

# Branchenagentur mit umfangreichem Portfolio

**Zwei&40 GmbH:** Die Vielfalt von Dienstleistungen, die zwei&40 in fast 20 Jahren aufgebaut hat, sucht innerhalb unserer Branche seinesgleichen. Automatenkäufer können zwischen vielen Schulungs-, Personal- und Marketingangeboten sowie Sozialkonzepten wählen. Die bekanntesten sind zweifellos Big Cash und Merlato.

**W**ir sind eine Marketing- und Unternehmensberatung, speziell für den Glücksspielsektor“, bringt es Patrick Waldeck auf den Punkt.

Er ist zusammen mit seinem Vater Frank Geschäftsführer der zwei&40 GmbH mit Sitz in Delmenhorst.

2005 ging es los mit der Marke „Big Cash“ und 40 Filialen in Niedersachsen. Standen anfangs Kugelschreiber, Aschenbecher und Tassen, die mit eigenem Branding versehen werden konnten, im Mittelpunkt, bietet das Unternehmen heute eine Fülle von Dienstleistungen für den gewerblichen Glücksspielsektor an.

„Mittlerweile haben wir uns verzehnfacht“, sagt Patrick Waldeck. Seit 2015 habe man sich von „Big Cash“ als zentralen Namen gelöst. Zwar werde diese Marke für die Spielhallenvermarktung auch weiterhin verwendet, doch seit 2015

bildet die zwei&40 GmbH die Dachagentur für Marken, wie zum Beispiel „Big Cash“, „Big Star“ und „Alea“. Weitere Unternehmen unter dem zwei&40-Dach sind zum Beispiel „Merlato“ und „spielhallenjobs.de“.

## Hilfe beim Marketing

Laut Patrick Waldeck nutzen etwa ein Drittel der Kunden eines dieser drei Labels „Big Cash“, „Big Star“ oder „Alea“, die restlichen zwei Drittel nutzen ihre eigenen Label. Letztere haben bereits einen starken regionalen Markenauftritt, schließen sich aber trotzdem dem Marketingverbund unter zwei&40 an und Waldeck und sein Team pflegen diese Labels genauso wie die „Big Cash“-gebrandeten Unternehmen.

„Das heißt in der Praxis, wir entwickeln die Marke weiter, bieten Außenwerbung und Merchandising



In der Zentrale der zwei&40 GmbH in Delmenhorst arbeiten insgesamt 24 Mitarbeiter.

unter dem jeweiligen Firmenbrand“, erläutert Waldeck.

„Einzelkämpfer“, die neu eröffnen, müssen demnach nichts neu erfinden. Zwei&40 bietet praktisch die Versorgung mit Werbemitteln und nimmt den Unternehmern damit nicht nur viel Arbeit ab, sondern spart für die Betriebe laut Waldeck Zeit und aufgrund der besseren Einkaufskonditionen viel Geld ein.

## Viele Dienstleistungen

„Es gibt keine zweite Agentur, die sich in dem Spielhallenmarkt so auskennt wie wir“, sagt der zwei&40-Geschäftsführer.

**Das Dachunternehmen zwei&40 baut auf fünf Säulen auf:**



Unter der Führung des Ehepaars Waldeck wächst die zwei&40 GmbH kontinuierlich. Theresa Waldeck setzt ihre Kraft bei spielhallenjobs.de ein. Rechts: Zum wiederholten Male hat das Bewertungsportal Proven Expert die Merlato GmbH als Top-Dienstleister ausgezeichnet.

## 1) Umsatzsteigerung/Marketing

- Neukundenmarketing, online und offline
- Bestandskundenmarketing
- Komplette Außendarstellung

## 2) Kostenersparnis

- günstige Einkaufskonditionen
- Kooperationen mit vielen marktführenden Unternehmen, wie zum Beispiel Coca-Cola, Audi, Red Bull

## 3) Spielerschutz

- Sozialkonzepte für Spielhallen und Wettvermittlungstellen

## 4) Personal

- Unterstützung bei der Personalbeschaffung
- Seminare auch außerhalb der Präventionsschulungen

## 5) Community

- Die Big Cash-Mitglieder werden regelmäßig zusammengebracht, sei es im Rahmen der Jahreshauptversammlung, Stammtische, Branchenkreise, Messereien, die eigene Messe Casinowelten.

„Wir legen einen großen Wert auf den offenen Austausch der Mitglieder“, sagt Waldeck.

Alle genannten Vorteile sind exklusiv den Big-Cash-Mitgliedsunternehmen vorbehalten.

„Wir haben drei Leistungen, die auch Nicht-Mitglieder buchen können. Dabei handelt es sich um spielhallenjobs.de, Merlato und das neue Produkt micast, Werbung und Informationsvermittlung über Digital Signage“, erläutert Waldeck.

### Wachsendes Portfolio

Das Portfolio wächst seit Beginn kontinuierlich. Beispielsweise wurde 2010 die Merlato GmbH gegründet, bei der von Beginn an das Thema Spielerschutz im Mittelpunkt stand. Die Kerndienstleistung bei Merlato



Piet-Hein Simon (l.) leitet den Merlato-Außendienst und Patrick Waldeck ist der Mastermind hinter Marken, wie Big Cash und Merlato.

sind Sozialkonzepte und Präventionsschulungen.

#### Merlato im Überblick:

- Gründung 2010
- Betreuung von 1 350 Standorten
- über 50 000 Teilnehmer an Schulungen
- Neun Mitarbeiter plus zehn Trainer
- enge Kooperation mit Kanzlei Böhm & Hilbert
- ISO 9001-zertifiziert

Merlato bietet ein „Rundum-Sorglos-Paket“ für Spielhallen und Wettbüros. Piet-Hein Simons, Leitung Außendienst, erklärt, dass dieses Paket nicht nur das Sozialkonzept enthält, folgende Zusatzleistungen sind bei einer Mitgliedschaft ebenfalls inklusive:

- Dokumentationsberichte
- automatische Aktualisierung des Sozialkonzeptes
- Aushänge für den Standort
- Beratung
- Unterstützung im Bereich Arbeitsrecht / kostenfreie Rechtsberatung
- E-Learning-Angebote
- Hygienekonzept
- Sonderpreis auf das Handbuch Zertifizierung
- OASIS-zertifizierte Zugangskontrolle
- Merlato-Spielerschutzportal
- Informationsveranstaltungen

Simons betont, dass Merlato, bei der Konzeption der Sozialkonzepte besonders auf folgende Punkte

achte: Verständlichkeit, Praxistauglichkeit, richtige Schwerpunkte und Aktualität.

„Die zwei&40 GmbH hat ein sehr breites Portfolio an Dienstleistungen. Merlato ist Spielerschutz pur“, betont Simons.

Laut Waldeck mache der Bereich Spielerschutz ein Fünftel der Gesamtleistung des Unternehmens aus.

Die neueste Leistung, die unter dem zwei&40-Dach angeboten wird, ist spielhallenjobs.de.

Seit 2019 helfen die Marketing-Experten aus Delmenhorst ihren Kunden Spielhallenpersonal über die sozialen Medien zu engagieren.

„Wir haben bereits jetzt pro Jahr etwa 6 000 Bewerber. Die Personalsuche über Facebook und Instagram, vor allem im ländlichen Raum funktioniert sehr gut“, legt Waldeck dar.

Der Baustein spielhallenjobs.de zeige zudem, dass Kundenanregungen bei zwei&40 professionell in die Tat umgesetzt werden.

„Mit der Ansprache über soziale Medien erreichen wir auch eine andere Bewerbergruppe als über die klassische Zeitungsannonce“, erläutert Piet-Hein Simons.

Und gutes und zufriedenes Personal wirke sich auch wiederum positiv auf den Umsatz aus, ergänzt Waldeck.

Weitere Dienstleistungen rund um Spielhallen und Wett-Shops seien bereits in Planung. □