

Pressespiegel 2020 Press Documentation 2020

NOVOMATIC

Erstellt von
Prepared by

Datum
Date

Konzernkommunikation

07.01.2020 / KW 01



„APA“, 03.01.2020

Sieben Tage Wirtschaft - Die Woche 06.01. bis 12.01.

Utl.: Vertiefte Diskussion um Pläne der neuen Regierung - Rückblicke, Ausblicke, Konjunktur

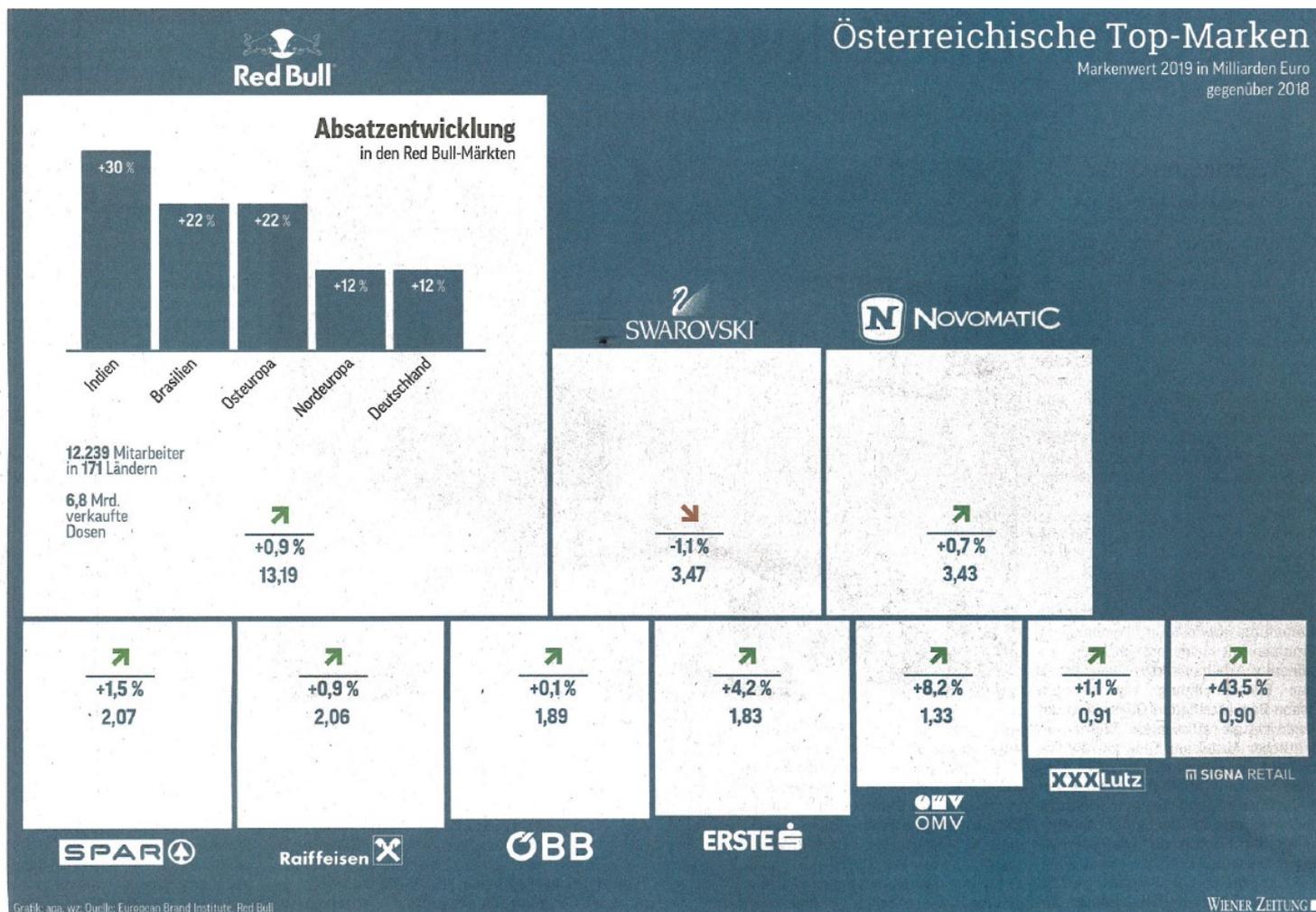
Wien (APA) - Nach der Einigung auf das Regierungsprogramm des künftigen türkis-grünen Kabinetts werden zum Start des neuen Arbeitsjahres deren Pläne im Detail die Wirtschaftstreibenden und Interessensvertreter beschäftigen. Ansonsten ist wieder Zeit für Marktausblicke und Branchenerwartungen. Eine erste Vorkaufsfrist für die Casinos-Anteile der Novomatic endet. Las Vegas lädt zur weltgrößten U-Elektronikmesse.

Am Montag zu Dreikönig gibt es auch an der Wiener Börse Feiertagshandel. Für die Mehrzahl der anderen Branchen beginnt die Arbeitswoche am Dienstag: Beim Bund steht die erste Anleihen-Auktion an. Von der Statistik Austria werden die Großhandelspreise für Dezember erwartet. Für die Eurozone gibt es eine Vorabschätzung zur Inflation (Dezember). Am Abend lädt Raiffeisen Prominenz aus Wirtschaft und Politik zum traditionellen Sauschädelessen. In Las Vegas startet die Consumer Electronic Show (CES, bis 10.1.).

Der Ausblick für den Immobilienmarkt 2020 (EHL) und der Blick in den Markt für erneuerbare Energien (IG Windkraft) sind an jedem Jahresbeginn Fixstarter, diesmal am Mittwoch. In Wien legt Stadtrat Hanke mit der Wirtschaftsagentur Wien eine Wirtschaftsoffensive 2020 vor. Der Rückversicherer Munich Re blickt auf das Naturkatastrophenjahr 2019 zurück. Aus Brüssel gibt es den Klimaindex für die Wirtschaftsstimmung in der Eurozone.

Im Vorfeld der nächstwöchigen Branchenmessen (Ferienmesse, Vienna Autoshow) präsentieren einige Unternehmen schon am Donnerstag vorher ihre Erwartungen: TUI Austria kennt die Reisetrends im Sommer 2020. Mitsubishi äußert sich zum Autojahr 2020. Außerdem wird berichtet, was sich die junge Wirtschaft von der Konjunktur und von der neuen Regierung erwartet. Aus den USA kommen Arbeitsmarktdaten.

Am Freitag geht in Wiener Neustadt der BAWAG-Refco-Prozess weiter. Ende dieser Woche gibt es für die tschechische Sazka-Gruppe einen Stichtag zur Übernahme des Novomatic-Anteils an den Casinos Austria: Die übrigen Aktionäre haben ein Vorkaufsrecht, eine erste Frist dazu läuft nun aus.



Red Bull als Marke unangefochten an der Spitze

Markenwert des Energydrink-Herstellers unter Österreichs Firmen mit Abstand am höchsten – Signa Retail erstmals in Top Ten.

Zahlreiche Übernahmen haben den Markenwert der Signa Retail des Investors René Benko in die Höhe getrieben und das Unternehmen erstmals unter die 10 wertvollsten österreichischen Marken gebracht. An der Spitze des Rankings liegt weiter Red Bull, gefolgt vom Kristallkonzern Swarovski und dem Glücksspielunternehmen Novo-

matic, geht aus einer Markenwert-Studie des „European Brand Institute“ hervor.

Der Markenwert des Energydrink-Herstellers liegt demnach aktuell bei über 13,19 Milliarden Euro, das ist ein leichter Zuwachs von 0,9 Prozent im Vergleich zum vergangenen Jahr. Bei einem Preis von 1,49 Euro zahlen die Konsumenten 1,20 Euro an Mar-

kenprämie, wie für die Studie errechnet wurde. Red Bull sei diesbezüglich ein weltweites Vorbild.

Swarovskis Markenwert ist wegen negativer Währungseffekte um 1,1 Prozent auf 3,47 Milliarden Euro gesunken. Bei Novomatic mit einem Markenwert von 3,43 Milliarden Euro gibt es indes nach Einschätzung des „European Brand Institute“ noch Luft nach

oben. Auf Platz vier und fünf liegen Spar und Raiffeisen mit einem Markenwert von je knapp über 2 Milliarden Euro. Bei den ÖBB, deren Marke 1,9 Milliarden ist ebenfalls weiteres Wachstum zu erwarten, vor allem wegen der Investitionen in Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Auf den Rängen sieben bis neun folgen die Erste Bank, OMV und XXXLutz.

Durch Zukäufe sprang die Signa Retail von Platz 18 auf 10 und verdrängte die Vienna Insurance Group. Der Markenwert stieg um 43,5 Prozent auf 904 Millionen Euro. Die Übernahme von Kika und Leiner mache da nicht sehr viel aus, heißt es beim „European Brand Institute“. Besonders spannend seien Signas Omnichannel-Aktivitäten. ■ (apa/red.)

„Österreich“, 31.12.2019

SO WIRD 2020

So wird 2020.
Forschung und Entwicklung
nehmen bei NOVOMATIC
einen besonders hohen
Stellenwert ein.

NOVOMATIC setzt auf innovative Technologie

FÜR DAS KOMMENDE JAHR 2020 UND ANLÄSSLICH DES 40-JAHRE-JUBILÄUMS hat sich NOVOMATIC einiges vorgenommen. Im Fokus stehen einmal mehr die Mitarbeiter, Forschung und Entwicklung sowie die länderübergreifende Optimierung interner Abläufe und Strukturen.

Der österreichische Leitbetrieb aus Gumpoldskirchen setzt auch im kommenden Jahr auf Kontinuität in seiner Strategie. Gerade in den letzten Jahren ist der Konzern rasant gewachsen. Heute verfügt NOVOMATIC über Standorte in mehr als 50 Ländern und exportiert mit 23.495 Mitarbeitern Hightech-Gaming-Equipment in über 70 Staaten. „Wir arbeiten weiterhin an unserer künftigen Unternehmenspositionierung in den unterschiedlichen Märkten und Sparten“, so Mag. Harald Neumann, Vorstandsvorsitzender der NOVOMATIC AG.

Dabei nehmen Forschung und Entwicklung einen besonders hohen

Stellenwert ein. „Hier führend zu sein ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für NOVOMATIC. Deshalb wurden allein innerhalb der letzten drei Jahre mehr als 300 Millionen Euro in die Forschung und Entwicklung neuer Technologien investiert“, bestätigt Neumann die Bedeutung dieses Bereichs. Garantiert wird dies durch die konzern-eigenen 25 Technologiezentren in 15 Ländern, wo innovative Technologien, Systemlösungen sowie zukunftssträchtige Produkte für das Segment Online, Mobile und Social Gaming entwickelt werden. Die Produktion findet an 14 Produktionsstandorten in elf

Ländern statt. Zudem produziert NOVOMATIC jährlich mehr als 230 neue Spielvarianten und Game-Designs. „Dabei entwickeln wir Softwaresystemlösungen. Diese inkludieren beispielsweise Zutrittsysteme, biometrische Spielererkennungssysteme, die Vernetzung mit staatlichen Aufsichtsbehörden oder Spielerschutzprogramme“, gibt Neumann einen kurzen Überblick über die Aktivitäten.

Online liegt im Trend

Der digital-interaktive Bereich ist seit Jahren einer der international am rasantesten wachsenden Sektoren in der Gaming-Branche. Grundlage sind

die immer leistungsfähigeren mobilen Endgeräte für die Konsumenten. Auf dieser Basis entwickelt NOVOMATIC ein 360-Grad-Erlebnis. „Der Kunde soll sein Spiel am mobilen Endgerät, am Computer oder in einer Spielstätte spielen können. Ohne Systemunterbrechungen“, so Neumann.

Eine weitere Entwicklung sind die sogenannten „Branded Games“. Dieser branchenweite Trend kommt aus den USA. Dabei werden bekannte Themen der Popkultur, wie TV-Sendungen und Blockbuster, mit Gaming verschmolzen. NOVOMATIC verfügt über Lizenzen sowohl für die Batman-Trilogie von

Christopher Nolan als auch für die Sherlock-Holmes-Verfilmung von Guy Ritchie. Zudem wurden die Spiele „From Dusk Till Dawn“, basierend auf dem gleichnamigen Blockbuster-Film von Quentin Tarantino, sowie „MacGyver“ der Öffentlichkeit präsentiert. Diese Entwicklungen sind vor allem in den USA im Einsatz.

Biometrie gewinnt an Bedeutung

Ein weiterer Trend in der Gaming-Branche betrifft die biometrischen Daten. Dabei geht es einerseits um mehr Komfort für den Kunden, andererseits wird dadurch punktgenauer Spielerschutz ermöglicht. Aktuell ist die Technologie bereits bei Glücksspielgeräten in Österreich im Einsatz. In Zukunft sollen Kunden mit ihrer biometrischen ID in jeder Spielstätte des Betreibers einchecken und über virtuelles

Spielguthaben verfügen können. NOVOMATIC ist damit einer der ersten Gaming-Technologiekonzerne weltweit, der die technischen Voraussetzungen

dafür geschaffen hat, ein biometrisch basiertes Zutritts- und Zahlungssystem einzuführen.

Die Anwendung von Biometrie erlaubt es lizenzierten Betreibern wie ADMIRAL, den Zugang für Nichtbefugte zum Gaming Floor und zu den Spielgeräten verlässlich zu unterbinden. Der Fingerabdruck ersetzt so missbrauchssicher die in vielen Ländern vorgeschriebene Spielerkarte.

Spielerschutz als Wettbewerbsvorteil

„Responsible Gaming haben wir in den letzten Jahren zu einer Kernkompetenz weiterentwickelt. Dabei geht es auch um einen Marktvorteil bei der Gewinnung von Lizenzen. Denn Spielerschutzkonzepte sind mittlerweile

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

Sportwetten im Fokus

Durch die Liberalisierung des US-Markts setzt NOVOMATIC große Hoffnungen auf das Sportwettengeschäft. Dazu verfolgt das Unternehmen eine internationale Expansions-

strategie und plant, die schon bestehende starke Position auch in Europa weiter auszubauen. „Wir befinden uns in einem Sportwettenmarkt mit etwa vier bis fünf großen Mitbewerbern. In einem derartigen Umfeld müssen wir eine verbindliche Entscheidung treffen, um mit einem wettbewerbsfähigen Angebot Marktanteile zu gewinnen. Für unseren Spielbetrieb müssen wir nur unser eigenes System ausbauen und unsere digitalen Fähigkeiten stärken. Wir werden uns auf spezifische Produkte und Funktionalitäten für bestimmte Märkte konzentrieren, die heute bereits gut funktionieren und sich verkaufen, und dann in einem wettbewerbsorientierten Umfeld Schritt für Schritt vorgehen“, erklärt Neumann.



NOVOMATIC ist einer der ersten Gaming-Technologiekonzerne weltweit, der die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen hat, ein biometrisch basiertes Zutritts- und Zahlungssystem einzuführen. «

Mag. Harald Neumann
Chief Executive Officer
NOVOMATIC