

Pressespiegel 2022

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **17.01.2022 / KW 02**



Gastkommentar: Frauen als Führungskräfte – Kopf hoch!

Frauen als Führungskräfte sollen erst gar nicht versuchen, bessere Männer zu sein. Wichtiger ist, sich zu trauen, wenn sich Chancen bieten. Denn Frauen leiden leider zumeist unter einem “Confidence Gap” – und dieser ist noch weitaus schlimmer als der Gender Gap, weiß Gastautorin und Vorsitzende der Admiral Casinos Entertainment AG, Dr. Monika Racek.



Dr. Monika Racek ist seit 2014 Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos Entertainment AG Admiral

Frauen haben heute alle Möglichkeiten. Der Gender Gap wird sich weiter schließen. Denn ESG-Ratings werden in Zukunft ein Auge darauf haben, wie divers die Führungsriege in Unternehmen aufgestellt ist. Da die Ratings spürbar auch zunehmend in die

Finanzwirtschaft Einzug gehalten haben, schaut jeder Investor mittlerweile auch auf die Diversität im Vorstand. Insofern hat das früher belächelte "schwache Geschlecht" nun deutlich bessere Karten, die Stufen der Karriereleiter zu erklimmen. Mittlerweile scharren in unzähligen Firmen gut ausgebildete junge Frauen nur so in den Startlöchern, um es bis ganz an die Spitze jener Unternehmen zu schaffen, in denen sie sich bereits bestens etabliert haben. Das heißt: die "Quotenfrau" ist nicht mehr notwendig, der nahezu perfekte weibliche Nachwuchs ist längst vorhanden.

"Confidence Gap" statt "Gender Gap"

Für das Hochsteigen dieser Karriereleiter wird Kraft, Mut und Selbstvertrauen benötigt. Gerade letzteres gilt es allerdings an mancher Stelle noch zu entwickeln. Als Mentorin weiblicher High Potentials kommt noch deutlich dieses mangelnde Selbstvertrauen zum Vorschein, wenn es die Möglichkeit einer Weiterentwicklung gibt. Junge Frauen kämpfen mehr mit dem "Confidence Gap" statt mit dem "Gender Gap".

Bemerkbar wird das in unterschiedlichen Situationen: Wird eine Führungsrolle ausgeschrieben, so muss die weibliche Mitarbeiterin nahezu gedrängt werden, sich zu bewerben. "Kann ich das überhaupt?", rührt das weibliche Gehirn Zweifel an den eigenen Fähigkeiten. Selbst bei objektiv deutlich besser geeigneten Frauen, werden diese Selbstzweifel im Hearing spürbar. Frauen wagen es oftmals nicht, Jobs anzunehmen, deren Anforderungen sie nicht zu 100 Prozent erfüllen. Während ihr männlicher Kollege nur so vor Selbstvertrauen und Überzeugungskraft strotzt, und schon bei 60 Prozent Übereinstimmung seine Bewerbung abschickt – und das, obwohl allen im Hearing bekannt ist, dass er der Kandidatin sowohl fachlich als auch persönlich weit unterlegen ist. Aus

diesem Grund ist jedem Unternehmen im eigenen Interesse angeraten, neben einem funktionierenden Talentemanagement auch Mentoringprogramme anzubieten. Denn falsche Führungsentscheidungen vernichten Unternehmensvermögen.

Weibliche Führungsqualitäten

Dieser „Confidence Gap“ macht sich auch bei Gehaltsgesprächen merkbar. Während die Mitarbeiterin versucht ihre Leistung bestmöglich zu optimieren, sind männliche Kollegen viel schneller mit dem Wunsch nach Gehaltserhöhungen vorstellig. Das bedeutet, dass die Einkommensunterschiede zwischen Mann und Frau zu einem Gutteil auch hausgemacht sind. Leider ist es im Normalfall so, dass diejenige, die nichts fordert, auch nur selten etwas bekommt.

Im Gespräch mit Bekannten ist bei der Definition von Führungsverhalten eine starke Tendenz spürbar. Dabei wird bemerkbar, dass der weiblichen Führung Begriffe wie Empathie, Vertrauen und Anerkennung zugeordnet werden. Also ein Führungsstil, der dem aktuellen Zeitgeist der Nachhaltigkeit und des respektvollen Umgangs miteinander entspricht.

In diesem Sinne ist Unternehmen anzuraten, ein ständiges Auge auf ihrem Talentemanagement zu haben. Bei ADMIRAL leben wir das Thema Diversität nicht nur, sondern optimieren es laufend. Dementsprechend gibt es Programme, die High Potentials fördern – sei es nun in Form von Ausbildungslehrgänge oder Einzeltrainings. Dabei fördern wir auch gezielt weibliche Führungskräfte.

Talente brauchen Aufmerksamkeit

Jeder Mensch besitzt großartige Fähigkeiten und individuelle Begabungen. Oft ist man sich der eigenen Potentiale nicht bewusst. Diese gilt es, gemeinsam zu entwickeln.

Dementsprechend ist es gerade bei weiblichen High Potentials wichtig, dieses Selbstvertrauen mitzuschmieden. Das geht aber nur, solange das Eisen noch heiß ist. Wenn das Feuer einmal erloschen ist, kommt der Wunsch der Mitarbeiterin nach einem Jobwechsel. Dann verliert das Unternehmen sein High

Potential.

Dr. Monika Racek ist seit 2014 Vorstandsvorsitzende der ACE AG (Admiral Casinos Entertainment AG), Mentorin weiblicher High Potentials und Mutter eines Sohnes. Das Unternehmen verfügt über mehr als 150 Standorten in Österreich mit rund 1.000 MitarbeiterInnen.

www.admiral.at

www.focusgn.com, 12/2021

Michael Bauer: "Localisation is becoming extremely important as more markets open up"



Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube, spoke with Focus Gaming News about the highlights of the year for the company and their expectations for 2022.

Exclusive interview.- Expansion across new markets has been the key for **Greentube**'s successful year in 2021 and the company expects to continue in that line for the year that is about to start. **Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube**, is excited about all the work done throughout the year and shares his thoughts on the challenges to come.

2021 was quite a year with new partnerships and new markets for Greentube. What was your highlight?

It is hard to pick just one as we have had a fantastic year full of exciting events. We are especially pleased with the **three acquisitions we completed in the year** that will see us strengthen our local presence in the **Netherlands and Italy**, but also enter the **esports sphere**.

The acquisition of esports **platform provider HERO** sees us move into uncharted territory but the esports and blockchain space offers a lot of possibility for the gaming sector and will open up new doors for us as a company.

The Netherlands is a market of high importance for us and we significantly strengthened our product portfolio in the newly-regulated market with the acquisition of Eurocoin Interactive, a supplier whose classic slots cater for the Dutch audience. In November, we acquired experienced Italian developer **Capecod Solutions** which increases our game portfolio in the country but also

adds the first aggregator pole within our online offering.

Another highlight was the opening of our **development centre in Belgrade, Serbia**, where our new team will focus on our proprietary platform development and strengthening our operations units. Lastly, we are thrilled to have been able to expand our footprint across several existing and new regulated markets such as **Canada, Luxembourg, Germany, the Netherlands and of course, the US**.

How have Greentube's games been received in New Jersey?

We have had a fantastic start in the US together with **Golden Nugget Online**. Our content has been performing well with the local audience, especially the titles that we have designed with the US market in our mind. We are currently analysing the performance of our content and we're working to introduce even more localised games to ensure our offering caters to the local preferences.

The New Jersey debut was a very important step into the US market and we are now preparing ourselves for **future launches in Michigan and Pennsylvania** as well and we are excited about what the future holds in this strategically important region.

"The New Jersey debut was a very important step into the US market."

Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube.

 Share

What are your thoughts on the first months of regulated gaming in The Netherlands?

Only a limited number of operator licences have been handed out so far, so it is still a bit early to fully gauge the performance of the Dutch market. Through **NOVOMATIC**, we have always played a big part in shaping the Dutch land-based market so we know what content local players prefer and that is an advantage for us. Through the acquisition of Eurocoin Interactive, we also gained invaluable local expertise.

For example, Eurocoin has developed local classic slots such as Random Runner and Simply Wild, which are names that are well-known among players in the Netherlands and customers are now keen to play these game online. This classic slots segment is very popular, with certain market studies showing that this type of content make up around 35 per cent of the total online slots market in the country.

Our portfolio offers a good mix of traditional casino content as well as these Dutch favourites and we are very optimistic about the Netherlands and believe it will become one of our key markets going forward.

Can we expect more expansion in 2022?

Absolutely. **We continue to focus on expanding across regulated markets next year.** The US offers unparalleled potential and is a key territory for us going forward as regulation continues to make headway across different states.

Pending regulatory approval, we will expand into new states in 2022 and we are keeping a close eye on opportunities across the pond.

Further boosting our presence in the Netherlands and Germany is also part of our growth trajectory as well as Italy so watch this space!

What games do you think will be drawing in the punters over the next year?

Localisation is becoming extremely important as more markets open up and we analyse player data from every jurisdiction where we are active to ensure we have a full understanding of what makes players tick. Our roadmap for 2022 consists of titles with popular and proven mechanics, features and themes that we have seen there is an appetite for at the moment across multiple global markets.

These include our successful **Hold N Spin, Diamond Link and Cash Connection** offering. In the US, we predict jackpots will be king as well as content that is familiar from land-based venues, such as stepper slots. Player preferences in the Dutch, German and other European markets differ and we will release targeted content for the local audience.

"The gambling industry is ever changing with new trends and innovation occurring constantly and next year will be no different."

Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube.

 Share

We are up to the challenge to establish ourselves as a leading supplier to the online gambling industry and will create content that players want and that will stand the test of time.