

Pressepiegel 2021

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **23.08.2021 / KW 33**



Glückspielpaket

WIEN Es war Februar, als die Bundesregierung den Ministerratsvortrag zum Glückspielpaket abgesegnet hat. Der dazugehörige Gesetzesentwurf hätte im April in Begutachtung gehen sollen. So weit gekommen ist es nicht – ÖVP und Grüne feilschen noch um die Details. Es geht um Werbebeschränkungen und Regulierungen von In-Game-Käufen. Außerdem soll die Spielgeschwindigkeit bei Automaten gedrosselt und der maximale Spieleinsatz verringert werden. Ein IP-Blocking ist geplant, wodurch Glücksspielanbieter ohne Lizenz in Österreich auch kein Online-Glücksspiel anbieten können. Eine



Die Spielgeschwindigkeit und der maximale Spieleinsatz sollen verringert werden. APA

weisungsfreie Behörde soll künftig über die Lizenzvergabe entscheiden – zumindest diese scheint fix. Diskussionsbedarf soll es aber bei der Glücksspielwerbung zu geben.

VN-SERIE „WO BLEIBT DAS ...?“

Angekündigt, aber noch nicht umgesetzt: Davon gibt es derzeit einiges im türkis-grünen Spektrum. Vom Informationsfreiheitsgesetz bis zum Glückspielpaket: Es wird verhandelt, wie die zuständigen Ministerien mitteilen. Bei den Versprechen zum Gewaltschutzpaket scheinen die Ressorts schon einiges in Angriff genommen zu haben. Doch die Arbeit geht nicht aus: Neben der Bewältigung der Coronakrise stehen im Herbst schon die zwei nächsten Großprojekte an: die Pflegereform und die ökosoziale Steuerreform.

Die Grünen wollen eine verherrlichende Darstellung unterbinden. Ein weiterer Streitpunkt ist die Drosselung von Spielgeschwindigkeit und -einsätzen. **VN-EBI**

Auszeichnung für Löwen Entertainment



Löwen Entertainment wurde anlässlich des Team-Dart-Events 2021 der National Dart Association (NDA) in Las Vegas erneut für seine langjährige Unterstützung des Dart-Dachverbandes der USA ausgezeichnet.

"Wir sind stolz auf unsere langjährige Partnerschaft mit der NDA", sagt Helmut Schneller (Foto), Leiter des Compactsport-Produktmanagements von Löwen Entertainment. "Diese war schon immer ein Beweis für uns, dass Löwen Dart sowohl bei Hobby-Dartern als auch bei internationalen Darts-Profis ein hohes Ansehen genießt." Bedingt durch die Corona-Pandemie konnte Helmut Schneller die Auszeichnung in diesem Jahr nicht persönlich von NDA-Präsident Preston Obrigewitsch entgegennehmen, heißt es von Löwen. Mit mehr als 47.000 Mitgliedern zählt die NDA zu den weltweit größten Verbänden des elektronischen Dartsports.

Aufgrund anhaltender Reisebeschränkungen nahmen am diesjährigen Team-Dart-Event im Westgate Las Vegas Resort & Casino ausschließlich US-amerikanische Dartspieler teil. Löwen Entertainment unterstützte "auch unter diesen besonderen Umständen" die Veranstaltung mit 80 Löwen-Dartgeräten.

„www.msn.com“, 17.8.2021

Blümel spendet Klagsentschädigungen an Rotes Kreuz

ÖVP-Minister geht gegen Unterstellungen auf Social Media vor - 1.500 Euro an eingeklagten Entschädigungen gehen an die Hochwasser-Hilfe des Roten Kreuzes.



© APA/GEORG HOCHMUTH / GEORG HOCHMUTH

Mehrfach hat Finanzminister Gernot Blümel insbesondere im Zuge des Ibiza-Ausschusses sowie seiner Hausdurchsuchung öffentlich gemacht, wie er mit Vorwürfen der Bestechlichkeit, Unterstellungen und Verleumdungen umzugehen gedenkt.

Anlässlich des Vorwurfs, er habe als ÖVP-Wien-Chef Spenden vom Glücksspiel-Konzern Novomatic entgegengenommen, erklärt Blümel im Februar 2021 mittels eidesstaatlicher Erklärung, er könne "beweisen, dass in meiner Zeit als Landespartei- und Bundesparteiobmann keine Spende der Novomatic an die ÖVP Wien geflossen ist, und in der Zeit von Sebastian Kurz als Bundesparteiobmann keine Spende der Novomatic an die Bundespartei geflossen ist." Zudem ließ Blümel wissen, er werde "Verleumdungen entgegentreten", und "wer etwas anderes behauptet, wird von mir geklagt."

Im Frühjahr hatte ein Facebook-Posting der Sozialistischen Jugend Österreichs (SJ) - mit einem Porträtfoto von Blümel und dem ehemaligen Finanzminister Karl-Heinz Grasser und den Zeilen "ausen fesch, innen korrupt" - wie berichtet bereits ein gerichtliches Nachspiel. Blümel klagte und bekam vor Gericht recht. Die SJ verpflichtete sich zur Unterlassung der Weiterverbreitung der Behauptungen. Zudem spendete die SJ 2.000 Euro an das Hilfswerk Wien.

Seither hat Blümel laut Finanzministerium weitere Klagen gegen Privatpersonen angestrengt, die ihn auf Social Media als "kriminell oder korrupt beschimpft haben". Nebst öffentlich gemachten Widerrufungen müssen die Geklagten insgesamt 1.500 Euro an Entschädigungen bezahlen. Diese Summe kommt nun - laut Informationen des Finanzministeriums - dem Roten Kreuz und der Hochwasser-Hilfe zugute.

„Top-Gewinn“, 17.8.2021

TOP-GEWINN und Compass-Verlag präsentieren Topkarrieren



Alexandra Draxler-Zima



Espen Berge Larsen



Romana Gugenberger



Susanne Kalss



Bruno Ettenauer



Herwig Teufelsdorfer

Neu im Juli 2021 im Firmenbuch eingetragene Aufsichtsräte (Reihung nach Unternehmen)

Name	Unternehmen	Ort
Dipl.-Ing. Daniela Bogner	Agrana Beteiligungs-Aktiengesellschaft	1020 Wien
Rene Schmid	Agrana Beteiligungs-Aktiengesellschaft	1020 Wien
Ingrid-Helen Arnold	Agrana Zucker GmbH	1020 Wien
Dr. Norbert Harringer	Agrana Zucker GmbH	1020 Wien
Mag. Alexandra Draxler-Zima	Billa Aktiengesellschaft	2355 Wiener Neudorf
Espen Berge Larsen	Billa Aktiengesellschaft	2355 Wiener Neudorf
Dr. Stephan Ottubay	Coreal Immobilien Verwaltungs- und Beratungs AG	7000 Eisenstadt
Dr. Andreas Ludwig	Doka GmbH	3300 Amstetten
Mag. Karin Baumegger	Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG	1100 Wien
Mag. (FH) Heinrich Senger-Weiss	Gebrüder Weiss Holding AG	6923 Lauterach
Mag. Klaus Kumpfmüller	Hypo-Banken-Holding Gesellschaft m.b.H.	1040 Wien
Dr. Ferdinand Wenzl	Hypo-Banken-Holding Gesellschaft m.b.H.	1040 Wien
Mag. Nikola Vild Mitosinkova	Julius Meinl Aktiengesellschaft	1010 Wien
Sergey Monin	Kathrein Privatbank Aktiengesellschaft	1010 Wien
Mag. Dr. Bernhard Koller	Merkur Versicherung Aktiengesellschaft	8010 Graz
Dr. Haig Asenbauer	Novomatic AG	2352 Gumpoldskirchen
Manfred Boch	Planner Holding AG	6923 Lauterach
Josef Glatzl	Prinzhorn Holding GmbH	1230 Wien
Manfred Schenk	Steiermärkische Bank und Sparkassen Aktiengesellschaft	8010 Graz
Dr. Hermann Melnikov	Strabag SE	9500 Villach
Zsuzsanna Eifert	Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherung Gruppe	1010 Wien
Mag. Robert Lasshofer	Vienna Insurance Group AG Wiener Versicherung Gruppe	1010 Wien
Mag. Harald Kröger	Wiener Börse AG	1010 Wien

Neu im Juli 2021 im Firmenbuch eingetragene Vorstände von AGs und Stiftungen (Reihung nach Unternehmen)

DI Mag. Reinhard Florey	Alfred Umdasch Privatstiftung	1010 Wien
Dr. Jörg O. Waiblinger	Alpa Privatstiftung	6971 Hard
Dr. Andreas Gerber	Apeiron Biologics AG	1030 Wien
Mag. Dr. Romana Gugenberger	Apeiron Biologics AG	1030 Wien
Mag. Stephan Wasmayer	Bank Gutmann Aktiengesellschaft	1010 Wien
Dr. Guido Jestädt	Bawag Group AG	1100 Wien
Mag. Nikolaus Juhasz	BKS Bank AG	9020 Klagenfurt
DI Wolfram Krenn	Borealis AG	1220 Wien
Attila Mark Dogudan	DO & CO Aktiengesellschaft	1010 Wien
Andreas Sundl	Hödlmayr International AG	4311 Schwertberg
Mag. Andreas Hämmerle	Kapsch TrafficCom AG	1120 Wien
Martijn Arjen van Koten	OMV Aktiengesellschaft	1020 Wien
Univ.-Prof. Dr. Susanne Kalss	Ottakringer Privatstiftung	1010 Wien
Dipl.-BW (BA) Daniel Prahl	Pfanner Holding AG	6923 Lauterach
Mag. Franz Witt-Döring	Rudolf Weinberger Privatstiftung	5451 Tenneck
Mag. Dr. Wolfgang Litzlbauer	Umdasch Group AG	3300 Amstetten
Dr. Franz Hochstrasser	Volksbanken Holding eGen	1013 Wien
Dr. Christian Grave	Wenckheim Privatstiftung	1040 Wien
Univ.-Prof. Dr. Susanne Kalss	Wenckheim Privatstiftung	1040 Wien

Neu im Juli 2021 im Firmenbuch eingetragene Geschäftsführer (Reihung nach Unternehmen)

Dkfm. Markus Mühleisen	Agrana Zucker GmbH	1020 Wien
Erwin Brunner	Amazon SC Austria 1 GmbH	2203 Großesbiersdorf
Andreas Marschner	Amazon SC Austria 1 GmbH	2203 Großesbiersdorf
Ralf Weber	BWT Austria GmbH	5310 Mondsee
Mag. Gottfried Neumeister	DO & CO Airline Catering Austria GmbH	1110 Wien
Robert Hauser	Doka GmbH	3300 Amstetten
Marcel Sabitzer	MS7 GmbH	5020 Salzburg
Mag. Harald Mayer	Ottakringer Brauerei GmbH	1160 Wien
Dr. Bruno Ettenauer	S Immo Beteiligungen GmbH	1010 Wien
Dipl.-Ing. Herwig Teufelsdorfer	S Immo Beteiligungen GmbH	1010 Wien

Quelle: Compass-Verlag, www.compass.at

„Top-Gewinn“, 17.8.2021

BERUF & ERFOLG TOP-GEWINN-IMAGE-RANKING 2021

IMAGE- Ranking 2021

Das sind die **100**
angesehensten
Unternehmen
des Jahres

Wer hat das beste Image im ganzen Land? 2021 ist es erstmals Spar, gefolgt von Red Bull und Vorjahressieger Erste Bank & Sparkassen Gruppe. Gewählt wurden diese von den GEWINN-Abonnenten und der Wirtschafts-élite des Landes.

VON FRIEDRICH RUHM UND STEFAN TESCH

Was für ein Jahr für Spar! Zuerst wird der Dauerkonkurrent Rewe erstmals nach zwei Jahrzehnten im Wettstreit um Marktanteile überholt und jetzt auch noch der erste Sieg beim TOP-GEWINN-Image-Ranking. Einen besseren Start kann sich der erst seit Anfang des Jahres als Vorstandsvorsitzender tätige Fritz Poppmeier wohl nicht wünschen.

Apropos geglickter Start. Red Bull ist nicht nur im Motorsport wieder ganz vorne mit dabei, sondern auch beim traditionsreichsten Berufs- und Branchenranking Österreichs. Mit Platz zwei gelang dem weltbekannten Getränkehersteller aus Fuschl 2021 der Wiedereinstieg unter die Top drei.

Das Nachsehen bei so viel Energie hatte heuer die Erste Bank & Sparkassen Gruppe, die statt auf die Eins „nur“ auf Rang drei kommt. Aber auch im Verfolgerfeld der 100 heimischen Unternehmen mit dem höchsten Ansehen gab es spannende Positionswechsel.

Spar stürmt an die Spitze

Spar ist beim mittlerweile 26. TOP-GEWINN-Image-Ranking erst der fünfte neue Sieger. Jahrelang hatte die OMV dominiert, bevor es in den letzten Jahren mit Red Bull, Voestalpine und Erste auch andere und wechselnde Gewinner gab. Spar war zwar stets vorne zu finden, für die absolute Spitze hatte es aber bisher nicht gereicht. Im letzten Jahr war Spar auf Rang zwölf platziert.

Dafür lief es 2020 wirtschaftlich umso besser. Trotz Corona-bedingt sehr unterschiedlicher regionaler Bedingungen konnte die Spar Österreich-Gruppe – mit Spar, Eurospar, Interspar und Hervis –, die insgesamt acht Ländern tätig ist, den Brutto-Verkaufsumsatz um 5,6 Prozent auf 16,60 Milliarden Euro steigern.

Besonders stark war der Zuwachs im Lebensmittelhandel und in Österreich, wo 8,32 Milliarden Euro Verkaufsumsatz für das Salzburger Familienunternehmen ein Plus von 16 Prozent bedeuteten. Da der Markt lediglich um zehn Prozent wuchs, konnte Spar den Marktanteil um 1,8 Prozent auf 34,6 Prozent steigern. Für Rewe – mit Adeg, Billa, Billa Plus (davor Merkur), Bipa und Penny – wurden für 2020 nur 33,3 Prozent ermittelt, was Spar nach 20 Jahren erstmals an die Spitze des heimischen Lebensmittel-Einzelhandels bringt.

Vielfalt + Nachhaltigkeit = Sieg

In einem Interview für GEWINN extra (erschienen im Juni 2021) führt Vorstandsvorsitzender Fritz Poppmeier die starke Ausrichtung von Spar auf „Vielfalt und Nachhaltigkeit mit den Unterpunkten Genuss, Regionalität und Lokalität“ als Geheimnis des Erfolgs an: „Die Krise hat das Bewusstsein der Kunden und Kundinnen dahingehend noch mehr geschärft. Aber viele wissen gar nicht, was der Lebensmittelhandel dazu beiträgt.“

Für Poppmeier beschränkt sich dieser Beitrag nicht auf das Sortiment, das mehr als 29.000 regionale und lokale Produkte von über 2.000 heimischen Produzenten auflistet. Bei Spar sind auch mehr als 90.000 Menschen beschäftigt, davon über 3.200 Lehrlinge, die in mehr als 20 unterschiedlichen Lehrberufen ausgebildet werden.

Und 2020 wurden trotz Krise alleine in Österreich fast 4.200 Arbeitsplätze (im Konzern waren es beinahe 5.000) neu geschaffen und um 150 Lehrlinge mehr als im Jahr davor ausgebildet.

Auch Red Bull kann mehr

Immer vielfältiger wird auch das Sortiment von Red Bull, das mit seiner Organics-Serie zudem auf Zutaten aus 100 Prozent natürlicher Herkunft und ohne künstliche Zusatzstoffe oder Aromen setzt. Laut Unternehmenswebsite handelt es sich dabei um „Bio-Erfrischungsgetränke in unverwechselbaren Geschmacksvarianten – keine Energy Drinks“. Erhältlich sind diese mittlerweile in sechs Geschmacksvarianten inklusive dem bereits länger auf dem Markt befindlichen „simply Cola“.

Vor demnächst 35 Jahren – am 1. April 1987 – war die erste Red-Bull-Dose über den Ladentisch gewandert. 2020 wurden mit 12.618 Mitarbeitenden weltweit 7,9 Milliarden Dosen verkauft. Das waren trotz geschlossener Gastronomie um 5,2 Prozent mehr als 2019. Und auch der Umsatz stieg um immer-



Spar ist nicht nur Marktführer im heimischen Lebensmittelhandel, sondern gewinnt auch das TOP-GEWINN-Image-Ranking



Red Bull steht nach einjähriger Pause wieder auf dem Stockerl und belegt den zweiten Platz. Neben Energydrinks probiert man es mit Organic-Drinks



Die Erste Bank & Sparkassen Gruppe feierte letztes Jahr ihren 200. Geburtstag und freut sich heuer über Platz drei beim TOP-GEWINN-Image-Ranking

SO WURDE GEWÄHLT

Durchgeführt wurde das 26. TOP-GEWINN-Image-Ranking im Frühsommer 2021. Als Jury fungierten die 12.000 Bezieher des Newsletters unter den GEWINN-Abonnenten sowie die Spitzenvertreter der 1.000 größten Unternehmen Österreichs.

Zur Auswahl standen die 50 umsatzstärksten heimischen Betriebe sowie die bestgereichten aus dem TOP-GEWINN-Image-Ranking 2020. Zusätzlich gab es für die Jury die Möglichkeit, für jede Kategorie individuelle Nennungen vorzunehmen.

Neben der Wahl der 100 Marken und Unternehmen mit dem besten Image hierzulande wurde auch entschieden, wer in welcher von 15 Branchen das höchste Ansehen genießt und welche Kandidaten sich in welchen Spezialkategorien besonders hervortun.

Diese Unternehmen haben das beste Image im Land

Rang 2021	Unternehmen	Rang 2020	up & down
1	Interspar/Spar (inkl. Hervis)	12	↑
2	Red Bull	4	↑
3	Erste Bank & Sparkassen (Gruppe)	1	↓
4	Henkel	16	↑
5	Verbund	2	↓
6	Mayr-Melnhof	21	↑
7	Palfinger	29	↑
8	OMV	5	↓
9	Hofer (inkl. Reisen, HOT)	14	↑
10	A1 Telekom Austria	3	↓
11	Wienerberger	18	↑
12	AVL-List	11	↓
13	Voestalpine	7	↓
14	Falkensteiner	26	↑
15	Ralfeisen Gruppe	19	↑
16	ÖBB	17	↑
17	Andritz	20	↑
18	Sonnentor	15	↓
18	Wien Energie	10	↓
20	Infineon	24	↑
21	AT&S	39	↑
22	Oberbank	37	↑
23	DM	33	↑
24	Wiener Städtische (VIG)	25	↑
25	KTM	9	↓
26	Strabag	54	↑
27	Generali	28	↑
28	Uniq	13	↓
29	EVN	34	↑
30	BMW (Austria, Steyr)	23	↓
31	Ikea	43	↑
32	Siemens	31	↓
33	Porsche Austria (inkl. Audi, Skoda, VW)	35	↑
34	Borealis	84	↑
35	Novomatic	32	↓
36	Wiener Linien	8	↓
37	Fronius	58	↑
38	LKW Walter	30	↓
39	FACC	6	↓
40	Hotel Sacher	63	↑
41	Ottakringer	49	↑
42	Perr	22	↓
43	Boehringer Ingelheim	41	↓
44	Stadt Wien (Wien Holding, Wt. Stadtwerke)	45	↑
45	Post	81	↑
46	Münze Österreich	38	↔
47	Philoro	-	↑
48	Apple	62	↑
49	Lidl	77	↑
50	Magenta (vorm. T-Mobile)	53	↑

Rang 2021	Unternehmen	Rang 2020	up & down
51	Rauch	44	↓
52	Vamed	57	↑
53	Rewe (inkl. aller Marken)	59	↑
54	Kapsch	40	↓
55	Asfinag	79	↑
56	Gebrüder Weiss	27	↓
57	Alpla	-	↑
58	DB Schenker	66	↑
59	Flughafen Wien	42	↓
60	Mondi	67	↑
61	Westbahn	75	↑
62	TUI Österreich	-	↑
63	Anton Paar	95	↑
64	Bosch	69	↑
65	Mercedes	70	↑
66	AM3 AG	47	↓
67	UniCredit Bank Austria	48	↓
68	Do & Co	83	↑
69	Drei Hutchison	72	↑
70	Austrian Airlines	68	↓
71	Swietelsky	61	↓
72	XXXLutz Möbel	76	↑
73	Lenzing	78	↑
74	Casinos Austria	87	↑
75	Österreichische Bundesforste	60	↓
76	Conrad	102	↑
77	Agrana	36	↓
78	Liebherr	-	↑
79	Bawag	93	↑
80	Peek & Cloppenburg	96	↑
81	Wüstenrot	94	↑
82	Egger Holz	88	↑
83	RHI Magnesita	98	↑
84	Mediamarkt/Saturn	74	↓
85	Samsung	90	↑
86	Microsoft	46	↓
87	Zotter	56	↓
88	Ruefa	85	↓
89	Nestlé/Nespresso	73	↓
90	Denzel	50	↓
91	Rilum	55	↓
92	ORF	92	↔
93	Amag	80	↑
94	Salzburg AG	99	↑
95	Manner	65	↓
96	Miba	89	↓
97	Allianz Elementar Versicherung	91	↓
98	Rosenbauer	51	↓
99	Leyrer + Graf	-	↓
100	Energie AG	71	↓

hin vier Prozent (2019 waren es plus acht Prozent gewesen) auf 6,3 Milliarden Euro. Beim TOP-GEWINN-Image-Ranking 2021 bringt das den zweiten Platz im Gesamtranking.

Die Erste wird heuer Dritte

Nach der medialen Präsenz rund um den 200. Geburtstag der 1819 gegründeten „Ersten oesterreichischen Spar-Casse“ war die Erste im Vorjahr etwas ruhiger unterwegs. Entsprechend muss sich die Erste Group Bank AG, als Dach für die Erste Bank Österreich und die 49 regionalen Sparkassen, nach dem Sieg beim TOP-GEWINN-Image-Ranking 2020 in diesem Jahr mit Rang drei zufriedengeben.

Wirtschaftlich hat sich die Erste Group für 2021 eine deutliche Erhöhung des Nettogewinns zum Ziel gesetzt. „So far“ läuft es so gut, dass die Wachstumsprognose 2021 für die Kernmärkte der Erste Group in CEE deutlich von zwischen 2,8 und 4,5 Prozent auf drei bis sieben Prozent angehoben wurde. Dazu der CEO Bernhard Spalt in einer Presseaussendung Ende Juli: „Die Indikatoren deuten auf eine wirtschaftliche Erholung, die im Osten der EU dynamischer ausfällt als im Westen. Ich glaube außerdem, dass der EU-Aufbaufonds für zusätzliche Wachstumsimpulse in den nächsten Jahren sorgen wird.“ Aber, so Spalt weiter: „Abzuwarten bleibt die weitere Entwicklung der Pandemie.“

Philoro ist Aufsteiger des Jahres

Eine kleine Sensation ist der Einstieg von Philoro auf Rang 47. Das Handelshaus für Edelmetalle ist damit nicht nur Newcomer des Jahres beim TOP-GEWINN-Image-Ranking 2021, sondern auch Aufsteiger des Jahres. Trotzdem ist das Ergebnis leicht zu erklären. Gold, Silber und auch Platin waren im letzten Jahr besonders heiß begehrt und Philoro konnte sich in kurzer Zeit als Anbieter und Experte für diese Edelmetalle etablieren.

Mit dazu beigetragen hat das von Philoro gemeinsam mit GEWINN produzierte GOLD-Magazin. Die von der GEWINN-Redaktion recherchierten Inhalte bieten in regelmäßigen Abständen kompakt aufbereitete, wichtige Informationen für Anleger, Sammler und Edelmetallinteressierte.

Die Berichterstattung rund um die Beteiligung der OMV an Borealis hat auch den bis dahin in der breiten Öffentlichkeit wenig bekannten Hersteller von Polyolefinen (die größte Gruppe unter den Kunststoffen) ins Rampenlicht des TOP-GEWINN-Image-Ranking gebracht. Von Rang 84 im letzten

Die größten Aufsteiger



Der Edelmetallhändler Philoro feiert seinen Neueinstieg

Rang 2021	Unternehmen	Veränderung um ... Ränge
47	Philoro	Neueinstieg
34	Borealis	50
57	Alpla	Neueinstieg
62	TUI Österreich	Neueinstieg
99	Leyrer + Graf	Neueinstieg

Die größten Absteiger



Für den Feuerwehrauto-Spezialisten ging es trotz guter Auftragslage 47 Plätze bergab

Rang 2021	Unternehmen	Veränderung um ... Ränge
98	Rosenbauer	-47
77	Agrana	-41
86	Microsoft	-40
90	Denzel	-40
91	Blum	-36

Jahr ging es gleich um 50 Plätze nach vorne auf Rang 34. Für ein gutes Image sorgen dabei insbesondere die Anstrengungen von Borealis in Richtung Kreislaufwirtschaft. Das Unternehmen ist mittlerweile ein weltweit führender Anbieter von chemisch recycelten Basischemikalien und Polyolefinen (mehr über die neue Strategie der OMV lesen Sie im GEWINN extra, Juni, ab Seite 68; für Abonnenten gratis unter gewinn.com im Archiv).

Engstens mit Kunststoff, der in den letzten Monaten mehrfach im GEWINN Thema war, verbunden ist auch Alpla. Das Unternehmen zählt zu den weltweit führenden Herstellern für „Rigid Packaging“ – formstabile Verpackungen für vielfältigste Anwendungsbereiche – und ist ein anerkannter Pionier für Recycling von Kunststoffverpackungen. Das kommt nicht nur bei Industriekunden immer besser an, sondern bringt auch Punkte auf der Beliebtheitsskala beim TOP-GEWINN-Image-Ranking. Ein weiterer Topaufsteiger 2021 heißt Tui, und einen Neueinstieg in die Top 100 feiert die Baufirma Leyrer + Graf.

Die Absteiger des Jahres

Wo Aufsteiger, da auch Absteiger. Die meisten Plätze (innerhalb der Top 100) verlor in diesem Jahr Rosenbauer. Der Feuerwehrausstatter steuerte gleich 47 Plätze retour und konnte sich mit Rang 98 gerade noch in der Wertung halten. Wirkliche Ursachen für das schlechte Abschneiden lassen sich keine finden. Im Juni konnte Rosenbauer für das erste Quartal einen durchwegs positiven Zwischenbericht abliefern und die Verlängerung des CEO-Mandats von Dieter Siegel sollte für Aktionäre und andere Stakeholder ebenfalls kein Grund sein, die 122 zu wählen.

Bitter auch das Ergebnis für Agrana, die von Rang 36 auf 77 rutschte. Ein Grund könnte hier der Abschied von Johann Marihart als Vorstandsvorsitzender sein. Bis Ende Mai hatte er das Unternehmen als Vorstandsvorsitzender fast 30 Jahre geführt und war damit einer der längstdienenden CEOs eines heimischen Börsenunternehmens. Neben dem Pensionsantritt von Marihart gab es zudem weitere Abgänge und Wechsel im Vorstand der Agrana-Beteiligungs-AG. Mit 20 Jahren Berufserfahrung, unter anderem bei Nestlé, General Mills und Arla Foods, bringt der neue CEO Markus Mühleisen aber alles mit, um die Ausrichtung von Agrana als internationaler Nahrungsmittel- und Industriegüterkonzern erfolgreich fortzusetzen.

Die weiteren Verlierer beim TOP-GEWINN-Image-Ranking 2021 sind Micro- ▶

Die Sieger in den Sonderkategorien

CSR & Nachhaltigkeit

- 1 Verbund
- 2 Spar
- 3 Sonnentor
- 4 Henkel
- 5 Zotter



Marketing & Werbeauftritt

- 1 Erste Bank & Sparkassen (Gruppe)
- 2 Red Bull
- 3 Falkensteiner
- 4 Hofer
- 5 A1 Telekom Austria



Innovationskraft

- 1 A1 Telekom Austria
- 2 AVL-List
- 3 AT&S
- 4 Apple
- 5 Hofer (inkl. Reisen, HOT)



Produkt- & Servicequalität

- 1 Palfinger
- 2 Hofer (inkl. Reisen, HOT)
- 3 Raiffeisen Gruppe
- 4 A1 Telekom Austria
- 5 Erste Bank Sparkassen (Gruppe)



Kapitalkraft des Unternehmens

- 1 Voestalpine
- 2 Red Bull
- 3 OMV
- 4 Apple
- 5 Erste Bank & Sparkassen (Gruppe)



Qualität des Managements

- 1 Mayr-Melnhof
- 2 AT&S
- 3 Hofer (inkl. Reisen, HOT)
- 4 OMV
- 5 Red Bull



Karriereschmiede für talentierte Mitarbeiter

- 1 Henkel
- 2 AVL-List
- 3 Red Bull
- 4 Hofer (inkl. Reisen, HOT)
- 5 Interspar/Spar (inkl. Hervis)



Positives Umweltbewusstsein & Umweltimage

- 1 Wiener Linien
- 2 ÖBB
- 3 Verbund
- 4 Hofer (inkl. Reisen, HOT)
- 5 Sonnentor



soft und Denzel, die beide um 40 Plätze nach hinten mussten, sowie Blum, der von 55 auf 91 rutschte. Nicht mehr unter den Top 100 sind in diesem Jahr unter anderem die Österreichischen Lotterien (im Vorjahr noch auf Rang 52), Swarovski und Immofinanz.

Die Sieger in den Spezialkategorien

Währendes bei den Branchen traditionell wenig Veränderungen gibt, bringen die Spezialkategorien jedes Jahr neue Sieger und auch frische Gesichter. In diesem Jahr sind es gleich vier Unternehmen, die in der jeweiligen Kategorie erstmals unter den Top fünf, und das als Gewinner, vertreten sind: A1 für Innovationskraft, Henkel als Karriereschmiede, Mayr-Melnhof für Qualität des Managements sowie Wiener Linien für Umwelt. Dafür mussten die Wiener Linien bei CSR und Nachhaltigkeit das Feld räumen und dem Langzeitsieger Verbund wieder den ersten Rang überlassen. Bei Kapitalkraft ist in diesem Jahr Voestalpine die Nummer eins, Vorjahressieger Red Bull landet auf Platz zwei. Ihren Sieg aus dem Vorjahr bestätigen Palfinger für Produkt- und Servicequalität und Erste für Marketing und Werbeauftritt.

In der Lauerposition

Alle, die beim TOP-GEWINN-Image-Ranking mitgevolet haben, wissen, dass die Liste der zur Auswahl stehenden Unternehmen weit

über 100 lang war. So dürfen wir um einen Applaus für alle bitten, die es heuer ganz knapp nicht geschafft haben. Etwa Swarovski, Plansee, Magna, Immofinanz, die Schmid Industrieholding sowie die Volksbanken Gruppe.

Fotos: Sonnentor/Donald Luchner, A1 Telekom Austria, Voestalpine AG, Henkel, Falkensteiner Hotel & Spa Bad Leonfelden, Palfinger, Mayr-Melnhof Kammer AG, Wiener Linien, Leyer + Graf Baugesellschaft mbH & Co. KG, Oberbank/Stratton 2017



Die heimische Baufirma Leyrer + Graf feiert den Einzug in die Top 100 der angesehensten Firmen



Die zur 3-Banken-Gruppe gehörende Oberbank belegt Platz 22 (Platz 37 im Vorjahr)

„Meedia.de“, 16.8.2021

Marketing Online-Glücksspiel

Löwen| Entertainment startet Online-Casinomärke Novoline



Novoline sucht einen Marketingchef – Foto: Novoline

Seit 1. Juli 2021 ist der neue Glücksspielstaatsvertrag in Kraft. Seither dürfen auch deutsche Anbieter Online-Casinos eröffnen und an dem Milliardenmarkt teilnehmen. Als einer der drei Großen im Markt der Glücksspielgeräte will auch Löwen Entertainment von der neuen Regelung profitieren und startet die Casino-Plattform Novoline.

CLAUDIA BAYER
16.08.2021

Allerdings musste dieses virtuelle Casino erst einmal zum Leben erweckt werden. Bei Löwen Entertainment stand man quasi vor einem weißen Blatt Papier. Es gab weder digitalisierte Spiele noch eine Marke. „Wir hatten natürlich intern Favoriten und wir hatten eine Marke in der Schublade liegen, die nicht mehr wirklich aktiv genutzt wurde“, sagt Florian Hermann, Marketingleiter von Novo Interactive, einer zu Löwen Entertainment gehörenden Gesellschaft. Dennoch wollte man nicht einfach so loslegen und beauftragte die Agentur Rapid Peaks, den Markenfindungsprozess professionell zu begleiten.

Die Auferstehung von Novoline

Mit Rapid Peaks hatte Hermann vor einem Jahr schon einmal gesprochen, als es darum ging die eigene Sportwetten-Marke stärker auszubauen. Die Kampagne wurde am Ende aber nicht umgesetzt. Hermann hatte den Kontakt zur Agentur nicht abgebrochen. Man kannte sich also. Rapid Peaks schlug dann schnell vor, die Marke zu nehmen, die sowieso schon vorhanden war: Novoline. Hermann: „Das war für uns grundsätzlich eine Bestätigung.“



Keyvisual – Foto: Novoline

Damit war klar, das neue Online-Casino würde Novoline heißen. „Es ist quasi der Rückgriff auf unser Stammgeschäft“, erklärt Daniel Henzgen, Mitglied der Geschäftsleitung von Löwen Entertainment. „2006 kam eine neue Generation von Geräten auf den Markt – die Multigamer. Auf denen hatte man erstmals die Möglichkeit, an einem Gerät bis zu fünf Spiele auszuwählen. Das war damals ein Quantensprung für den deutschen Markt. Und diese neue Gerätegeneration trug den Markennamen Novoline.“ Seinerzeit hatte Löwen großen Erfolg mit der Marke, die danach aber etwas in Vergessenheit geraten war. „Diese Heritage der Marke wollten wir nutzen und darauf aufbauen. Wir haben gesagt, wir nehmen das alte Logo, die alte Marke und erneuern das Ganze“, ergänzt Hermann.



Das neue alte Logo

Was nun noch fehlte war eine Kampagne, um die Auferstehung von Novoline publik zu machen. Rapid Peaks pitchte proaktiv ihre Idee. Das alte Logo wirkte wie ein Relikt der 1980er Jahre. Da war für die Kreativen die Botschaft klar: Zurück zu den 80ern!

Novoline gründete eine Marketingabteilung, um den Livegang zu steuern. Aufgebaut wurde die Geschichte in einzelnen Kapiteln, in denen der gesamte Prozess – vom Stellenangebot bis zum „Umlegen des Hebels“ – erzählt wird. Alles ziemlich überspitzt und mit einem Schuss Selbstironie garniert. Marketing und Werbung ist für die hiesige Glückspielbranche wegen bisheriger gesetzlicher Restriktionen weitgehend fremdes Terrain. „Der Geschäftsführung war dennoch klar, dass im neuen Online-Markt andere Regeln herrschen – denn er ist marketinggetrieben. Für uns bedeutete das aber ein Umdenken um 180 Grad“, so Henzgen. „Was die Umsetzung anbelangt, glaube ich, dass der eine oder andere bei uns damit schon ein bisschen fremdelt. Aber das Wissen darum, dass dieser Markt andere Gesetzmäßigkeiten hat, ist stärker. Und das schafft kreative Freiheit“, so Henzgen weiter.

Sitcom mit juristischem Beistand

Bevor die Kreativen loslegen konnten, mussten aber noch die Hausjuristen an Bord geholt werden. Denn Werbung für Online-Casinos ist ebenfalls gesetzlich geregelt. Demnach darf sie beispielsweise den Jugendschutz nicht gefährden und sich nicht an Minderjährige oder vergleichbare Zielgruppen richten. Soweit möglich, sind Minderjährige als Empfänger von Werbung auszunehmen. Außerdem darf sie nicht den Eindruck erwecken, ein redaktioneller Inhalt zu sein. „Wir sind die gesamte Kampagne mit Blick auf den Glücksspielstaatsvertrag mit den Kollegen durchgegangen“, sagt Hermann. Henzgen ergänzt: „Wer, wie wir, in einem so stark regulierten Sektor bei Null beginnt – im Sinne von: Wir hatten das Produkt vorher nicht – muss sich bei seinem kreativen Ansatz mehr trauen. Ansonsten ist man Gefangener seiner eigenen Historie und von dem, wie man es immer gemacht hat. Am Ende hat man dann keine funktionierende Kampagne. Wir aber haben uns gesagt, wir hauen jetzt mal einen raus.“ Auch auf die Gefahr hin, dass der gesetzlich vorgegebene Rahmen zwar grundsätzlich eingehalten, aber extrem gedehnt wird.

Der Glücksspielstaatsvertrag hat das Ziel, das Entstehen von Glücksspiel- und Wettsucht zu verhindern und die Voraussetzungen für eine wirksame Suchtbekämpfung zu schaffen. Zudem soll durch ein begrenztes Angebot eine geeignete Alternative zum nicht erlaubten Glücksspiel geboten und so der natürliche Spieltrieb der Bevölkerung in geordnete und überwachte Bahnen gelenkt sowie der Entwicklung und Ausbreitung von unerlaubten Glücksspielen in Schwarzmärkten entgegengewirkt werden. Außerdem soll der Vertrag den Jugend- und Spielerschutz gewährleisten und sicherstellen, dass Glücksspiele ordnungsgemäß durchgeführt werden. Ein weiteres Ziel ist, die Spieler vor betrügerischen Machenschaften zu schützen, die mit Glücksspielen verbundene Folge- und Begleitkriminalität abzuwehren und Gefahren für die Integrität des sportlichen Wettbewerbs beim Veranstellen und Vermitteln von Sportwetten vorzubeugen.

Von der Bewerbung bis zum Livegang

Gleich in der ersten Folge der als Sitcom angelegten Kampagne wird klar was er meint: Die Charaktere kennt vermutlich jeder aus dem eigenen Unternehmen. In dem Video, das in einem Take mit einem Handy gedreht wurde, wird dazu ausgerufen, sich doch bitte als Marketing-Mitarbeiter bei Novoline zu bewerben.

Hintergrund Online-Glücksspiel

Online-Casinos setzen Milliarden um. Laut einer aktuellen, von „Casino Online“ bei Goldmedia in Auftrag gegebenen Studie, setzen die Anbieter 2019 rund 3,4 Milliarden Euro um. Bis zum Jahr 2024 erwartet Goldmedia einen Anstieg auf rund fünf Milliarden Euro.

Da bislang das Online-Glücksspiel in Deutschland für private Anbieter verboten war, entgingen dem deutschen Staat, auf Basis einer 5,3-Prozent-Umsatzbesteuerung, allein für das Jahr 2019 rund 180 Millionen Euro an Steuereinnahmen. Kein Wunder also, dass die Länder – auch weil deren eigenen Online-Wettangebote immer weniger Zuspruch finden – darauf gedrungen haben, das Online-Glücksspiel in Deutschland mit der Änderung des Glücksspielstaatsvertrags zu öffnen.



Novoline ruft per Video dazu auf, sich als Marketing-Mitarbeiter zu bewerben.

Unterschiedliche Lizenzen

Mit Inkrafttreten des aktuellen Glücksspielstaatsvertrags am 1. Juli diesen Jahres dürfen jetzt auch deutsche Anbieter Onlinespiel-Plattformen betreiben, auf denen die Spieler etwas gewinnen können. Hierfür müssen sie eine Lizenz beantragen.

Grundsätzlich gibt es zwei Arten von Lizenzen. Zum einen Lizenzen der Bundesländer für Spielbanken. Hierzu zählen die Spielangebote Roulette in allen Variationen, sowohl als Online-Anwendung als auch mit einem Live-Dealer, Black Jack und Baccara sowie sonstige Casino-Kartenspiele und Würfelspiele.

Die zweite Lizenz-Art ist die Nationale Lizenz für Online-Casino-Unternehmen. Dazu gehören Spielautomaten, für die folgende Regeln gelten: durchschnittliche Spiellänge von fünf Sekunden, maximaler Spieleinsatz von 1 Euro pro Spiel, ein monatliches und angebotsübergreifendes Einzahlungslimit von 1.000 Euro, Verbot offener Jackpots, Verbot einer Autoplay-Funktion. Außerdem fällt darunter der große Bereich der Poker-Angebote in allen Variationen, sowohl als Online-Anwendung als auch mit einem Live-Dealer.

Neben dem Video, das unter anderem auf einer Landingpage ausgespielt wird, gibt es eine E-Mail-Adresse, an die „Bewerbungen“ gesendet werden können. Wobei der Text so gestaltet ist, dass jedem auffallen sollte, dass der Aufruf nicht ernst gemeint ist: „Bitte keine Bewerbungsmappe, das liest unser Marketing eh nicht.“ „Auf LinkedIn als Ausspielkanal haben wir bewusst verzichtet, das ginge dann doch etwas zu weit“, sagt Hermann.

Dem Aufruf folgen weitere Episoden, die die einzelnen Phasen bis zum Livegang der Marke Novoline begleiten. Alle Folgen werden zum Launch der Kampagne auf der Landingpage zu sehen sein. Promoted werden die einzelnen Folgen dann im Abstand von zwei bis drei Wochen. Die Promotion der Folgen wird um Making-of, Versprecher und weiteres Bonusmaterial angereichert, um auch die bei der Stange zu halten, die bereits alle Folgen kennen.

Gute-Laune-Rap mit Potenzial

Bei der Stange werden die wohl auch durch Booz gehalten. Der Hamburger Rapper und Schauspieler, der bereits in Netflix-Serien zu sehen war, ist ein Gesicht der Kampagne. „Rapper sind auf ihre ganz eigene Weise sehr gute Kommunikatoren, die ihre Fans erreichen. Die Rap-Szene kann ein wichtiger Hebel sein, wenn wir es schaffen, unsere Marke auch hier weiter zu etablieren“, so Hermann. Booz wurde ausgewählt, weil er nicht dieses typische Gangster-Rap-Gehabe mitbringt. Davon wollte man sich distanzieren.

Ob der Gute-Laune-Rapper aus Hamburg auch weiterhin die Kampagne begleiten und das Novoline-Testimonial sein wird, werde sich zeigen, so Hermann. Er will die Ansprache so steuern, dass – dem Glücksspielstaatsvertrag konform – primär

die Ü18-Zielgruppe erreicht wird. „Da ist TikTok zum Beispiel erstmal kein Kanal für uns“, sagt Hermann. Früher oder später will er aber auch Twitch erobern, weil das eben die Gaming-Plattform ist, auf der sich Spiel-affine Menschen treffen. Man könne auch hier den Content so steuern, dass er nur an „Über 18“ geht. „Zum einen, weil das gesetzlich so vorgegeben ist. Zum anderen, wollen wir nur die ansprechen, die sich auch direkt bei uns anmelden können und spielen dürfen. Darum geht es doch! Jemand, der nicht spielen darf, kann nicht unser Kunde sein.“

Das Konzept für Novoline ist dabei nicht ausschließlich online. Spieler können sich in realen Spielhallen für Novoline.de registrieren. Die Partner-Spielhallen werden dann an den Online-Umsätzen beteiligt. „Es gibt im deutschen Markt derzeit kein Angebot, das in irgendeiner Form vergleichbar wäre“, so Henzgen. Bisher wurden nach Unternehmensangaben neben den 500 eigenen Hallen von Löwen Entertainment weitere 1.000 staatlich konzessionierte Spielhallen als Novoline-Partner gewonnen.



Das Team ist komplett – die „Novoliner“ haben mit Booz (Mitte) ihren neuen „Marketingchef“ gefunden – Foto: Novoline