter am NOVOCCompany Day teil, die von Klaus Niedl, Global HR Director bei Novomatic, begrüßt wurden. Daher stießen die Vorträge, Workshops und knapp 30 Gesund-

heitsstationen auf großes Interesse bei den Mitarbeitern.

Das Angebot reichte von reinen Informationsständen, Gesundheitschecks, Seh- und Hörtests, über eine E-Bike-Teststation, Laufschuhanalyse, Erste-Hilfe-Auffrischung, Feuerlöschübung bis zu Sportstationen

und Vorträgen zur Stressreduktion sowie Burnout-Prävention. Während des gesamten Tages wurden die Mitarbeiter mit Getränken und Speisen versorgt. Den Abschluss fand der NOVOCCompany Day bei einer Tombola mit vielen tollen Preisen.

„Börse Social.com“, 25.07.2019



Smeil Nominierungen 2019 - Markteinblicke, Geldfrau, Geldkatze, Finanz Durchblick, My Money Mind, FinanzKüche und valueDACH

Smeil Alps 2019

nominierter Eintrag

Initiator boerse-social.com, Hauptpartner Novomatic sowie die Kategorienpartner S Immo und wikifolio.com suchen bei der heurigen Ausgabe des „Novomatic Smeil Alps 2019“ wieder die herausragenden Finanzblogs im deutschsprachigen Raum. Alle Details unter <http://smeil-award.com> - alle Einreichungen als Diashow: <https://boerse-social.com/smeil/diashow>

Anbei sieben Nominierungen für 2019:

Markteinblicke



<https://markteinblicke.de>

Geldfrau



FOLGEN SIE MIR
📧 📺 📱 📷

ZEIT DER WOCHE
„Der gesunde Menschenverstand ist nur eine Anhäufung von Verirren, die man bis zum 18. Lebensjahr erworben hat.“
Albert Einstein, Genie
↳ Wie Zeit lesen
↳ Eigenes Ziel ansetzen

ENDLICH GELD VERSTEHEN
Der Geldfrau Finanzkurs
Frauen können Finanzen
mit Spaß und Erfolg meistern
Jetzt anmelden

SCHMÖKERN
↳ Sparchallenge 2022
↳ Neben-Marketing-Karriere aufbauen

GELDFRAU BÜDLE IN DER ÜBERSICHT
Grundwissen ... Finanzen für jede Frau ↳ lesen
Geldmanagement ... Neben-Dubbel ↳ lesen
Absichern ... Stresserlöb/Coaching ↳ lesen
Vermögensaufbau ... Geld auch ohne BWL-Studium ↳ lesen
Interview & Talk ... Die Geldfrau hat noch ↳ lesen

<https://www.geldfrau.de>

Geldkatze

Finanzen für Freiberufler und Selbstständige.



eine Herde, etwas Altersvorsorge, Anfang 30 bis Mitte 30. Manchmal sind Kinder schon da oder auf dem Weg. **Heute Kunden sind Freiberufler*innen und Unternehmer*innen die wissen wollen, wie strategischer Vermögensaufbau funktioniert.** Ich verkaufe keine Finanzprodukte, sondern zeige Dir wie Du Deine Finanzen in den Griff bekommst und Deine persönliche Vermögensstrategie aufbaust.

Fang mit dem kostenlosen E-Mail Kurs **„Mehr Klarheit und Sicherheit für Deine Finanzen als Freiberufler und Selbstständiger“** an. Das ist ein guter Start, um Osmin

E-Mail Adresse

Wohnort

Dein Email ist mir wichtig für den Aufbau des **„Wissens-Kontakts“** für dein Finanz- und Leben.

JA SCHÖN WEL!

<http://geld-katze.de>

Finanz Durchblick

Finanzblog

Herzlich Willkommen auf unserem Blog von Finanzdurchblick. Hier kennst du unsere Sichtweise zu den verschiedenen Geldberichen näher kennen lernen. Wöchentlich werden hier neue Artikel veröffentlicht! Solltest du einen Überblick über die neuesten Artikel aller Finanzblogs haben wollen, findest du diese auf den folgenden Seiten: **Finanzblogroll** oder **Finanzblognews**.

Wer eine Übersicht über die wichtigsten Finanztools und Finanzbegriffe haben möchte, findet diese hier:

Finanztools
Finanzlexikon

Auf unserem Finanzblog wirst du feststellen, dass wir zu einigen Themen teilweise andere Sichtweisen als in der Öffentlichkeit vertreten. Sei gespannt.

<https://www.finanzdurchblick.net>

My Money Mind

Komm aus der Geld-Angst, reise in die Fülle!

START ÜBER MICH BLOG MEINE BÜCHER

Sparziele und warum sie so wichtig für dich sind

3. JULI 2021



DAS BRICH



Anja Bräutigam, Moneycoach

<https://mymoneymind.de/>

FinanzKüche

START BER BERATUNG FINANZ PLANUNG FINANZ KONTROLLE ANFANG ENDE



HOL DIR MEINEN KOSTENLOSEN NEWSLETTER:

DU BEKOMMST DIE EXTRA GROSSE PORTION FINANZWISSEN.

Der Newsletter kommt einmal wöchentlich. Ich teile dich über neue Artikel, Podcasts und Webinare auf dem Laufenden. Zusätzlich gibt es eine Karte, die dir zeigt, was du tun solltest.

E-Mail

ICH MÖCHTE DEN NEWSLETTER

Ich bestätige, dass ich meine E-Mail-Adresse für den Newsletter eingetragene habe und meine Zustimmung zur Verarbeitung meiner Daten bestätige.

<https://www.finanzkueche.de>

valueDACH

valueDACH

valueDACH

valueDACH Blog · Wissen für Value Investor · Beratung für Value Investor · Kontakt & Dienste

valueDACH Value Investing Blog

Wichtiges Wissen für Value Investor

Links der Woche 73: Dieter Werneff & Berlin Green Investment Summit



Nach 73 Ausgaben nach der Woche 73: Dieter Werneff & Berlin Green Investment Summit
Links & Events der Woche 73: Dieter Werneff & Berlin Green Investment Summit

Abonniere den valueDACH Blog und den valueDACH Newsletter

Durch Angabe meiner E-Mail-Adresse und Ankreuzen der Boxen „Blog“ und „Newsletter“ bestätige ich, dass ich meine E-Mail-Adresse für den valueDACH Blog und den valueDACH Newsletter eintragen möchte. Ich bestätige, dass ich meine E-Mail-Adresse für den valueDACH Blog und den valueDACH Newsletter eintragen möchte. Ich bestätige, dass ich meine E-Mail-Adresse für den valueDACH Blog und den valueDACH Newsletter eintragen möchte.

E-Mail

<https://www.valuedach.de/deutscher-value-investing-blog...>

„APA“, 25.07.2019

NOVOMATIC

ADMIRAL präsentiert neuen Werbespot mit David „THE HOFF“ Hasselhoff

Gumpoldskirchen (OTS) - Der österreichische Sportwett- und Glücksspielanbieter ADMIRAL startet mit neuem Werbespot in die kommende Saison! Der österreichische Sportwett- und Glücksspielanbieter ADMIRAL startet mit neuem Werbespot in die kommende Saison!

ADMIRAL Österreich gewinnt den US-amerikanischen Schauspieler und Sänger David „THE HOFF“ Hasselhoff als Testimonial für ihre neue Werbelinie. Nach der offiziellen Bekanntgabe beim ICONVIENNA Brand Global Summit 2019 im Novomatic Forum, präsentiert ADMIRAL Österreich nun seinen neuen Kampagnen-Werbespot für Sportwetten und Glücksspiel mit „THE HOFF“.

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

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

Gemeinsam mit der Kreativagentur Kobza and The Hungry Eyes (KTHE) und dem state-of-the-art Regisseur Lars Timmermann ist ein hollywoodreifer Videodreh gelungen. Mit dem Launch der neuen Werbelinie wird die Kampagne auch auf anderen Kanälen wie Print, Online und Social Media ausgerollt. Fans von „THE HOFF“ kommen dabei nicht zu kurz, denn David Hasselhoff kommt diesen Herbst gleich drei Mal nach Österreich, mit Konzerten in Innsbruck, Wien und Graz.

Hier finden Sie exklusive den neuen ADMIRAL & THE HOFF-Spot sowie das Gewinnspiel für 200 David Hasselhoff-Konzertkarten:

ADMIRAL & THE HOFF - Spot 2019/20

www.admiral.ag

THE HOFF - Ticket Promotion

www.admiral.at/ichhoff

„NÖ Wirtschaft“, 23.07.2019

Wiener Neustadt:

Saab zu Besuch bei Novomatic, Diamond Aircraft, Austro Engine und MSW GmbH

Das Interesse der mitgereisten NÖ-Unternehmen galt im April vor allem dem Thema Künstliche Intelligenz (KI) und wie diese in der Luftfahrt angewendet werden kann. So wird von Saab zum Beispiel das Produktdesign mit 3D-Druck erstellt oder die Software-Entwicklung durch „machine learning“ unterstützt.

Jetzt besuchten Per Stenfelt und Per Alrikson von Saab aufgrund der TIP-Exkursion die Novomatic AG in Guntramsdorf und die Wiener Neustädter Top-Konzerne, Diamond Aircraft, Austro Engine und Firma MSW GmbH. Sowohl Stenfelt als auch Alrikson waren beeindruckt von der Innovationskraft der erfolgreichen NÖ-Unternehmen. „Der Besuch bei Diamond Aircraft, Austro Engine und der Firma MSW GmbH in Wr. Neustadt hat uns gezeigt, welche

riesige Innovationskraft in den NÖ Unternehmen liegt. Wir sind sehr optimistisch, die Kooperationsgespräche mit diesen Unternehmen schon im Herbst vertiefen zu können. Außerdem planen wir einen Folgetermin, um weitere interessante Unternehmen in Österreich zu finden, mit denen wir zusammenarbeiten können. Die Unterstützung der WKNÖ ist dafür unbezahlbar“, sagt Per Alriksson, zuständig für Verkauf und Marketing beim schwedischen Hersteller Saab.

TIP-Exkursion gab den entscheidenden Anstoß

Auch Johannes Frauenberger von Diamond Aircraft streicht die gute Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer NÖ hervor: „Die von den Technologie- und



Diamond Aircraft (v.l.): Jürgen Heinrich (Diamond Aircraft), Helmut Kahrer (TIP NÖ), Per Alriksson (Saab Aeronautics), Per Stenfelt (Saab Aeronautics), Wolf Dietrich Karl Rückert (Novomatic) und Johannes Frauenberger (Diamond Aircraft).

Fotos: TIP



Austro Engine (v.l.): Jürgen Heinrich (Diamond Aircraft), Wolf Dietrich Karl Rückert (Novomatic), Per Alriksson (Saab Aeronautics) und Per Stenfelt (Saab Aeronautics).

Innovationspartnern (TIP) NÖ organisierte spannende Exkursion zu Saab nach Schweden war der Startschuss für eine mögliche Zusammenarbeit mit dem international tätigen High-Tech-Konzern. Das zeigte sich nun auch

beim Besuch von Saab in Wiener Neustadt.*

Im Herbst sind weitere Kooperationsgespräche zwischen den Wiener Neustädter Firmen und Saab geplant.

tip-noe.at



MSW GmbH (v.l.): Per Stenfelt (Saab Aeronautics), Per Alriksson (Saab Aeronautics), Wolf Dietrich Karl Rückert (Novomatic) und Ernst Kurri (MSW GmbH).