

Pressespiegel 2022

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **23.05.2022 / KW 20**

Best Electronic Table Gaming Product

Universal Cabinet – Interblock



ECA Chairman Per Jaldung presented this hotly-contested award, with Interblock beating some superb competition to scoop the top prize. Their SVP Product Expert Team Gorazd Golob received the award

Best CMS/Software Product

Scientific Games



Casino Helsinki's Timo Kiiskinen presented this award, won by Scientific Games and collected on their behalf by Casino International publisher Paul Ryder

Best Casino Seating Product

Gary Platt Manufacturing



Casino International's own shiny-headed editor Jon Brutord collected this award on behalf of Gary Platt, presented by Apollo Gaming principal Tom Nieman

Community Engagement Award

Angelina van Sas, Holland Casino



Interblock's SVP Product Expert Team Gorazd Golob presented this award to Holland Casino employee Angelina van Sas. Angelina has become a national figurehead and ambassador for voluntary work in Netherlands, in which she always reflected positively on the casino industry. She was publicly crowned by both national media and the largest Dutch corona help platform NLvoorelkaar as Queen Corona

Best Cash Handling Product

Casino Master, NovoCash



More industry legends here – the ECA's Hermann Pammlinger presents this award to Novomatic's Mike Robinson

BOOK OF RA DELUXE 10: WIN WAYS

Greentube

This new 10-reel slot is played across two sets of reels which promise lucrative outcomes thanks to the Win Ways mechanic that allows up to a staggering combined maximum of 251,957 ways to win.

Book of Ra deluxe 10: Win Ways boasts Wild Transfers that see wild symbols land single, double, or triple stacked which will transfer over to the corresponding set of reels, should they happen to land on the first reel set.



Additionally, this title will see players win 8, 12 or 20 free spins when 3, 4 or 5 scatter symbols land on reels 1, 3 and 5 on either set of reels. During this feature, one symbol is selected to become a special expanding symbol which may expand to cover all positions on the first reel set. These special expanding symbols will automatically transfer over to the second reel set as stacked symbols and pay like the regular symbols, even on non-adjacent positions.

industriemagazin.at, 16. Mai 2022

Auszeichnung

Novomatic zum vierten Mal in Folge als österreichischer Leitbetrieb ausgezeichnet

Der weltweit tätige Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC wurde für die konzernweit nachhaltige Geschäftsstrategie, die hohe Innovationskraft als auch die Förderung junger Talente von der unabhängigen, branchenübergreifenden Exzellenz-Plattform „Leitbetriebe Austria“, die vorbildhafte Unternehmen der österreichischen Wirtschaft auszeichnet, erneut zertifiziert.



Novomatic-Vorstand Johannes Gratzl nahm die Auszeichnung von Leitbetriebe Austria-Geschäftsführerin Monica Rintersbacher entgegen. - © Sabine Klimpt

Von Leitbetriebe Austria, im Zuge eines umfassenden Qualifikationsverfahrens geprüft, wurde die Novomatic AG als größter Arbeitgeber der Region für die Erfüllung der maßgeblichen Kriterien abermals als Leitbetrieb ausgezeichnet. Vorstand Johannes Gratzl nahm die Urkunde von Leitbetriebe Austria-Geschäftsführerin Monica Rintersbacher im Rahmen eines Besuches im Headquarter in Gumpoldskirchen entgegen.

Gratzl erläuterte anlässlich der Zertifikatsübergabe die Besonderheit der nachhaltigen Unternehmensstrategie: „Als einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt, mit weltweit rund 21.000 MitarbeiterInnen an mehr als 45 Standorten, legen wir ein besonderes Augenmerk auf die Umsetzung von nachhaltigen ESG-Maßnahmen. Die Auszeichnung als ‚Österreichischer Leitbetrieb‘ sehen wir daher auch als Bestätigung für unsere Bemühungen in diesem wichtigen Bereich, die sich auch in Topplatzierungen in internationalen ESG- Ratings sowie der erfolgreichen G4-Zertifizierung nach dem höchsten internationalen Spielerschutzstandard widerspiegeln.“

Rintersbacher unterstrich die Bedeutung von Novomatic als wichtiger Arbeitgeber, der alleine in Österreich mehr als 3.000 Mitarbeiter beschäftigt, davon etwa 1.000 am Unternehmenssitz in Gumpoldskirchen: „Novomatic hat sich in einer wettbewerbsintensiven Branche als Global Player einen Spitzenplatz erkämpft. Die hohe regionale Wertschöpfung, die Förderung junger Talente in Lehrberufen und vor allem die hohe Innovationskraft machen Novomatic zu einem vorbildlichen Unternehmen mit großer regionaler und gesamtwirtschaftlicher Bedeutung.“

Als einer der größten Arbeitgeber Niederösterreichs erhielt Novomatic auch vom Bundesministerium für Frauen, Familien und Jugend bereits das zweite Vollzertifikat zu „berufundfamilie“. Dieses zeichnet jene Unternehmen aus, welche die gesunde Work-Life- Balance ihrer Mitarbeiter mit entsprechenden betrieblichen Maßnahmen unterstützen wie etwa geförderte Kinderbetreuung oder die Möglichkeit von Home Office, wofür Novomatic auch das Zusatzzertifikat „Mobiles Arbeiten“ erhielt. Zudem wurden die hohen Qualitätsansprüche von Novomatic bei Recruiting-Maßnahmen und internen Onboarding-Prozessen mit dem silbernen „Best Recruiters“-Siegel ausgezeichnet.

laola1.at, 16. Mai 2022

Irsigler: "Ein Meilenstein der Firmengeschichte"



Foto: © ADMIRAL Sportwetten/FOTObyHOFFER/Christian Hofer

In der letzten Bundesliga-Runde am Wochenende werden nicht nur die Europacup-, Playoff- und Abstiegsplätze feststehen. Für ADMIRAL geht damit auch die erste Saison als Bewerbungssponsor der ersten und zweiten Liga zu Ende.

LAOLA1 hat diesen Zeitpunkt genutzt, um mit Jürgen Irsigler, Geschäftsführer der ADMIRAL Sportwetten GmbH, über das erste gemeinsame Jahr mit der österreichischen Fußball-Bundesliga und über die Zukunft zu sprechen.

LAOLA1: Die erste Bundesliga-Saison gemeinsam mit dem Bewerbungssponsor ADMIRAL geht nun schon wieder zu Ende. Welches Resümee ziehen Sie aus diesem ersten Jahr in wirtschaftlicher und sportlicher Hinsicht?



✳ Sponsored Content

Internet, TV und Telefonie zum Top-Tarif

Mehr Angebote, mehr Möglichkeiten: Das bieten Ihnen die zuverlässigen kabelplus Produkte.

Jürgen Irsigler: Wir können nach der ersten Saison mit Sicherheit ein erstes positives Resümee ziehen. Sponsoring ist heutzutage mehr als nur die reine Visualisierung des Markenlogos. Es geht vielmehr um die kreative Aktivierung des Sponsorings direkt bei der angestrebten Zielgruppe. Ich denke das ist uns mit einigen Marketing-Aktionen sehr gut gelungen. Aus sportlicher Sicht war es eine sehr interessante Saison. Der FC Red Bull Salzburg ist wieder mehr als verdient Meister geworden. Auch Sturm Graz hat eine tolle Saison gespielt. Sowohl im Rennen um die Europacup-Plätze als auch im Kampf um den Abstieg ist diese Saison sehr spannend und hat viele interessante Spiele geliefert.

LAOLA1: Warum hat sich ADMIRAL im Jahr 2021 entschlossen, Bewerbungssponsor der österreichischen Fußball-Bundesliga und 2. Liga zu werden?

Irsigler: Fußball ist für ADMIRAL als Wettanbieter die wichtigste Sportart. Neben dem langjährigen Sponsoring mit dem ÖFB und Klubs aus unterschiedlichen Ligen, war die Option erstmalig für beide Ligen exklusiv und langjährig als Namenssponsor der Bundesliga aufzutreten, eine große Chance und Herausforderung, die wir unbedingt nutzen wollten.



Foto: © ADMIRAL Sportwetten/FOTObyHOFFER/Christian Hofer

LAOLA1: In der Vergangenheit war es üblich, dass die erste und die zweite Liga eigene Bewerbungssponsoren haben. Warum hat sich ADMIRAL entschieden, beide Ligen zu unterstützen?

Irsigler: Die Chance, für beide Ligen der exklusive Partner der Bundesliga zu werden, war in dieser Form als Paket erstmalig möglich. Und diese Option fanden wir sehr spannend und sind davon überzeugt, auch mit dem regionalen Aspekt an den Spielorten der 2. Liga unsere Ziele dieser mehrjährigen Partnerschaft noch besser erreichen zu können.

LAOLA1: Mit welchen Zielen und Erwartungen ist man in dieses Sponsoring gegangen?

Irsigler: Unsere Ziele waren die Markenbekanntheit nochmals deutlich zu steigern und in diesem Bereich die Nummer eins in Österreich zu werden. Dieses Ziel ist uns laut den aktuellen Zahlen der FOCUS-Auswertung bereits nach der ersten Saison eindrucksvoll gelungen und darauf kann man schon jetzt stolz sein. Eine weitere Erwartung war eine Steigerung der Kundenanzahl und der Neukundengewinnung. Auch in diesem Bereich fällt unser Resümee nach der ersten Saison als Namenssponsor der Bundesliga sehr zufriedenstellend aus.



* Sponsored Content

Internet, TV und Telefonie zum Top-Tarif

Mehr Angebote, mehr Möglichkeiten: Das bieten Ihnen die zuverlässigen kabelplus Produkte.

LAOLA1: Mit dem "Bundesliga Sixpack" hat ADMIRAL gleich zum Start in die Saison 2021/22 ein kostenloses Tippspiel gestartet. Zudem gibt es mit der ADMIRAL Sportshow seit einigen Wochen auch einen wöchentlichen Livestream rund um die Welt des Sports. Wie zufrieden sind Sie bisher mit den gesetzten Maßnahmen in den unterschiedlichen Bereichen und worauf dürfen sich Fußballfans der österreichischen Bundesliga noch freuen?

Irsigler: Der gesamte Marketing- und Kommunikationsplan der ADMIRAL Bundesliga und ADMIRAL 2. Liga umfasst rund 50 Einzelmaßnahmen und Projekte. Erfolgreiche Aktivierungsmaßnahmen, die wir nach der ersten Saison neben dem ADMIRAL Bundesliga Sixpack und der ADMIRAL Sportshow auf YouTube herausstreichen können, sind unter anderem viele unterhaltsame Promotion-Aktionen an Spieltagen rund um die und in den Stadien, das Gewinnspiel mit exklusiven Stadionführungen und das Bundesliga-Radioservice. Seitens der Bundesliga und den Klubs haben wir für unsere Aktivitäten ein sehr positives Feedback bekommen. Wir haben auch für die neue Saison schon wieder einige neue Ideen zur Aktivierung in unseren Überlegungen und Plänen. Dazu werden wir nach der Saison genau analysieren, welche Maßnahmen besonders erfolgreich waren und welche optimiert oder gestrichen werden können. Unser gesamtes Marketing- und Sponsoring-Team ist schon fleißig am Arbeiten, und ich bin mir sicher, wir werden auch in der nächsten Saison das Naming-Right-Sponsoring der Bundesliga und 2. Liga mit Kreativität, Leidenschaft, nachhaltigem Engagement und der einen oder anderen Überraschung für die Fans und Wettkunden umsetzen.

LAOLA1: Die Partnerschaft mit der Bundesliga wurde für zumindest drei Saisonen abgeschlossen. Das heißt, wir haben erst ein Drittel hinter uns. Können Sie jetzt schon abschätzen, ob diese Partnerschaft darüber hinaus fortgesetzt wird?

Irsigler: Das gesamte Rechtspaket ist stimmig und enthält sehr interessante Möglichkeiten der Aktivierung. Es beinhaltet eine Fülle von kreativen und vielversprechenden Rechten. Sowohl im analogen Bereich, im exklusiven Branding, als auch im Online-Bereich. Die Partnerschaft mit der Bundesliga war und ist für ADMIRAL zweifelsfrei ein absoluter Meilenstein in der Firmengeschichte und unserer Sponsoringstrategie. Dennoch ist es zum jetzigen Zeitpunkt einfach noch zu früh, um über eine mögliche Verlängerung der Partnerschaft öffentlich zu reden.

LAOLA1: ADMIRAL ist nicht nur Ligasponsor, sondern unterstützt auch zahlreiche Fußballklubs in Österreich. Gibt es hier Bestrebungen, diese Sponsorings in der Zukunft noch weiter auszubauen?

Irsigler: Wir sehen uns als verlässlicher Partner des Sports und sponsern seit vielen Jahren in ganz Österreich nicht nur den Profifußball, sondern auch den Amateur- und Breitensport sowie den Frauenfußball. Dieser Mix ist für unsere Rolle als Partner des Sports enorm wichtig und wird auch in Zukunft in unserer Strategie weiter verankert bleiben.