

Pressespiegel 2022

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **01.08.2022 / KW 30**



NÖN, 31.07.2022

NOVOMATIC

Der Weltkonzern aus Gumpoldskirchen

ERSTELLT AM 31. JULI 2022 | 06:05

LESEZEIT: 2 MIN

RM Red. Mödling

 Vollbild



Am ehemaligen „Morandell“-Standort begann die NOVOMATIC-Geschichte.

FOTO: NOVOMATIC

1980 gründete Professor Johann F. Graf mit NOVOMATIC einen der weltweit größten Gaming-Technologiekonzerne.

Als einziger Sohn einer Fleischhauerfamilie sollte Professor Johann F. Graf eigentlich den elterlichen Betrieb in Perchtoldsdorf übernehmen. Alles war vorbereitet, er absolvierte in Rekordtempo die Lehre und wurde mit 23 Jahren jüngster Fleischhauermeister Österreichs. Doch sein ausgesprochener Hang zur Technik, sein Pioniergeist und kaufmännisches Geschick lenkten die Schritte jedoch in eine völlig andere Richtung.



Professor Johann F. Graf (l.) bei einem Termin anno 1980.

FOTO: NOVOMATIC

Graf gründete 1980 in Gumpoldskirchen, in den ehemaligen Räumlichkeiten des Tiroler Weinhandelsunternehmens „Morandell“ die „NOVOMATIC Automatenindustrie- und -handelsgesellschaft m.b.H.“

Die ersten Spielautomaten produzierte das Unternehmen unter der Marke ADMIRAL und übernahm zudem die Generalvertretung für die Glücksspielgeräte des britischen Herstellers JPM als damals weltgrößter Produzent von Slot-Maschinen. Der Rest ist (Erfolgs-)Geschichte. Der frühe Eintritt von NOVOMATIC in europäische Märkte legte den Grundstein für die internationale Expansion, welche den Konzern als Produzent und Betreiber zu einem globalen Topplayer machte, der heute 97 Prozent des Umsatzes im Ausland erwirtschaftet.

Internationales Headquarter

Nach dem umfangreichen Umbau wurde das Headquarter in Gumpoldskirchen zeitgerecht zum 30-jährigen Bestandsjubiläum des weltweit tätigen Glücksspielkonzerns fertiggestellt. Etwa 1.000 Personen haben heute ebendort ihren Arbeitsplatz. Österreichweit sind es über 3.000, weltweit rund 21.200.



NOVOMATIC bietet im Headquarter auch 13 Lehrberufe für junge Zukunftshoffnungen an.
FOTO: NOVOMATIC

Als einer der größten Arbeitgeber der Region steht die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Mittelpunkt, denn sie sind der Grundstein für die mittlerweile 42-jährige Erfolgsgeschichte des Weltkonzerns mit Geschäftstätigkeiten in etwa 90 Ländern. Österreichweit liegt NOVOMATIC, was die wertvollsten Markenunternehmen betrifft, hinter Red Bull und vor SPAR auf Platz 2.



© 29 JULY 2022

🇦🇹 AUSTRIA

📄 PRESS RELEASED

🎮 GAMING



SHARE

Colombia, Central America and the Caribbean united under NOVOMATIC Colombia

(Gumpoldskirchen/Bogotá).- In a year full of changes and good results, NOVOMATIC Colombia renovated its offices located in the city of Bogota and expanded its successful operation as the new point of contact for the markets of Central America and the Caribbean, except Puerto Rico and Bahamas.

In recent years, land-based gaming activity in Central America and the Caribbean has developed and increased on a large scale. It is for this reason that the decision has been taken to boost the brand's reach by consolidating the management of these territories under the auspices of the strong Colombian subsidiary. In 2021, NOVOMATIC Colombia ranked in the top three of the land-based casino providers chosen most by Colombian operators; and according to Coljuegos reports it has 12% of Colombia's total machine park, a percentage that places it in a comfortable second place nationally.

Max Bauer, NOVOMATIC VP Latam & Caribbean, says: *“NOVOMATIC is fully committed to providing maximum service to its customers and therefore took the decision to boost its commercial activity in Central America and the Caribbean by adding the excellent management of the Colombian team.”*

Recently, NOVOMATIC Colombia deepened its efforts to consolidate a solid corporate strategy that benefits its customers, adding digitalisation software and specialised suppliers to improve the operators' experience. This initiative has yielded very positive results in Colombia and will now be applied in Central America and the Caribbean.

“Comprising Colombia, Central America and the Caribbean under NOVOMATIC Colombia will not only create synergies and increase the team of professionals as well as the level of specialisation that currently serves our Central American and Caribbean customers. It will also add software and tools aimed at facilitating access to our products, reducing our pre and post sales service times, and enhancing the performance of our machines. With this strategic step, we seek to achieve a high impact differential for our customers in Central America and the Caribbean,” said **Max Bauer, VP Latam & Caribbean.**

Another key benefit of this new approach is that customers in Central America and the Caribbean will have unlimited access to the novomaticclub.com application. Apart from general product information, this web app brings together video tutorials and training for online consultation as well as downloadable software and updates; which, being available 24/7, provide the possibility to manage NOVOMATIC products according to the individual resources, schedules and preferences of each gaming floor and its team of professionals. The Colombian subsidiary will also extend its market research and performance analysis to the new regions and streamline the order management of spare parts to facilitate a quick response time and fast delivery via existing infrastructure and processes.

“We are delighted with this new challenge,” said **Manuel Del Sol, CEO of NOVOMATIC Gaming Colombia.** *“By merging our Central American subsidiary with NOVOMATIC Colombia, we seek to strengthen our customer-focused strategy. We have a highly committed team and modern digital tools that serve to optimise and streamline processes. Operators in this region will quickly see a significant enhancement in both quantitative and qualitative terms.”*

weekend.at, Juli 2022

Wertvollste Marken: Novomatic verteidigt Stockerlplatz

Experten haben die wertvollsten Namen am österreichischen Markenhimmel ausgezeichnet. Novomatic darf sich gleich doppelt freuen.



Beirat Paul Leitenmüller (Leadersnet), Herbert Kovar, Gerald Ganzger, Kristin Hanusch-Linser, Gerhard Hrebicek und Beirat Richard Mauerlechner (Weeken...

European Brand Institute GmbH/APA-Fotoservice/Ludwig Schedl

Die Österreichische Markenwert Studie 2022 hat zum 19. Mal die landesweit wertvollsten Markenunternehmen ausgezeichnet. Novomatic konnte sich den zweiten Platz sichern. Im Sustainable Brand Ranking ist der Gaming-Technologiekonzern mit AAA auf Platz 4 vorgerückt. Mit einem Markenwert von 3,033 Milliarden Euro (+2,2 Prozent) liegt das Unternehmen damit aktuell zwischen Red Bull und der heimischen Lebensmittelhandelskette Spar.

Ausgezeichnete Nachhaltigkeit

Das Unternehmen konnte sich den Stockerlplatz trotz Pandemie bereits zum zweiten Mal sichern. "Landesweit unter den wertvollsten Markenunternehmen wiederholt auf Platz 2 gerankt zu werden, belegt erneut, dass unsere duale Strategie als Produzent und Betreiber der richtige Weg ist", sagt Novomatic-Vorstand Mag. Johannes Gratzl. "Darüber hinaus freuen wir uns ganz besonders über die ausgezeichnete Platzierung im Sustainable Brand Ranking." Für das große Engagement im Bereich Nachhaltigkeit hat Novomatic im Sustainable Brand das Rating AAA erhalten. Der vierte Platz ist dabei eine wertvolle Anerkennung.

Made in Austria

Aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ des Wirtschaftsmagazins Trend ermittelt das European Brand Institute im Rahmen der Österreichischen Markenwert Studie jährlich die wertvollsten Markenunternehmen Österreichs. Unternehmen, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwert nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet wird, werden anhand der Kriterien Branche, Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und Umsatz bewertet. Die Studie nominierte 180 österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchensegmenten.

TOP 10 BRAND CORPORATIONS AUSTRIA 2022

RANK	BRAND CORPORATION	BRAND VALUE	+ / -
1.	Red Bull	16.961	↑ 6,1%
2.	NOVOMATIC	3.033	↑ 2,2%
3.	SPAR	2.432	↑ 3,9%
4.	ERSTE	2.121	↑ 8,4%
5.	ÖBB	2.075	↑ 5,5%
6.	SWAROVSKI	2.051	↓ -25,2%
7.	Raiffeisen	2.011	↑ 5,0%
8.	Verbund	1.481	↑ 10,3%
9.	OMV	1.422	↑ 14,6%
10.	XXXL	1.073	↑ 1,1%

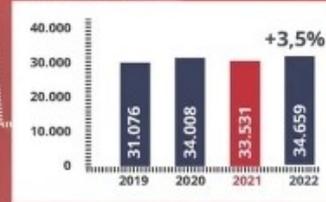
Markenwert in Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr *

*Markenwertermittlung erfolgte nach aktuellen internationalen Standards ISO 20671 und ISO 10668 basierend auf „TREND TOP 500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreich“ vom Juni 2022 - Geschäftsjahr 2021

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE



Entwicklung Markenwert TOP 10 Vergleich 2019-2022



TOP 10 BRAND CORPORATIONS BRAND VALUE
> 34,6
MRD EUR

Growth Leader TOP 10 Brand Corporations 2022 relativ

1.	OMV	+14,6%
2.	Verbund	+10,3%
3.	ERSTE	+8,4%

Growth Leader TOP 10 Brand Corporations 2022 absolute

		In Mio. EUR
1.	Red Bull	+972
2.	OMV	+181
3.	ERSTE	+165

© 2022 European Brand Institute

www.europeanbrandinstitute.com

Greentube Launches Gaming Products with Carousel.be and 711.nl



By Fiona Simmons | Published July 28, 2022 | Est. 2 minutes



IN SUMMARY:

- Greentube launches content products with Carousel.be and 711.nl
- Carousel.be and 711.nl will both feature Greentube titles now
- Greentube is looking to consolidate its standing in the market

Image Source: Shutterstock.com

SHARE



NOVOMATIC's digital gaming and entertainment division, **Greentube**, has launched its gaming catalog in the Dutch and Belgian online casino markets with Carousel.be and 711.nl respectively. Players in both countries will have access to Greentube's established portfolio of titles that will strike home with consumers and offer them engaging gameplay, great features, and good potential for payouts.

Greentube Goes Live with Games in Belgium and the Netherlands

The titles featured by the company in both casinos include Simply Wild, Diamond Link, Mighty Elephant, Sizzling Hot, Random Runner, and many other worthwhile titles. Both markets are of particular importance to Greentube, which is keen on continuing to deepen its presence in regulated European markets.

Thanks to these partnerships, the company can continue to deliver trend-setting content that leads to a bigger share in each respective market. Commenting on this opportunity, Greentube sales and key account manager for the Netherlands **Andy Duschek** said:



In the space of less than a year since the regulated market opened, we have seen that our games have produced

very strong results in the Dutch market and our goal now is to build on that excellent start.

Greentube sales and key account manager for the Netherlands Andy Duschek ———

He praised the fact that Carousel is a trusted operator in both the **Netherlands** and **Belgium** and as such, the partnership had a deeper significance to both participants. Growth in both markets is part of the long-term strategy for the company, Duschek confirmed.

Greentube Committed to Growing Portfolio

Meanwhile, Carousel COO **Gilles De Backer** was equally pleased with the opportunity. He said that Carousel was committed to creating a safe and reliable online gaming environment for players to enjoy. To ensure that, the company is committed to keeping on adding content from only the best suppliers.

Greentube makes a perfect fit for player bases in both **Belgium** and the **Netherlands**, De Backer said.

Greentube has a number of excellent games that it can offer to partners. The company is present in social casino gaming, AWP reloaded slots, video slots, table games, and social casino gaming.

intergameonline.com, 28.07.2022

Greentube grows in Netherlands and Belgium

July 28, 2022

by Phil Clegg



Subscribe

Greentube, the Novomatic Digital Gaming and Entertainment division, has taken its extensive games catalogue live in the regulated Dutch and Belgian markets with Carousel.be and 711.nl.



Carousel's customers in both countries can now enjoy titles from Greentube's comprehensive portfolio, including a variety of top-performing classics such as Random Runner, Simply Wild and Grand Slam Casino.

The successful integration adds to a wealth of deals struck by the supplier following the regulation of the Dutch market last year.

Greentube is able to offer its games through Dutch and Belgian supplier licences, which includes all requisite game certifications. Carousel is certified by Dutch gaming regulator De Kansspelautoriteit (KSA) and

Belgium's Gaming Commission.

Andy Duschek (pictured), sales and key account manager for the Netherlands at Greentube, said: "In the space of less than a year since the regulated market opened, we have seen that our games have produced very strong results in the Dutch market and our goal now is to build on that excellent start.

"Carousel is a trusted operator in both the Netherlands and Belgium and this agreement enables us to grow our presence in both markets, providing players with high-quality gaming experiences that resonate with the local preferences of the customer base."

Gilles De Backer, COO at Carousel, said: "We always strive to deliver to our players a safe and entertaining online environment that delivers content to a wide range of players.

"The balance of classic and innovative titles offered by Greentube is a perfect fit for the needs of players in both the Netherlands and Belgium and we see this agreement as representing the start of a partnership that will continue to flourish."

fhstp.ac.at, 28.07.2022

CSR & Ethics in der Praxis

Im Studiengang Management & Digital Business stehen soziale Verantwortung und Ethik aus Unternehmenssicht im Fokus

In seiner Lehrveranstaltung „Corporate Social Responsibility (CSR) & Ethics“ vermittelte Lektor Stefan Merl wesentliche Grundzüge unternehmerischer Verantwortung und ethischen unternehmerischen Handelns und brachte den Studierenden Herausforderungen und Charakteristika von CSR in der Berufspraxis näher. Zusätzlich zu seiner eigenen Expertise und Praxiserfahrung profitierten die Studierenden auch von den Gastvorträgen zweier ausgewiesener Expert*innen.

Expert*innen geben Einblick in die Praxis

Begrüßt wurden Christine Vieira Paschoalique, Head of Corporate Sustainability bei der WIENERBERGER AG sowie Christoph Neubauer, Head of Group CR & Sustainability bei der NOVOMATIC AG.

Christine Vieira Paschoalique gab den Studierenden einen spannenden Einblick in ihre Arbeitsaufgaben, Entscheidungen und Verantwortungen und schilderte anschaulich, wie Innovationen beforscht und unternehmensintern gefördert werden.

Christoph Neubauer konnte den Studierenden neue und weitere wissenswerte Einblicke in seinen Tätigkeitsbereich ermöglichen und betonte die Aufgabe seiner Abteilung, intern und extern mehr Bewusstsein für Verantwortung zu schaffen.

Anschließend standen die Gastvortragenden für die Beantwortung der durchaus kritischen und engagierten Nachfragen und Diskussionspunkte der Studierenden zur Verfügung.

Beide Gastvorträge verdeutlichten anschaulich und aus erster Hand, wie CSR mit unterschiedlichen Branchen verknüpft ist und welche Aufgaben in Unternehmen mit dem Tätigkeitsbereich verbunden sind. Die durch die beiden CSR-Expert*innen vermittelten Praxis-Aspekte wurden von den Studierenden als großer Benefit für ein besseres Verständnis der CSR-Thematik insgesamt gesehen.

Text: Severin Rosecker, Student des Bachelors Management & Digital Business an der FH St. Pölten

„Die Frauen-Liga muss professioneller werden“

Sponsoring im Sport. Admiral-Geschäftsführer Jürgen Irsigler über das Engagement des Wettanbieters im Frauen-Fußball, EM-Erlebnisse auf Champions-League-Niveau und die Gefahr von Spielmanipulationen

K Interview

VON GÜNTHER PAVLOVICS

Vor fünf Jahren wurde Admiral zum ersten Sponsor des Frauen-Nationalteams. Der damalige Glücksfall mit dem EM-Semifinale wurde nun bei der EURO 2022 zu einer echten Erfolgsgeschichte. Admiral-Geschäftsführer Jürgen Irsigler war bei der Endrunde vor Ort und spricht über Frauenfußball, Sponsoring und Wettbetrug.

KURIER: Wie haben Sie die EM bisher erlebt?

Jürgen Irsigler: Das Auftaktspiel in Manchester zwischen England und Österreich war ein Erlebnis: Das war aufgezo-gen wie ein Champions-League-Finale.

Sie wurden 2016 überraschend zum ersten Sponsor des Frauen-Nationalteams. Wie kam es dazu?

Ich bin ein großer Fußballliebhaber, der Sport begleitet mich schon mein ganzes Leben. Ich verfolge das Team intensiv seit 2012. Ich persönlich habe auch Spiele der U-19- und der U-17-Nationalteams gesehen und früh das Talent von Spielerinnen wie Billa, Dunst oder Naschenweng gesehen. Ich habe von da an immer wieder ein Sponsoring ausgetestet, aber es wurde erst 2016 konkret.

Wie waren die Reaktionen darauf?

Es gab viele, die das in-frage gestellt haben. Auch intern konnten die wenigsten damit etwas anfangen. Ich habe eine Chance gesehen. Es gab nachher aber auch einige, die gratuliert haben. Ein ge-wisser Mut wurde belohnt. Und es ist schön, dass es 2017 nicht nur ein Glücksfall war, sondern diese Leistung 2022 auch bestätigt wurde.

Wie war das Interesse punkto Wettten?

Das EM-Spiel gegen Deutschland war letzten Donnerstag das Spiel mit dem höchsten Umsatz. Es wurden doppelt so viele Wetten platziert wie auf das Europacup-spiel Rapid gegen Gdansk.

Was muss passieren, damit das Interesse hoch bleibt?

Es muss in der Breite mehr getan werden. Und die Frauen-Liga muss professioneller werden.

In welcher Größenordnung bewegt sich die Sponsortätigkeit Ihrer Firma?

Wir haben rund 260 Vereinbarungen, davon 30 im Profi- oder Halbprofisport, den Rest im Breitensport.

In der jüngsten Saison war Ihre Firma bei den Männern erstmals Namenssponsor der Bundesliga und 2. Liga.

Wir sind der erste Sponsor, der beide Bundesligen



„Football's coming home“: Lauren Hemp (li.) und Chloe Kelly feierten den Finaleinzug



Torreigen: Viermal war die schwedische Torfrau geschlagen



Junger Anhang: Die Fans freuten sich mit den Löwinnen

sponsert. Das war uns wichtig. Wir haben rund 250 Filialen und sind bis auf Lafnitz in jeder Stadt oder Gemeinde, die in der Bundesliga spielt, mit einem Standort vertreten.

Ist die Bundesliga so wichtig für Ihr Wettgeschäft?

Die Reihung nach Umsatz schaut derzeit so aus: Premier League vor Deutschland, Spanien, Europacup, Italien und Österreich.

Sind Sie zufrieden mit der Bekanntheit durch das Sportsponsoring?

Das Institut FOCUS hat im Vorjahr 16.000 Marken im Sportsponsoring aufgelistet. Wir sind Nummer eins bei den Wettanbietern und die sieben insgesamt. Vor uns sind nur bekannte Marken wie Audi, Red Bull, A1 oder Raiffeisen.

Die Markenpräsenz in Österreich hat einen starken Hang

zum Wintersport, wo Admiral nicht so präsent ist.

Der Wintersport spielt eine untergeordnete Rolle im Wettgeschäft. Dafür ist die Saison zu kurz. Es gibt zu wenige Veranstaltungen. Das ist übrigens auch das Problem der Formel 1 und der Motorrad-Weltmeisterschaft. In Summe gibt es zu wenige Ereignisse, um für das Wettgeschäft relevant zu sein. Aufgrund der Vielzahl von Spie-

len im Fußball oder auch im Tennis ist dies in diesen beiden Sportarten völlig anders.

Wie ist die Wettbranche durch die Corona-Pandemie gekommen?

Die schlimmste Zeit waren die Wochen zwischen März und Mai 2020, als der internationale Sport quasi eingestellt wurde. Damals gab es nur noch Fußball in Belarus oder Basketball in

der Ukraine. Der Wettersatz ist auf zehn Prozent der früheren Werte eingebrochen. Zu dieser Zeit wusste niemand, wann und wie es weitergeht. Unser Glück war damals, dass Mitte Mai 2020 die deutsche Bundesliga als erste Profiligen weltweit wieder den Spielbetrieb aufgenommen hat.

Haben Online-Wetten im Lockdown geboomt?

Während der Pandemiezeit hat sich das Wettbusiness deutlich Richtung Online-Wetten verschoben. Im März 2020 kamen 50 Prozent der Erlöse aus den Wettkonten, 50 Prozent aus dem Online-Bereich. Jetzt sind wir bei 70 Prozent Online-Anteil. 2020 und 2021 betrug das Minus im Vergleich zu 2019 rund zehn Prozent.

Ende 2021 gab es in der Regionalliga Ost Spielmanipulationen. Was sagen Sie dazu?

Wettbetrug ist eine der größten Herausforderung für die Wettbranche. Neben dem wirtschaftlichen Schaden für die Wettunternehmen verliert der Sport massiv an Glaubwürdigkeit.

Wird in Österreich genug dagegen getan?

In Österreich hat sich viel getan, es gibt eine enge Zusammenarbeit mit den Polizeibehörden und den Verein Play-Fair-Code, um das Problem hintanzulassen. Die Mitarbeiter des Vereins schulen in vielen Sportarten Aktive, um auf die Gefahren von Wettbetrug hinzuweisen.

Fakten



Jürgen Irsigler
Der gebürtige Linzer ist Geschäftsführer der Admiral Sportwetten GmbH und Präsident des Österreichischen Sportwettverbands. Der 59-Jährige baute aus einem einzigen Wettkonten ein Netz von 14 Filialen und 85 Mitarbeitern auf und verkaufte 2004 an Admiral

Admiral
Die Nummer 1 im österreichischen Filial-Wettgeschäft wurde 1991 gegründet und beschäftigt über 500 Mitarbeiter. Die Admiral Sportwetten GmbH gehört zur Novomatic-Gruppe, die in mehr als 50 Ländern rund 22.000 Mitarbeiter beschäftigt und im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro gemacht hat

Titeltrauma macht Englands Frauen Druck

Gastgeberinnen stehen nach dem 4:0 gegen Schweden im EM-Finale im Wembley

Endrunde. Die Bramall Lane in Sheffield, das älteste Stadion der Welt, in dem noch Profifußball gespielt wird, war mit 28.900 Plätzen ausverkauft. Dort hat der seit der Männer-EM 2021 ritualisierte Fangesang „Football's coming home“ eine ganz besondere Magie entfaltet. Englands Frauen haben immerhin das erste Finale bei einem wichtigen Turnier seit 2009 erreicht. Und das mit einer beindruck-

enden Leistung beim 4:0 gegen Schweden. Den Frauenfußball revolutionieren, die Männerfußball-Misere seit 1966 endlich beendend, Krisenhilfe für die englische Gesellschaft leisten: Es ist nicht gerade wenig, was den englischen Fußballerinnen aufgebürdet wird und was sie sich auch selbst aufladen. Englands Teamspielerin Fran Kirby sagte bei einem Pressegespräch, dass sie er-

folgreich sein wolle, um den Menschen in Zeiten wie diesen ein bisschen Freude zu bereiten. Die Menschen in England seien durch die gestiegenen Lebenshaltungskosten und die Unsicherheiten wegen des Ukraine-Kriegs mit großen Problemen konfrontiert. „So sehr wir gewinnen wollen, wollen wir den Leuten auch ein Lächeln ins Gesicht zaubern.“ Mit der Begeisterung wächst freilich auch der

Druck. Der Daily Telegraph titelte: „Englands Frauen können den Fußball in diesem Land diese Woche für immer verändern.“ Gemeint war nicht nur der Platz der Frauen auf den vorderen Sportseiten, Teil des Mainstreams zu werden, sondern auch die Überwindung eines Traumas, das bislang vor allem männlich gelesen wurde: endlich wieder nach 1966 einen Titel für England zu gewinnen.

NÖN Mödling/Perchtoldsdorf, 27.07.2022

Der Weltkonzern aus Gumpoldskirchen

1980 gründete Professor Johann F. Graf mit NOVOMATIC einen der weltweit größten Gaming-Technologiekonzerne.



Am ehemaligen „Morandell“-Standort begann die NOVOMATIC-Geschichte.



▲ Professor Johann F. Graf (l.) bei einem Termin anno 1980.

GUMPOLDSKIRCHEN Als einziger Sohn einer Fleischhauerfamilie sollte Professor Johann F. Graf eigentlich den elterlichen Betrieb in Perchtoldsdorf übernehmen. Alles war vorbereitet, er absolvierte in Rekordtempo die Lehre und wurde mit 23 Jahren jüngster Fleischhauermeister Österreichs. Doch sein ausgesprochener Hang zur Technik, sein Pioniergeist und kaufmännisches Geschick lenkten die Schritte jedoch in eine völlig andere Richtung.

Graf gründete 1980 in Gumpoldskirchen, in den ehemaligen Räumlichkeiten des Tiroler Weinhandelsunternehmens „Morandell“ die „NOVOMATIC Automatenindustrie- und -handels-gesellschaft m.b.H.“

Die ersten Spielautomaten produzierte das Unternehmen unter der Marke ADMIRAL und übernahm zudem die Generalvertretung für die Glücksspielgeräte des britischen Herstellers JPM als damals weltgrößter Produzent von Slot-Maschinen. Der Rest ist (Erfolgs-)Geschich-

te. Der frühe Eintritt von NOVOMATIC in europäische Märkte legte den Grundstein für die internationale Expansion, welche den Konzern als Produzent und Betreiber zu einem globalen Topplayer machte, der heute 97 Prozent des Umsatzes im Ausland erwirtschaftet.

Internationales Headquarter

Nach dem umfangreichen Umbau wurde das Headquarter in Gumpoldskirchen zeitgerecht zum 30-jährigen Bestandsjubiläum des weltweit tätigen Glücksspielkonzerns fertigge-

stellt. Etwa 1.000 Personen haben heute ebendort ihren Arbeitsplatz. Österreichweit sind es über 3.000, weltweit rund 21.200. Als einer der größten Arbeitgeber der Region steht die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Mittelpunkt, denn sie sind der Grundstein für die mittlerweile 42-jährige Erfolgsgeschichte des Weltkonzerns mit Geschäftstätigkeiten in etwa 90 Ländern.

Österreichweit liegt NOVOMATIC, was die wertvollsten Markenunternehmen betrifft, hinter Red Bull und vor SPAR auf Platz 2.



NOVOMATIC bietet im Headquarter auch 13 Lehrberufe für junge Zukunftshoffnungen an.
Fotos:
NOVOMATIC