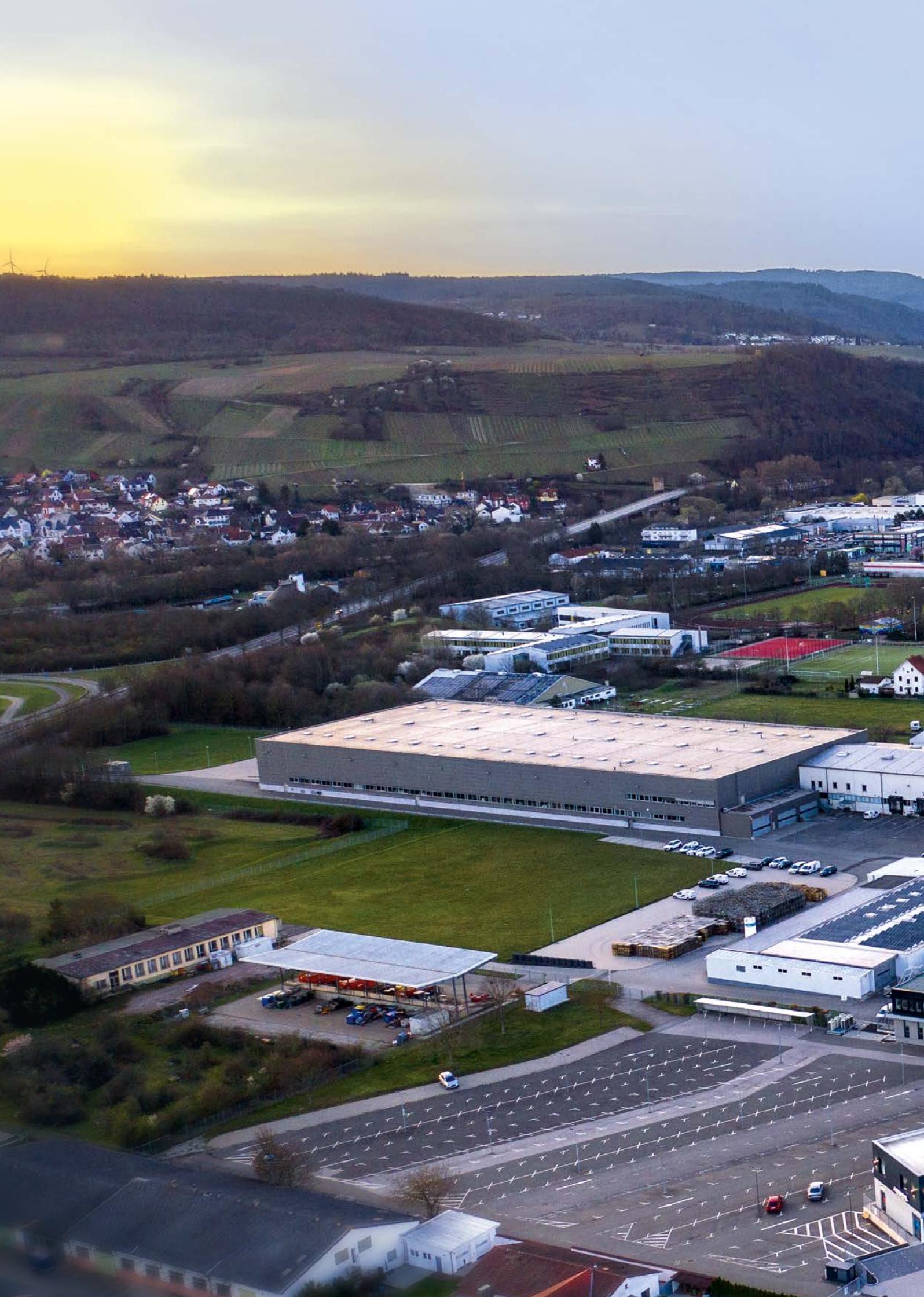


MIT ZUVERSICHT

Corporate Responsibility-Bericht
der LÖWEN-Gruppe 2020





Corporate Responsibility-Bericht
der LÖWEN-Gruppe 2020

INHALT

06	Vorwort
08	Einblicke
10	Ungewissheit begegnen
14	Improvisationstalent
18	Gemeinsam
22	Auf dem Weg
28	Miteinander durch schwierige Zeiten
32	Entwicklung ruht nie
36	Neuer Markt
40	Epilog
42	Reporting
44	LÖWEN-Gruppe auf einen Blick
47	Impressum

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

das vergangene Jahr hat uns alle vor völlig neue Herausforderungen gestellt. Weltweit hat die Corona-Pandemie unsere Lebens- und Arbeitswelten verändert und die Volkswirtschaften belastet. 2020 wird in die Geschichte eingehen als ein Jahr der Unsicherheit, der Umbrüche und der Adaptionen.

Unternehmen aller Branchen standen vor der Aufgabe, sich flexibel immer wieder neu auf sich verändernde Umstände einzustellen und ihnen konstruktiv und produktiv zu begegnen. Wir als LÖWEN-Gruppe haben gezeigt, dass wir das können. Es hätte diesen Test nicht gebraucht, aber wir haben ihn bestanden.

Ernstfall ohne Blaupause

Dabei hat uns die enge Partnerschaft mit unseren Kunden, Partnern und Gästen geholfen. Als unsere Spielhallen und die Betriebe unserer Kunden im Frühjahr 2020 vom einen auf den anderen Tag schließen mussten, haben wir gemeinsam gute Antworten auf drängende Fragen gefunden – auch in Anerkennung dessen, dass viele dieser Antworten immer nur vorläufige sein können.

Dass uns das gelungen ist, war nur möglich dank des großen Einsatzes aller Kolleginnen und Kollegen unter diesen schwierigen Bedingungen. Ihr Engagement und ihre Bereitschaft, das Beste aus der widrigen Situation zu machen, hat uns durch diese Zeit gebracht – ihnen gebührt unser großer Dank.

Digitalisierung: Pandemie als Verstärker

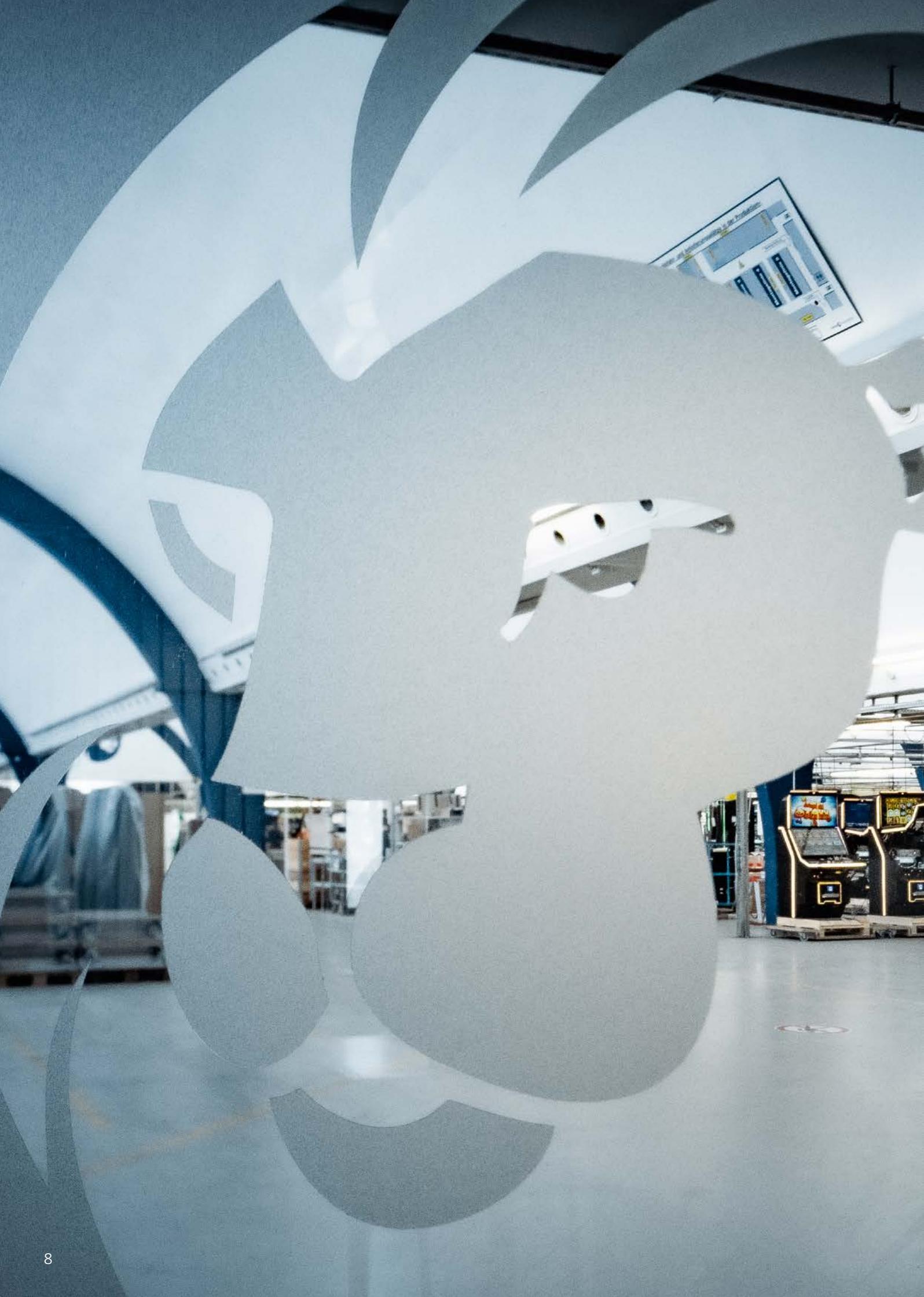
Die Corona-Pandemie wirkte auf viele Bereiche unseres Lebens wie ein Verstärker. Für die fortschreitende Digitalisierung war das Virus wie ein Turbo. Digitale Formen der Zusammenarbeit, Freizeitangebote und Geschäftsmodelle haben im vergangenen Jahr einen deutlichen Schub erhalten. Corona hat neue Entwicklungen in Gang gesetzt und bestehende deutlich dynamisiert. Vieles, was als Reaktion auf eine Extremsituation entstand, ist nun Gestaltungsbaustein für eine Zeit nach Corona.

Es wird unsere Aufgabe als LÖWEN-Gruppe sein, die sich daraus ergebenden Chancen auch weiterhin zu suchen und für uns, unsere Kunden und unsere Gäste zu nutzen.

Daran arbeiten wir und darauf freuen wir uns!

Christian Arras
Vorsitzender der Geschäftsführung
LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH







EINBLICKE

In diesem Corporate Responsibility-Bericht sprechen verschiedene Menschen – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LÖWEN-Gruppe – rückblickend über das Jahr 2020. Über Herausforderungen, aber auch Chancen, über Vergangenes ebenso wie über Zukünftiges. Jeder mit seiner eigenen Perspektive und eigenen Aufgabe innerhalb der LÖWEN-Gruppe.

Dimitrios Karakidis im Corona-Krisenstab, Michael Elzer über den Einkauf in Zeiten sprunghafter Märkte, Beate Détrie und Daniel Olbrich im Personalwesen, Jana Breier über ADMIRAL Spielhallen im und nach dem ersten Lockdown, Andreas Hingerl mit der Aufgabe, zusammen mit den Kunden partnerschaftliche und tragfähige Lösungen umzusetzen, Arthur Stelter im Produktmanagement und Oliver Bagus mit einem unternehmerischen Ausblick auf das Online-Spiel.



UNGEWISSHEIT BEGEGNEN

Dimitrios Karakidis leitet den Bereich Compliance und Konzernangelegenheiten der LÖWEN-Gruppe. Doch ab Februar 2020 kam plötzlich eine weitere Funktion dazu: die Führung des Corona-Krisenstabes.

Kurz vor Weihnachten 2020 steht Dimitrios Karakidis in einem der langen Flure in Bingen, dem Hauptstandort der LÖWEN-Gruppe. Jetzt, in den letzten Wochen dieses turbulenten Jahres, liegt eine beinahe gelassene Ruhe über den Gängen. Die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LÖWEN-Gruppe sind bereits im Weihnachtsurlaub, die Fertigungslinien stehen still, die Gabelstapler in der Logistikhalle aufgereiht an ihren Plätzen. Ganz so, als würde das Unternehmen nach den Strapazen des Jahres einmal kurz durchatmen.

Karakidis fühlt sich an jene Wochen im Frühjahr 2020 erinnert. An jene Wochen, in denen die Produktion aus ganz anderen Gründen heruntergefahren werden musste und ein Großteil der Belegschaft das erste Mal in diesem Jahr in Kurzarbeit ging. Von gelassener Ruhe konnte damals keine Rede sein, denn die Situation stand unter anderen Vorzeichen.

Dynamik begegnen

Zu Karakidis' Job als Bereichsleiter Compliance und Konzernangelegenheiten und damit auch Leiter des gruppenweiten Risikomanagements gehört es, geschäftliche Risiken zu beobachten und auf Bedrohungslagen vorbereitet zu sein. Dafür gibt es etablierte Monitoring- und Meldestrukturen, Interventionsmöglichkeiten, Handlungsleitfäden und Erfahrungswerte.

Den Umgang mit sich rasch ändernden Anforderungen ist Karakidis gewohnt. Die LÖWEN-Gruppe bewegt sich in einem dynamischen, sich digitalisierenden Marktumfeld. Über 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten in kaufmännischen und gewerblichen Bereichen. Sie arbeiten in Verwaltung, Forschung und Entwicklung, Produktion, Qualitätssicherung, Logistik, Vertrieb und Service an den zentralen Standorten in Bingen, Rellingen und Pfullendorf. Über 3.000 der 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Unternehmensgruppe sind für den Service am Gast in den bundesweit rund 520 ADMIRAL Spielhallen beschäftigt. So vielfältig wie die Gruppe sind auch die Anforderungen. Eine globale Pandemie war aber auch für Karakidis neu.

Handlungssicherheit in der Pandemie

Die ersten Tage und Wochen im Frühjahr 2020 waren geprägt von einer sich beinahe stündlich verändernden Nachrichtenlage. Das Virus verbreitete sich schnell und die ersten Fälle traten schon bald auch in Deutschland auf. Aus einer Randnotiz wurde innerhalb weniger Wochen eine akute Bedrohung.

„Es galt zunächst, Handlungssicherheit herzustellen“, betont Karakidis. Das Wichtigste: „Wie schützen wir unser Unternehmen?“ Und vor allem: „Wie schützen wir unsere Kolleginnen und Kollegen?“ Jeden Tag kamen neue, drängende Fragen hinzu. Zum Beispiel: Wie schließt man auf Anordnung deutschlandweit Hunderte Spielhallen, wenn man nicht weiß, für wie lange? Wie sichert das Unternehmen seine Liquidität, wenn Einnahmen wegbrechen? Wie organisieren die Bereiche ihre Zusammenarbeit auf Distanz?





Schon im Februar 2020 berief die Gruppe ihren Krisenstab ein. Er kam täglich zusammen, um die Lage zu beurteilen, Szenarien mit der Realität abzugleichen und Maßnahmen zu beschließen. Überall im Unternehmen wurden Hygienevorkehrungen verschärft, Abstandsregeln eingeführt, Meldekettens festgelegt, Desinfektionsmittel besorgt und aufgestellt, die Maskenpflicht ausgeweitet. Bereits seit Anfang März 2020 führt eine zentrale Übersichtsdatei zusammen, was wo im Unternehmen passiert. In allen gesundheitlichen und medizinischen Fragen fand ein enger Austausch mit den Gesundheitsämtern und Betriebsärzten statt.

Unternehmensbereiche, die nicht ins Homeoffice gehen konnten, wie Produktion und Logistik, wurden frühzeitig mit Schnelltests ausgestattet. Über 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden als Hygienebeauftragte geschult, um wiederum ihre Kolleginnen und Kollegen vor Ort weiterzubilden und dezentral Vorkehrungen treffen zu können. „Das System der Hygienebeauftragten hilft, die Infektionsschutzmaßnahmen extrem schnell sich ändernden Erkenntnissen oder Vorgaben anzupassen“, so Karakidis. „Dass es bisher zu keiner Infektion am Arbeitsplatz kam, gibt uns dabei recht!“

Chancen erkennen

Karakidis legt Wert darauf, auch in der Krise immer das große Ganze zu sehen. Ihm geht es darum, die Balance zu finden aus kurzfristigen pragmatischen Lösungen und einem langfristig ausgerichteten Plan: „Nicht alles ist zum Glück so eingetreten, wie wir es in Worst-Case-Szenarien durchgespielt haben“, sagt er. „Dadurch waren wir aber immer auch bestmöglich vorbereitet. Das erlaubte uns auch die Chancen, die jede Krise mit sich bringt, zu sehen und zu nutzen.“

Eine große Chance liegt in der digitalen Transformation vieler Arbeitsbereiche. Das betrifft etwa die Arbeit im Homeoffice, digitale Tools der Zusammenarbeit und der Kommunikation, aber auch Online-Qualifizierungsangebote. Karakidis sagt dazu: „Wir waren in dieser Hinsicht auch vor Corona schon weit. Die Pandemie hat das Ausprobieren, das Lernen und Anpassen aber sicherlich beschleunigt. Das müssen wir nun sinnvoll nutzen.“



IMPROVISATIONS- TALENT



Eigentlich sind es Elektronik-Komponenten oder Metall-Bauteile für Geldspielgeräte, die Michael Elzer beschäftigt. Nicht aber Hygienemasken oder Antigen-Schnelltests. Das sollte sich 2020 abrupt ändern.

Lieferketten sind komplexe Systeme. Die Globalisierung der Wirtschaftskreisläufe hat dazu geführt, dass ein Gut von der Rohstoffbeschaffung bis zum fertigen Endprodukt in der Regel viele Produktionsschritte an mehreren

Standorten in mehreren Ländern durchläuft. Was einerseits eine ressourceneffiziente und spezialisierte Herstellung ermöglicht, erfordert andererseits eine umso präzisere Prozesssteuerung.

Nur wenn ein Rädchen ins andere greift, ist das Material zur richtigen Zeit an dem Ort, an dem es benötigt wird. Gerät die Transportkette an einer Stelle ins Stocken, wirkt sich das auf nachgelagerte Abläufe aus – schnell können große betriebswirtschaftliche Schäden entstehen.



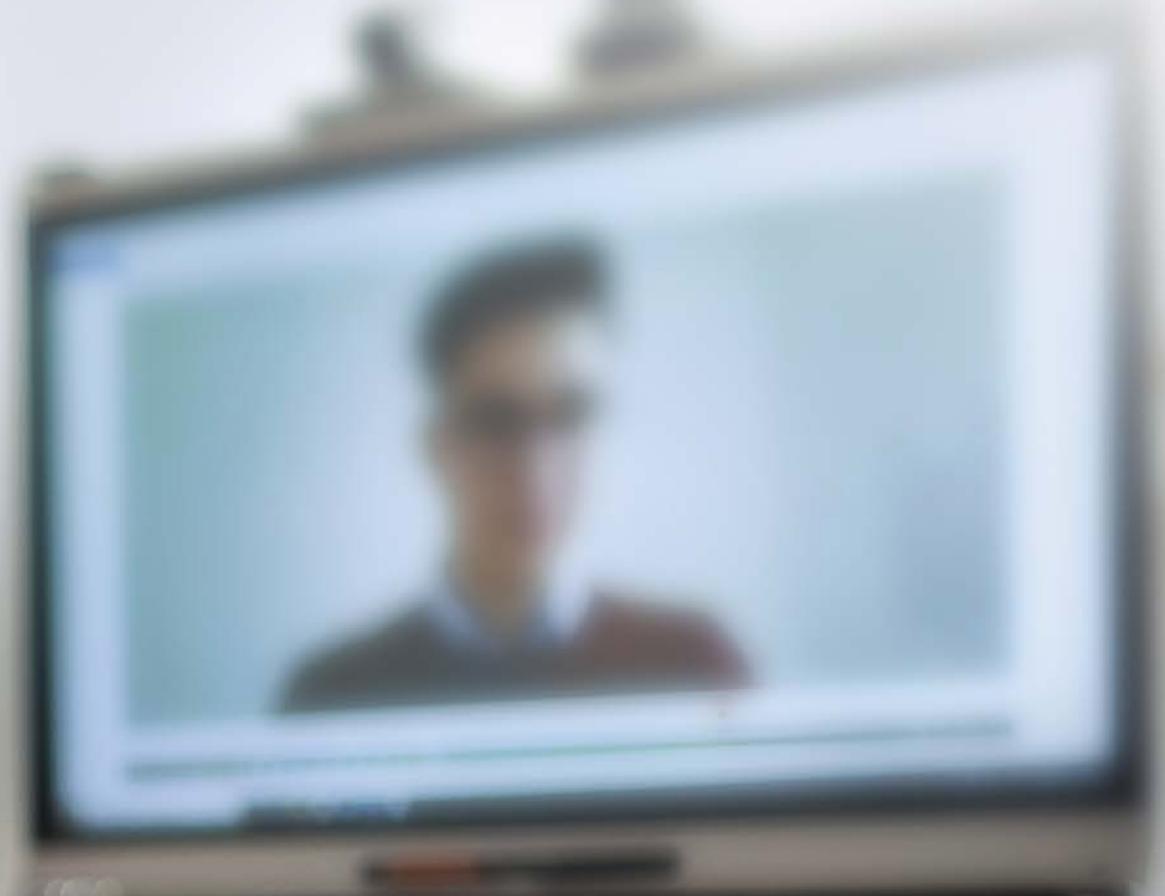
Lieferketten vom Ende denken

Für Michael Elzer, Leiter Supply-Chain-Management & Logistik bei der LÖWEN-Gruppe, liegen die Trümpfe des Unternehmens hierbei klar auf der Hand: Vieles wird im NOVOMATIC-Konzern, zu dem die LÖWEN-Gruppe zählt, in Eigenleistung produziert. „Wir wissen, woher unsere Rohstoffe kommen, fertigen viel inhouse vor und haben gute Zugänge zu den für uns kritischen Ressourcen.“ Für ihn entscheiden daher nicht nur der Preis und die Qualität der Ware über den Einkauf, sondern ebenso die Stabilität und Zuverlässigkeit der Lieferung.

„Wir denken die Dinge vom Ende her: Was braucht es wann, damit das Ergebnis rauskommt, das wir uns wün-

schen?“ Zugrunde liegen immer Bestandsaufnahmen und Szenarienplanungen: Wie hoch ist der Bedarf? Welche Materialien werden benötigt? Woher bekomme ich sie? Welche Geräte sind betroffen? Welche Kontingente erforderlich? Wie ist das Timing?

„Corona war in dieser Hinsicht eine Zäsur, weil zusätzlich zur Beschaffung unserer Produktionsmittel und der normalen Lieferprozesse ein völlig neuer Bedarf entstand.“ Zwar gab es auch in der jüngeren Unternehmensgeschichte immer wieder Extremsituationen, erinnert sich Elzer. Beispielsweise im Zuge der bundesweiten Umstellung aller Geldspielgeräte in 2018, die durch eine neue Spielverordnung nötig wurde. Ganze Geräte oder zumindest einzelne Baugruppen mussten damals innerhalb weniger Wochen ausgetauscht werden. Der logistische Aufwand war



immens. „Aber dass wir es durch die Pandemie von jetzt auf gleich mit einem bis dato unbekanntem Thema und einer weltweiten Nachfrage zu tun hatten, die das Angebot deutlich überstieg, war eine Herausforderung. Dafür gab es keine Blaupause.“

Unbekanntes Terrain

Als sich ab Februar die ganze Welt auf der Suche nach Desinfektionsmitteln und Masken befand, war Elzer mit-tendrin. Es galt, weiterhin die Belieferung mit Produktionsmitteln sicherzustellen und zusätzlich die Gruppe mit Hygienematerialien auszustatten. Und das auf einem Markt, der von Unsicherheit geprägt war und dessen Lieferketten angegriffen waren.

Für die große, weltweite Nachfrage nach Hygieneausstattung gab es keine Lieferinfrastruktur und keine Erfahrungswerte. Bei einer Schwestergesellschaft in Tschechien konnten kurzfristig Metallkonstruktionen für Spender produziert und diese an die Spielhallen verteilt werden. Auch über eine hauseigene Produktion von Desinfektionsmittel wurde nachgedacht, diese Idee aber wieder verworfen. Für Elzer zeigt sich darin nicht nur Improvisationstalent, sondern auch gelebte Verantwortung. „Bei der Gesundheit können wir uns keine Kompromisse leisten, in unserer Situation wäre es fahrlässig gewesen, nicht jede Möglichkeit zu prüfen.“

Lerneffekte

Die Lernkurven gingen in der gesamten Organisation steil nach oben. Im Zentrallager sind längst auch für die Hygienebestände neue Mindestmengen eingeteilt. Ein Alarm wird ausgelöst, sobald der Bestand sich der Mindestmenge annähert. Nach anfänglichen Engpässen zog das Angebot schnell nach und die Lage normalisierte sich. Und so stellt Elzer in seinem Rückblick auf das Jahr fest: „Es waren unsere langjährigen Lieferanten, die als Erste zuverlässig liefern konnten. Wir können uns auf unsere Partner verlassen und unsere Partner sich auch auf uns.“



GEMEINSAM

2020 war für die Beschäftigten der LÖWEN-Gruppe ein herausforderndes Jahr. Ein Gespräch dazu mit Beate Détrie, Leiterin Personal bei LÖWEN ENTERTAINMENT, und Daniel Olbrich, Leiter Personal bei ADMIRAL ENTERTAINMENT. Geführt wurde es im Dezember 2020, im bereits zweiten Lock-down für Spielhallen in Deutschland.



Frau Détrie, Herr Olbrich, wenn Sie an das vergangene Jahr denken, was ist Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben?

Olbrich: Ich erinnere mich vor allem an die Nachricht vom ersten Lockdown Mitte März 2020. Donnerstags hieß es, wir müssen erste Spielhallen in einzelnen Städten schließen. Am Sonntag war dann schon klar, dass bundesweit alle Filialen schließen müssen. Das betrifft 3.000 Kolleginnen und Kollegen. Viele Fragen gingen einem da durch den Kopf. Wie lange können wir die Gehälter zahlen, wenn wir kein Geld mehr verdienen? Wie bereiten wir die Schließungen vor? Wie funktioniert eigentlich Kurzarbeit? Damals ist viel auf uns eingepreselt, das war ein echter Kraftakt.

Détrie: Insgesamt sind wir aber gut durch die Krise gekommen, allen Widrigkeiten zum Trotz. Die Gesundheit aller Kolleginnen und Kollegen ist das Wichtigste. Das haben wir im vergangenen Jahr ganz deutlich aufgezeigt bekommen. Wir tragen eine große Verantwortung.

Was bedeutet Verantwortung konkret und wie werden Sie ihr gerecht?

Détrie: Seit März 2020 wurde beispielsweise die Möglichkeit für Homeoffice stark ausgeweitet, um die Präsenz und damit das Infektionsrisiko im Unternehmen zu verringern. Mittlerweile steht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Homeoffice in Absprache mit den Vorgesetzten offen – natürlich sofern dies die Art der Tätigkeit zulässt. Zudem setzen wir schon seit Langem auf regelmäßige Tests.

Welche Testangebote hat die LÖWEN-Gruppe für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?

Olbrich: Am Anfang wurde selektiv in einzelnen Bereichen und bei Verdachtsfällen getestet. Spätestens ab September 2020 wurde das Angebot für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kontinuierlich breiter. Es reicht von Antigen-Schnelltests und PCR-Tests, die wir in Kooperation mit medizinischen Dienstleistern anbieten, bis hin zu Antigen-Selbsttests. Immer wieder haben wir uns zusammengesetzt und neu geprüft, was unternehmerisch und gesundheitlich vernünftig ist. Der Erfolg gibt uns recht: Keiner hat sich am Arbeitsplatz mit Corona infiziert.

Wie haben Sie die Beschäftigten unterstützt, die in Kurzarbeit gehen mussten?

Détrie: Zwischen dem 23. März und Ende Juni 2020 mussten gruppenweit über 80 Prozent der Belegschaft das erste Mal in diesem Jahr in Kurzarbeit. Sehr früh bereits haben wir gruppenweit das Kurzarbeitergeld vom Gesetzgeber unbürokratisch um 20 Prozent auf-

gestockt. Das gab finanzielle Sicherheit und hat viele Ängste genommen. In enger Abstimmung mit dem Betriebsrat haben wir außerdem einen Härtefallfonds eingerichtet, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch die Pandemie in existenzielle Notlagen geraten sind, unterstützen zu können.

Olbrich: Bei unseren ADMIRAL Spielhallen betraf die Kurzarbeit alle Mitarbeiter. Da war die Lage entsprechend angespannt, vor allem, weil unklar war, wie lange der Lockdown anhalten würde. Uns ging es darum, immer den Kontakt zu halten zu den Kollegen zu Hause. Das bedeutet: viel kommunizieren, klare Entscheidungen treffen, nicht zaudern, nachfragen. Voraussetzung dafür ist, auch erst mal die dafür nötigen digitalen Kanäle und Abläufe zu etablieren oder auszubauen. Wir haben schnell begonnen, Workshops, Schulungen und Besprechungen digital umzusetzen. Auch Trainings und Coachings sind über E-Learning-Plattformen möglich. Gerade für eine Organisation wie ADMIRAL ENTERTAINMENT mit bundesweit Hunderten Standorten ist das sehr hilfreich.

Vor welche Herausforderungen stellt Sie das Thema Ausbildung in Corona-Zeiten?

Détrie: 2020 war nichts normal, auch bei der Ausbildung nicht. Sie lief anders, hat aber unter der Pandemie nicht allzu sehr gelitten. Die Auszubildenden und dualen Studenten durchlaufen bei uns verschiedene Stationen. Dies war vor allem in Abteilungen der Fall, in denen die Arbeit durch Corona zunahm.

Darüber hinaus haben wir auch viel auf Online-Formate beim Ausbildungsstart und auch danach gesetzt. In den Berufsschulen gab es Wechselunterricht, die Vorlesungen im Studium waren vollständig digital. Niemand wurde so durch die Pandemie zurückgeworfen. Das zeigen uns auch die regelmäßigen Feedback-Gespräche. Auch künftig bilden wir im gewohnten Umfang aus.

Wie war das Jahr für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?

Olbrich: Das ist schwierig zu bewerten, Corona ist für alles ein Verstärker und Beschleuniger. Jede Kollegin und jeder Kollege ist in einer ganz eigenen Lebenssituation. Für manche war die Kurzarbeit zunächst weniger problematisch. Andere hatten stärker mit der generellen Unsicherheit zu kämpfen. Die Freude nach dem ersten Lockdown war riesengroß. Die Freude auf die Arbeit und auf die Gäste. Vor allem aber, als dann ab November der zweite Lockdown in 2020 kam, spürten wir die Belastung deutlich. Jede Verlängerung zermürbte die Gemüter. Das ist nur menschlich und allzu verständlich.

Détrie: Das Jahr 2020 war für uns alle herausfordernd. Selbstverständlich hatten viele unserer Kolleginnen und Kollegen Sorgen und Nöte, auf ganz unterschiedlichen Ebenen. Insgesamt habe ich aber auch das Gefühl, die Situation hat uns alle noch enger zusammengebracht. Die Kultur und das Miteinander, die wir hier haben, sind zwei unserer wichtigsten Stärken. Das hat die Krise einmal mehr gezeigt.



AUF DEM WEG



Jana Breier leitet das operative Geschäft der ADMIRAL Spielhallen im Süd-Osten Deutschlands. Für diesen CR-Bericht wurde sie im Oktober – kurz vor dem zweiten harten Lockdown 2020 – einen Tag lang begleitet.

Jana Breier ist auf dem Weg. Als Leiterin für das operative Filialmanagement Süd-Ost bei ADMIRAL ENTERTAINMENT kennt sie die bayrischen Straßen fast so gut wie die 113 Filialen, die sie betreut. Rund 60.000 km fährt sie im Schnitt pro Jahr – zumindest vor 2020. Auch heute, im Herbst 2020, ist Breier unterwegs. Sie kommt von einem Team-Gespräch in der ADMIRAL Spielhalle in der Bayreuther Innenstadt und ist auf dem Weg ins oberfränkische Lichtenfels.

Breier hat ihre gesamte Karriere im Bereich des gewerblichen Automatenspiels gemacht. Sie kennt die Unwägbarkeiten dieser Branche, die von einer strengen Regulierung geprägt ist. Immer wieder musste sie in den vergangenen Jahren mit regulatorischen Einschnitten und mit neuen rechtlichen Vorgaben umgehen. Breier musste sich schon häufig mit Flexibilität auf die zahlreichen Änderungen einstellen, diese in den Filialbetrieb integrieren und an ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommunizieren. Das sei schon immer Teil ihres Berufes, so Breier. Doch ein Jahr wie 2020 hat sie bisher noch nicht erlebt.

Schockstarre und Krisenmanagement

„Als ich die ersten Nachrichten vom Lockdown hörte, war ich für einen kurzen Moment wie gelähmt. Aber ein paar Augenblicke später schon war uns allen klar, dass es jetzt wahnsinnig viel zu tun gibt.“ Alle Filialen mussten schließfertig gemacht werden, und alle Filialen hatten viele Fragen.





Breier beriet sich in diesen Tagen immer wieder mit der Geschäftsführung, dem Krisenstab, ihren Gebiets- und Bezirksleitern sowie dem zentralen Filialmanagement am Sitz von ADMIRAL ENTERTAINMENT im baden-württembergischen Pfullendorf. Das Ziel: gemeinsam beraten, konsequent handeln und klar kommunizieren.

„Für die Kolleginnen und Kollegen in den Spielhallen war die schnelle Reaktion der Firma wichtig, schnell zu wissen, was die Schließung konkret bedeutet. Auch die Aussage, dass die Jobs sicher sind, konnte den ersten Schock lindern.“ Weitere positive Nachrichten folgten: Urlaube blieben stehen, die Zuschüsse unangetastet, und das Kurzarbeitergeld wurde aufgestockt. „Die Kolleginnen und Kollegen in den Filialen haben gespürt, dass wir uns um sie kümmern.“

Als nach dem ersten Lockdown wieder geöffnet werden konnte, war die Freude und Erleichterung groß – bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wie bei den Gästen. Im Mai 2020 öffneten als Erste die Spielhallen im Saarland wieder, als Letzte – im Juni – die Standorte in Mecklenburg-Vorpommern.

An anderer Stelle fing die Arbeit mit dem Ende des ersten Lockdowns aber erst an. Ein umfassendes Hygienekonzept war zwar frühzeitig gruppenweit in Zusammenarbeit mit Betriebsärzten erarbeitet worden. Die Umsetzung in der Praxis gestaltete sich allerdings komplizierter. „In Bayern hat fast jedes Ordnungsamt und jede Kommune die Vorgaben unterschiedlich interpretiert. Was an einem Ort erlaubt war, wurde ein paar Kilometer weiter verboten.“ Auch damit musste man umgehen.



Bitte zu

**DIESES GERÄT
IST FRISCH GEREINIGT.
VIEL SPASS BEIM SPIEL!**

ADMIRAL

1	2	3
4	5	6
7	8	9
-	0	X

0.00

EMATZ.C

OPTIMUS
PRO

Lieber Gast,

**aufgrund der Maßnahmen von
Bund und Ländern zur Eindämmung
der Corona-Pandemie ist diese
Spielhalle leider bis auf Weiteres
geschlossen.**

**Wir freuen uns auf ein hoffentlich
baldiges Wiedersehen.**

Ihr ADMIRAL-Team

Wir unterstützen



ADMIRAL



In der Halle

Breier fährt in Lichtenfels vor, parkt ihren Wagen auf dem Parkplatz und geht in die Spielhalle. Im Eingangsbereich neben einem Desinfektionsmittelspender informiert ein Hinweisplakat über alle hier geltenden Regeln. Zur Einhaltung des Mindestabstandes wurden in der gesamten Filiale Hinweiskleber auf dem Boden angebracht. Im Thekenbereich ist eine Tröpfchen-Schutzwand installiert. An drei der zwölf Geldspielgeräte sitzen Gäste, auf den Tastenpulten der übrigen steht ein Schild mit der Aufschrift: Frisch für Sie gereinigt. Hier trifft Breier ihren Kollegen Robert Pustlauk, den zuständigen Gebietsleiter, zu einem Gespräch.

Er trägt Mund-Nasen-Schutz. Bei der Umsetzung der geltenden Regeln ist die Filiale in Lichtenfels wie alle ADMIRAL Spielhallen sehr streng. Das gibt Sicherheit, erfordert aber auch Fingerspitzengefühl, sagt Pustlauk. Die Zweifel und Unsicherheiten der Gäste „können nicht einfach mit einem Verweis auf die Vorschriften aus der Welt geschafft werden. Um Akzeptanz für die Hygienemaßnahmen zu schaffen, ist es wichtig, immer wieder zu erklären, warum wir etwas tun. Vor allem, wenn die Regeln – selbst in ein und demselben Bundesland – nicht einheitlich sind.“

Für Pustlauk haben sich die Geduld und die Hartnäckigkeit ausgezahlt, seine Gäste und Mitarbeiter haben sich inzwischen auf die zahlreichen Vorgaben für den Infektionsschutz eingestellt. Die Zeit nach der Wiedereröffnung Mitte 2020 nach dem ersten Lockdown hat eines klar gezeigt, das bestätigen sowohl Breier als auch Pustlauk: Die Spielgäste kommen wieder, wenn sie denn dürfen.

Das gibt auch heute der LÖWEN-Gruppe berechtigte Hoffnung für die Zeit nach dem zweiten Lockdown. Denn die Spielgäste suchen das soziale Umfeld, die Gespräche mit anderen Gästen und dem Servicepersonal. Sie suchen die Abwechslung von ihrem Alltag und das attraktive Unterhaltungsangebot in den ADMIRAL Spielhallen.



MITEINANDER DURCH SCHWIERIGE ZEITEN

2020 war ein forderndes Jahr für das gewerbliche Automatenspiel – für die LÖWEN-Gruppe, aber auch für ihre Kunden. Ein Gespräch mit LÖWEN-Vertriebsdirektor Andreas Hingerl über Partnerschaft und das Finden tragfähiger Lösungen in Krisenzeiten.

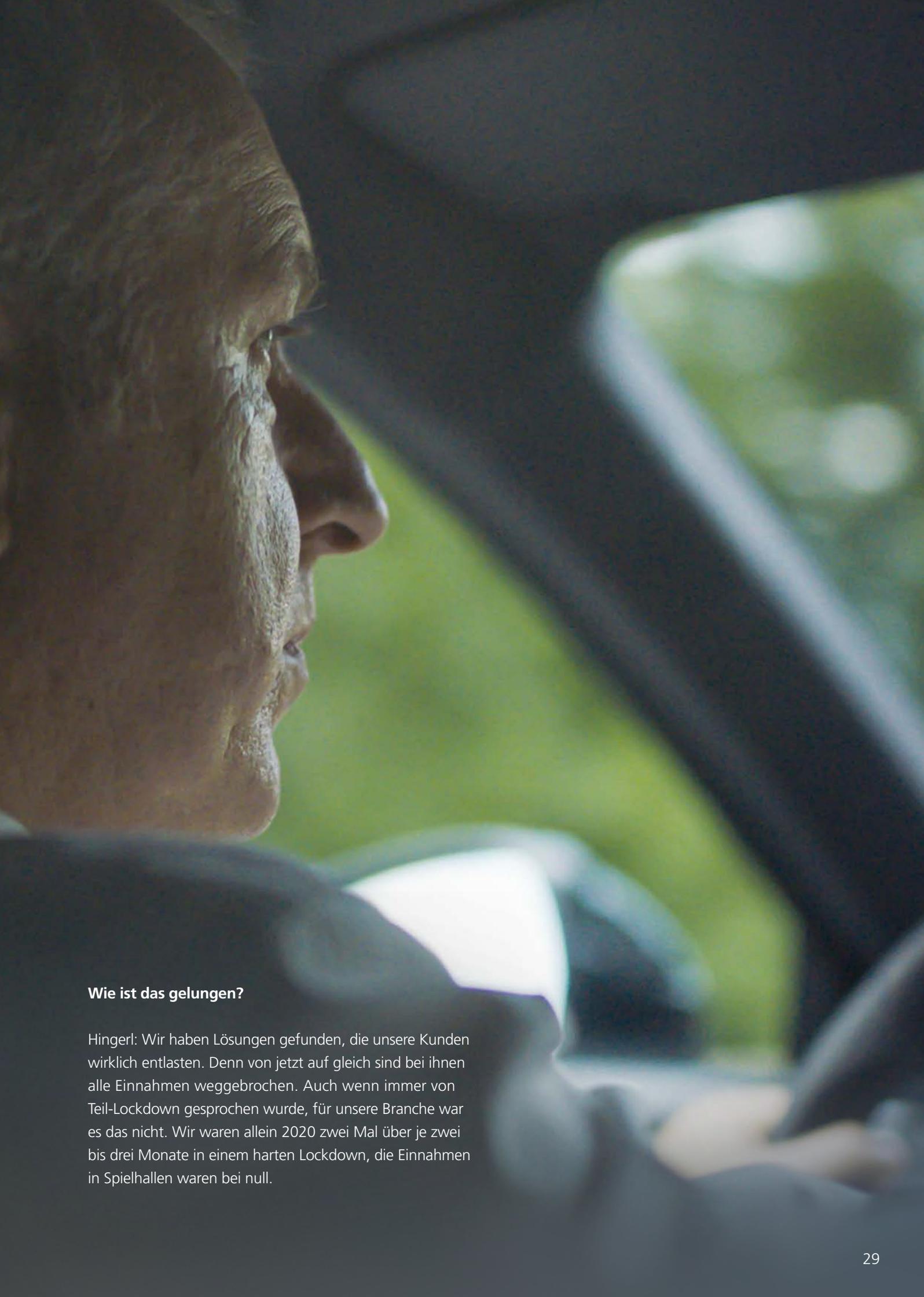
Herr Hingerl, was waren ursprünglich Ihre Ziele für das Jahr 2020?

Hingerl: Der Fokus im Vertrieb lag natürlich darauf, unsere neuen Produkte im Markt zu platzieren – von der Spiele-Software bis hin zu neuen Modellen unserer Geldspielgeräte. Für uns im LÖWEN-Vertrieb kommt es dabei vor allem auf die persönliche Beratung unserer Kunden, der Automatenunternehmerinnen und -unternehmer, an. Entweder bei den regelmäßigen bundesweiten Hausmessen in den Vertriebsniederlassungen oder auch direkt

bei unseren Kunden, in ihren Spielhallen oder Gastronomieaufstellungen. Der Vertrieb, wie ich ihn verstehe, lebt von diesen Gesprächen, von Vertrauen und Nähe. Gerade mit Blick auf den direkten Kontakt von Angesicht zu Angesicht hat der Ausbruch der Pandemie leider vieles verändert. Und ja: Auch unsere vertrieblichen Prioritäten haben sich mit dem ersten Lockdown für Spielhallen und Gastronomie im März 2020 verschoben.

Inwiefern?

Hingerl: Statt der klassischen Vertriebsarbeit ging es plötzlich um etwas anderes, in einer Situation, die für uns alle neu und auch wirtschaftlich unsicher war. Es ging darum, partnerschaftliche Lösungen gemeinsam mit unseren Kunden zu finden, um unser und ihr Geschäft zu sichern. Die Härten der Lockdowns waren und sind für uns alle belastend.



Wie ist das gelungen?

Hingerl: Wir haben Lösungen gefunden, die unsere Kunden wirklich entlasten. Denn von jetzt auf gleich sind bei ihnen alle Einnahmen weggebrochen. Auch wenn immer von Teil-Lockdown gesprochen wurde, für unsere Branche war es das nicht. Wir waren allein 2020 zwei Mal über je zwei bis drei Monate in einem harten Lockdown, die Einnahmen in Spielhallen waren bei null.



Wie kam dieses Entgegenkommen bei Ihren Kunden an?

Hingerl: Die Angebote wurden von unseren Kunden als fair und partnerschaftlich empfunden und sehr gut angenommen. Es war sicher wichtig, dass wir schnell den Austausch gesucht und unbürokratisch Lösungen gefunden haben, die beiden Seiten helfen. Bereits in den ersten Tagen des bundesweiten Lockdowns im März 2020 hatten wir im Vertrieb Hunderte von Telefongesprächen geführt. Auch in der Zeit danach hatten wir immer ein offenes Ohr. Das stärkte auch die Zusammenarbeit nochmal.

Wie sehen Sie Ihre Rolle als Vertriebsdirektor?

Hingerl: Mein Job ist es, das Vertriebsteam strategisch zu begleiten und zu unterstützen, um unsere Vertriebsziele mit unterschiedlichen Aktionen und Angeboten zu erreichen. Insbesondere die Sicherstellung einer hochwertigen und konstanten Beratungsqualität liegt mir dabei sehr am Herzen. Am Ende geht es aber immer auch darum, eine Win-win-Situation zu kreieren. Trotz der Umstände im letzten Jahr war beispielsweise unsere neue Softwaregeneration ein großer Erfolg – eben weil sie für unsere Kunden ein attraktives Angebot bedeutet, in das es sich für sie lohnt zu investieren. Wir unterstützen sie dabei immer – technisch, fachlich und häufig auch als persönlicher Ratgeber. Gerade in der Hinsicht war das vergangene Jahr besonders intensiv.





ENTWICKLUNG RUHT NIE

Arthur Stelter hat lange Zeit im Bereich Forschung & Entwicklung der LÖWEN-Gruppe gearbeitet, heute leitet er das Produktmanagement. Auch in Pandemiezeiten kam die Innovationskraft nicht zum Erliegen.

Die LÖWEN-Gruppe ist ein technologiebasiertes Unternehmen. Hinter den Produkten für das gewerbliche Automatenenspiel oder den Applikationen für ein attrak-

tives Online-Sportwettenangebot steckt immer komplexe Unterhaltungselektronik – und ein steter Forschungs- und Innovationsprozess.

Dem Unternehmen geht es darum, seinen Gästen Erlebnisse zu ermöglichen und für Unternehmen, die mit diesen Produkten arbeiten, Mehrwerte zu schaffen. Technologische und prozessuale Neuerungen folgen diesem Zweck und müssen im Ergebnis und in der Anwendung möglichst einfach und intuitiv, aber dennoch sicher und leistungsfähig sein.



Spielerlebnis

Dafür beschäftigt LÖWEN ENTERTAINMENT, die Muttergesellschaft der LÖWEN-Gruppe, in Bingen die Abteilung Forschung & Entwicklung mit mehr als 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Von Konstrukteuren und Mathematikern über Spielentwickler bis hin zu Grafikern. Für das Produktmanagement arbeiten weitere fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Zusammenspiel beider Bereiche entsteht das Spielerlebnis, der Kern aller Produkte.

„Trotz der harten Einschnitte 2020 für das terrestrische Spielangebot in Deutschland hat sich für mich einmal mehr bestätigt, dass Entwicklung nie ruht“, sagt Arthur Stelter. Stelter leitet seit März 2018 das Produktmanagement von LÖWEN ENTERTAINMENT. Zuvor war er mehrere Jahre in der Entwicklung des Unternehmens tätig.

Arthur Stelter steht im Showroom in Bingen und beugt sich über eines der hier ausgestellten Geldspielgeräte. Mit dem Zeigefinger tippt er auf das Touchdisplay und öffnet ein Menü mit der Spielauswahl. Über dem viereckigen





Emblem des Spiels SIZZLING BOOK verläuft schräg in der oberen Ecke ein kleines Banner mit der Aufschrift „Neu“. „Das Spiel ist erst seit Kurzem auf dem Markt und Teil unserer neuen Software für Spielhallen und die Gastronomieaufstellung“, sagt Stelter.

Bei SIZZLING BOOK haben die Spielentwickler des Unternehmens zwei der bei Spielgästen beliebtesten Spiele zu einem neuen vereint. Ein Entwicklungsprozess, der oft mehrere Monate in Anspruch nimmt. „Die Frage ist immer, was kommt im Markt an? Und wie können wir die Attraktivität unserer Produkte steigern?“, so Stelter. „Das beginnt mit der Software jedes einzelnen Spiels und endet mit der Hardware des Geldspielgeräts.“

Ein attraktives Endprodukt zu schaffen, ist der Anspruch von Entwicklern und Designern in jeder Branche. Doch Glücksspiel ist ein sozial sensibles Produkt, für das strikte Rahmenbedingungen gelten. Ein Rahmen, der dem, was möglich scheint, und dem, was möglich ist, enge Grenzen setzt. „Natürlich sind es auch neue rechtliche Vorgaben, die entscheidend zur Dynamik unserer Arbeit als Produktentwickler und -manager beitragen“, sagt Stelter.

Entwicklungsleistung

Ein aktuelles Beispiel für ihn ist die Einführung einer bundesweiten, spielformübergreifenden Spielersperrdatei. Sie ist eine der Neuerungen des Glücksspielstaatsvertrags 2021 zum 1. Juli 2021. Demnach muss bei jedem Spielgast nicht nur das Alter geprüft werden, sondern auch, ob ein Eintrag in der Spielersperrdatei besteht. Jugendliche und gesperrte Personen haben keinen Zugang zum Spiel.

Stelter zeigt im Showroom auf einen großen Touchmonitor mit massivem Standfuß. „Dieses Freischaltterminal mit Dokumentenleser haben wir mit Blick auf den Sperrdatei-abgleich weiterentwickelt“, sagt Stelter. „Das entbindet das Servicepersonal nicht von der Aufsichtspflicht. Aber es macht den ganzen Prozess für die Kunden unseres Unternehmens noch einfacher. Gegenüber dem manuellen Abgleich bietet diese Technik große Vorteile“, so Stelter.

Das Funktionsprinzip des Terminals ist einfach: Ausweis durch den Dokumentenleser ziehen. Automatisiert werden Geburtsdatum, Vor- und Zuname übermittelt, aber nicht gespeichert, und mit der Sperrdatei abgeglichen. Liegt kein Eintrag vor, kann der Spielgast ein Geldspielgerät direkt auf dem Touchdisplay wählen und für das Spiel freischalten.

Ein einfaches Prinzip. Doch hinter diesem einfachen Prinzip liegt immer eine monate-, oft sogar jahrelange Entwicklungsleistung. Und daran änderte auch die Pandemie nichts.





NEUER MARKT

Oliver Bagus, Geschäftsführer Gaming Technology von LÖWEN ENTERTAINMENT, verantwortet das Online-Geschäft der LÖWEN-Gruppe. Ein Interview über die Zukunftschancen in diesem Bereich.

Online-Glücksspiel ist in Deutschland mit dem 1. Juli 2021 erstmals legal möglich. Das ist eine der zentralen Neuerungen des Glücksspielstaatsvertrags 2021. Lange hat die Politik für diesen Schritt gebraucht. Die Öffnung geht mit strikten Regeln für legale Anbieter einher. Regeln, die für die illegalen Anbieter in diesem Markt bisher kaum eine Rolle gespielt haben.

So ist im Schatten der mehrjährigen Diskussion im Vorfeld des neuen Staatsvertrags ein illegales Angebot von gehörigem Ausmaß entstanden. Dieser Markt soll durch die Legalisierung nun ausgetrocknet werden – so das Ziel des Gesetzgebers. Eine Gemeinsame Glücksspielbehörde der Länder mit Sitz in Halle in Sachsen-Anhalt wird für die Überwachung und den Vollzug zuständig sein. Schon heute ist klar: Sie wird erst ab Anfang 2023 voll arbeitsfähig sein.

Herr Bagus, der Markt des Online-Glücksspiels hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Milliardenmarkt in Deutschland entwickelt. Warum ist die LÖWEN-Gruppe nicht schon früher eingestiegen?

Bagus: Weil der Markt zu 100 Prozent illegal war. Das ist vielen Konsumenten, aber auch der breiten Öffentlichkeit gar nicht bewusst gewesen. Die massive Werbung von illegalen Anbietern zur Primetime hat nicht wenige getäuscht. Für die LÖWEN-Gruppe stand aber immer fest: Wir werden ins Online-Spiel erst einsteigen, wenn für uns und unsere Kunden Rechtssicherheit besteht. Davon sind wir kein Jota abgewichen.

Wie bewerten Sie die Legalisierung des Online-Glücksspiels in Deutschland?

Bagus: Das ist ein längst überfälliger Schritt, den wir sehr begrüßen. Zu lange schon mussten wir darauf warten. Und selbstverständlich bewerben wir uns um eine Lizenz. Denn der neue Markt bietet für uns große Chancen. Wir greifen jetzt an. Als einer der führenden Hersteller von Geldspielgeräten haben wir die Inhalte doch schon – attraktive Spiele, die bei den Spielgästen ankommen. Das virtuelle Automatenpiel ist für uns also ein zusätzlicher Vertriebskanal dieses Contents – eine Ergänzung zum Kerngeschäft.

Online-Glücksspiel ist für Sie Neuland. Wie darf man sich diesen Einstieg vorstellen?

Bagus: Sehr intensiv und arbeitsreich. Denn man beginnt zunächst schon mit einem weißen Blatt Papier. Aber wir haben ein Top-Team zusammengestellt. Und zum Glück können wir auch auf ein breites Know-how im Online-Glücksspiel bei unserem Mutterkonzern zurückgreifen, der international in legalen Märkten sehr erfolgreich aktiv ist. Aber klar: Vieles war für uns tatsächlich Neuland.

Welche technischen Lösungen nutzt man? Vor allem die mobile Nutzung unseres Angebotes für die Spielgäste stand da im Vordergrund. Was kann man selbst umsetzen? Wofür braucht es externe Partner? Wie gestaltet man eine sichere Zahlungsabwicklung? Wie sorgen wir auch online für hochwertige Standards im Spieler- und Jugendschutz? Wie bereitet man die Lizenzbewerbung vor? All das waren Fragen, die uns umgetrieben haben.

Haben Sie Ihre Lizenzbewerbung bereits eingereicht?

Bagus: Für den Einstieg werden wir uns bei der vorübergehend dafür zuständigen Behörde – der Glücksspielaufsicht in Sachsen-Anhalt – um eine deutsche Lizenz bewerben und bereiten alle hierfür nötigen Unterlagen vor. Vom Sozialkonzept, das wir mit der Gesellschaft für Spielerschutz und Prävention erarbeiten, bis hin zu technischen Dokumentationen.

Wann die Lizenz erteilt wird, ist aktuell nicht absehbar. Zumal die für die Lizenzerteilung schlussendlich zuständige Gemeinsame Glücksspielbehörde der Länder erst im Aufbau und noch nicht arbeitsfähig ist. Selbstverständlich halten wir uns auch in dieser Übergangszeit an alle Regeln des neuen Glücksspielstaatsvertrags für ein legales Angebot ab 1. Juli 2021 – wie etwa die Spieler-sperre oder ein Einzahlungslimit.

Wo sehen Sie das Online-Angebot der LÖWEN-Gruppe in den kommenden Jahren?

Bagus: Wir starten mit dem besten Online-Glücksspielangebot, das unter den derzeitigen Gegebenheiten und den strikten Regeln für legale Anbieter möglich ist. Wie erfolgreich wir in den kommenden Jahren sein werden, haben wir leider aber nicht nur selbst in der Hand. Denn die unfaire Konkurrenzsituation mit illegalen Anbietern besteht ja fort. Die verschwinden nicht einfach. Entscheidend wird also auch das Vorgehen der staatlichen Aufsichtsbehörden gegenüber illegalen Anbietern sein – also ein wirksamer Vollzug. Die Zeit wird auch zeigen, ob es im Rahmen der gegenwärtigen Regelungen gelingt, mit einem attraktiven legalen Angebot dem illegalen etwas entgegenzusetzen.



H
C

9 Jakob-Heinz-Straße/Armenia
über Universität/Campus

70 Neustadt
Straßenbahnamt

71 Gonsenheim
TSV Schott Mainz

book
drive

Parkplatz Schloss

Informational display area containing a yellow notice and a bus schedule table.

Linie	Uhrzeit	Uhrzeit	Uhrzeit
9	06:00	07:00	08:00
9	08:00	09:00	10:00
9	10:00	11:00	12:00
9	12:00	13:00	14:00
9	14:00	15:00	16:00
9	16:00	17:00	18:00
9	18:00	19:00	20:00
9	20:00	21:00	22:00
9	22:00	23:00	24:00

EPILOG

Wenn es stimmt, dass wir aus einer Krise besonders gut lernen können, war das vergangene Jahr eine sehr harte Schule. Es stellte uns gesellschaftliche und moralische Fragen, auf die es keine einfachen Antworten gibt: Welche Einschränkungen von Grundrechten sind unter welchen Voraussetzungen zumutbar? Was ist uns als Gesellschaft wichtig? Wo stehen Werte in Konflikt zueinander? Und wie werden diese Konflikte aufgelöst? Was muss verhandelt werden, und was ist nicht verhandelbar?

Diese Diskurse zu führen ist anstrengend. Es ist aber Aufgabe einer pluralistischen Gesellschaft und der Politik, die sie repräsentiert. Sowohl Politik als auch Bürger und Unternehmen müssen sich in diesem Aushandlungsprozess so stark wie vielleicht noch nie in der Geschichte dieses Landes auf die Bereitstellung wissenschaftlicher Erkenntnisse verlassen. Akzeptierte man zu Beginn der Pandemie noch sehr große Unsicherheiten, ist heute klar, dass viele als alternativlos verkaufte Gewissheiten in Wahrheit Werturteile über unterstellt unmündige und unvernünftige Bürger und Unternehmen waren. Nichts aber ist für den Zusammenhalt und die Zuversicht in der Bevölkerung gefährlicher als Ideologie, die als Wissenschaft verkauft wird.

Wenn Politik den Realitätscheck verweigert

Wir kennen dieses Phänomen der als Pseudo-Evidenz getarnten Verachtung für Spielgäste und Glücksspielanbieter in der Regulierungsdiskussion seit vielen Jahren. Hier bestimmen nach wie vor wissenschaftlich längst widerlegte Glaubenssätze das Handeln. Dass mehr Angebot zu mehr Problemen führt, ist zum Beispiel solch ein Dogma. Wir bei LÖWEN ENTERTAINMENT haben hingegen seit Langem erkannt: Nur wer Probleme wissenschaftlich fundiert erklärt, kann sie auch gesellschaftlich verantwortlich lösen.

Von dieser Erkenntnis ist Politik – sowohl in der Pandemiebekämpfung als auch in der Glücksspielregulierung – in Teilen noch weit entfernt. Wissenschaft wird nur dann zitiert, wenn sie in das eigene Weltbild passt. So sind allein in Baden-Württemberg 8.000 Arbeitsplätze durch eine völlig realitätsferne, wissenschaftlich bewiesene sinnfreie

regulatorische Abstandsvorgabe für Spielhallen, die mit Umsetzung des Glücksspielstaatsvertrags im Juli 2021 in Kraft treten soll, akut bedroht. Verbundspielhallen werden als gefährlich diffamiert und gleichzeitig Online-Casino-Angebote flächendeckend erlaubt. Selbst der staatliche Lottomonopolist will Online-Spielautomaten anbieten.

Wir erleben die Renaissance staatlicher Willkür

Diese realitätsverweigernde Haltung spiegelte sich auch in der irreführenden Debatte um die Systemrelevanz von Industrien in der Pandemie wider. Die Frage ist dabei nicht, was relevant ist, sondern, welches System die politischen Akteure in Wahrheit im Sinn haben. Denn tatsächlich ist in einer sozialen Marktwirtschaft alles, was am Markt besteht, relevant für das System; auch das Konzert, der Bowling-Abend oder der Besuch in der Spielhalle – es bedient eine Nachfrage und damit Bedürfnisse von Menschen.

Die kleinen menschlichen Alltagsfreuden zu negieren, für irrelevant oder minderwertig zu erklären und ihrer marktwirtschaftlichen Befriedigung prohibitiv zu begegnen, ist Ausdruck einer gefährlichen Ideologie. Denn sie konterkariert das eigene, offenbar nur vorgeschobene Ziel des Spielerschutzes. Millionen von Menschen konsumieren Glücksspiel. Schon immer. Die Versuche, mit Verboten dagegen anzugehen und legale qualitative Angebote zu marginalisieren, stärken immer nur den Schwarzmarkt und das illegale, unkontrollierte Spiel.

Die Folgen und Nebenwirkungen solcher Verbote sind spätestens seit der amerikanischen Prohibition bekannt. Wem das egal ist, der muss sich den Vorwurf gefallen lassen, nicht nur nichts zu lernen, sondern nichts lernen zu wollen.

Dr. Daniel Henzgen
Mitglied der Geschäftsleitung
Bevollmächtigter für Politik und Außenbeziehungen
LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH



REPORTING

Mit der Corporate Responsibility-Berichterstattung gibt die LÖWEN-Gruppe Einblicke in ihre unternehmerische Strategie, in Haltung und Handeln unter Berücksichtigung der ökologischen und sozialen Dimensionen der Nachhaltigkeit.

Im Rahmen dieses gedruckten Berichts werfen wir Schlaglichter auf ausgewählte Bereiche unserer Geschäftstätigkeit und die Herausforderungen des vergangenen Jahres. Wir nehmen uns darin die Freiheit, unternehmerische Verantwortung sowie Entwicklungen in der Branche und übergeordnete gesellschaftliche Themen aus anderen Perspektiven zu beleuchten.

Diese offenere Form der CR-Berichterstattung wird komplementiert durch ein standardisiertes Rahmenwerk, mit dem wir die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft sowie die Chancen und Risiken, die sich damit verbinden, offenlegen. Dafür berichtet die LÖWEN-Gruppe seit 2016 jährlich nach dem Reportingstandard des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) – als erstes und nach wie vor einziges Unternehmen der Branche.

Warum DNK – Stakeholderinteresse und Eigenantrieb

Indem wir nach festen, vorgegebenen Kriterien und auf der Grundlage eines anerkannten Rahmenwerks Auskunft geben, liefern wir nachvollziehbare Belege für verantwortliches unternehmerisches Handeln.

Auch diese Offenlegung begreifen wir als Teil unserer Verantwortung. Wir berichten, was wir unter „Corporate Responsibility“ verstehen und was die aus unserer Sicht wesentlichen Themen sind, die sich aus dem Produkt und dem Geschäftsumfeld ergeben, welche Ansätze wir verfolgen, welche Ziele wir ableiten und in welche Maßnahmen wir sie übersetzen.

Diese Kontinuität der Berichterstattung nach dem DNK-Standard wollen wir fortführen. Die digital zugängliche DNK-Erklärung der LÖWEN-Gruppe bildet weiterhin den datengestützten und inhaltlich detaillierten Teil des Reportings ab und garantiert die hohe Qualität und Vergleichbarkeit der Berichterstattung.



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex
Berichtsjahr 2020

- Der DNK ist ein 2011 von der Deutschen Bundesregierung ins Leben gerufener Transparenzstandard für Nachhaltigkeitsberichterstattung.
- Er fragt auf Basis von 20 Kriterien und zugehörigen Leistungsindikatoren nach der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens, nach abgeleiteten Zielen und Maßnahmen sowie nach Ressourcen- und Naturverbräuchen.

LÖWEN-GRUPPE AUF EINEN BLICK

Die LÖWEN-Gruppe

Die Unternehmen der LÖWEN-Gruppe stehen seit über 70 Jahren für Unterhaltung auf höchstem Niveau, Qualität, Service und Innovation. Sie bilden von Multigamern und Cash-Management-Systemen bis hin zu einem staatlich konzessionierten Spielhallen- und Sportwettenangebot alles ab.

Gaming Technology

LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH, Bingen am Rhein und Rellingen

LÖWEN ENTERTAINMENT ist das traditionsreichste Unternehmen der deutschen Geldspielbranche. Seine Geschichte reicht bis ins Jahr 1949 und damit zu den Anfängen der Branche zurück. Das Unternehmen ist Entwickler und einer der führenden Hersteller von Geldspielgeräten in Deutschland. Moderne Cash-Management-Lösungen der Marke NOVO Cash, E-Dartgeräte und Home-Soccer ergänzen das Produktportfolio. LÖWEN ENTERTAINMENT ist Muttergesellschaft der LÖWEN-Gruppe und Teil des NOVOMATIC AG-Konzerns, eines der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt.

Zu LÖWEN ENTERTAINMENT gehört außerdem die Tochtergesellschaft NOVO Data Solutions, die Softwarelösungen für die Vernetzung von Spielgeräten und Zutrittskontrollsystemen in Spielhallen und der Gastronomieaufstellung vertreibt und betreut.

Die Geschäftsführung von LÖWEN ENTERTAINMENT bilden Christian Arras (Vorsitzender), Oliver Bagus, Martin Moßbrucker und Martin Restle. Uwe Christiansen hat den Vorsitz im Aufsichtsrat inne.

Gaming Operations

ADMIRAL ENTERTAINMENT GmbH, Pfullendorf

Unter der Marke ADMIRAL ist die LÖWEN-Gruppe mit über 520 Standorten einer der größten Betreiber staatlich konzessionierter Spielhallen in Deutschland. Hinter der Marke steht ADMIRAL ENTERTAINMENT in Pfullendorf. Das 1966 gegründete Unternehmen betreibt Geldspiel- und Unterhaltungsgeräte in eigenen Spielhallen sowie in Gastronomiebetrieben in ganz Deutschland. Seit 2009 gehört das Unternehmen als Tochtergesellschaft von LÖWEN ENTERTAINMENT zur LÖWEN-Gruppe und beschäftigt rund 3.000 der 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gruppe.

NOVO INTERACTIVE GmbH, Rellingen

NOVO INTERACTIVE vereint alle Online-Glücksspielangebote der LÖWEN-Gruppe unter einem Dach. Seit 2017 bietet NOVO INTERACTIVE unter der Marke ADMIRALBET Online-Sportwetten an. Das Unternehmen mit Sitz in Schleswig-Holstein zählt zu den ersten, die eine deutsche Lizenz zum Veranstalten von Sportwetten erhalten haben. Zum 1. Juli 2021 erweitert NOVO INTERACTIVE unter der Marke NOVOLINE sein Online-Angebot außerdem um das virtuelle Automatenspiel.

Der Umsatz der LÖWEN-Gruppe betrug im Berichtsjahr konsolidiert

469,5
Millionen Euro.

Die LÖWEN-Gruppe entwickelt, produziert und betreibt Geldspielgeräte. Seit seiner Gründung

1949

steht das Technologieunternehmen für Innovation und Qualität im Spiel.

Dazu trugen

4.176

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei (zum Stichtag 31.12.2020).

Hinzu kamen wiederholte Überprüfungen in 356 Spielhallen im Rahmen von Rezertifizierungen und Überwachungsaudits. Insgesamt sind damit aktuell etwa

Im Berichtsjahr wurden über

38

ADMIRAL Spielhallen erstmalig zertifiziert.

435

Spielstätten vom TÜV Rheinland zertifiziert.

LÖWEN ENTERTAINMENT betreibt eine eigene E-Tankstelle in Bingen, die mit

100 Prozent

Naturstrom gespeist wird.

Zu den 658 Teilnahmen an Präsenzs Schulungen kamen

13.822

Teilnahmen an E-Learning-Schulungen im Berichtsjahr. Schulungsinhalte sind die Themen Suchtprävention, Spielerschutz und Sicherheit. Das Modul Infektionsschutzbelehrung wurde bereits 2018 als Schwerpunkt neu hinzugefügt.

63

Hygienebeauftragte entwickelten Sicherheitsmaßnahmen und Vorkehrungen, setzten diese dezentral in den Abteilungen um und schulten Kolleginnen und Kollegen ihrerseits weiter.

Der Energieverbrauch der LÖWEN-Gruppe betrug 2020

7.560

MWh weniger als im Vorjahr.

Mit der eigenen Photovoltaik-Anlage in Bingen wurden im letzten Jahr

140

MWh Strom

selbst erzeugt. Das entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Einsparung von rund 74 Tonnen CO₂.

Etwa

170

Hybrid-Fahrzeuge werden als „Springer-Fahrzeuge“ für die Spielhallen-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter bei ADMIRAL ENTERTAINMENT genutzt.

Arbeiten in Zeiten der Pandemie – das bedeutet auch mehr Homeoffice und digitale statt persönliche Meetings. Allein im zweiten Halbjahr 2020 gab es in der LÖWEN-Gruppe über

4.000

Digital-Meetings.

Impressum

Herausgeber
LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH
Saarlandstraße 240
55411 Bingen am Rhein
+49 6721 4070
info@loewen-gruppe.de
www.loewen-gruppe.de

Ansprechpartner
für Fragen zum Bericht
Dr. Daniel Henzgen,
Mitglied der Geschäftsleitung
Bevollmächtigter für Politik
und Außenbeziehungen

Text und Beratung
BCC Business Communications
Consulting GmbH
www.bcc-ffm.de

Konzeption und Umsetzung
Baxter & Baxter
Werbeagentur GmbH
www.baxterundbaxter.de

Fotos
Torsten Silz
Heike Rost (Seite 40/41)

Stand: Mai 2021



LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH
Saarlandstraße 240
55411 Bingen am Rhein
+49 6721 4070
info@loewen-gruppe.de
www.loewen-gruppe.de



ADMIRAL ENTERTAINMENT GmbH
Theuerbach 30
88630 Pfullendorf
+49 7552 92860
info@admiral-entertainment.de
www.admiral-games.de



NOVO INTERACTIVE GmbH
Adlerstraße 48 – 56
25462 Rellingen
+49 4101 5155555
info@novo-interactive.de
www.novo-interactive.de

