



**zwei&42** Digital Signage System

# Instore-Marketing der Zukunft

Mit dem „Micast“ präsentiert zwei&40 ein eigenes System für digitale Werbung in Spielhallen. Was hinter der Lösung steckt und welche Vorzüge sie in der Praxis bietet, erklärt uns Geschäftsführer Patrick Waldeck im Interview.

## Was ist der Micast?

Micast bringt digitale Inhalte auf Bildschirme und eignet sich besonders für digitale Werbung in Geschäften, beispielsweise in Spielhallen. Das ist die Zukunft im Instore-Marketing. Unsere Lösung umfasst einerseits ein eigens entwickeltes Betriebssystem mit einer unabhängigen und stabilen Software, „made in Germany“. Wichtig war für uns eine sichere Server-Struktur, die in Deutschland ansässig ist. Außerdem ist High-Performance-Hardware inklusive. Die Rechenleistung reicht aus, um komplexe 3D-Videos flüssig darzustellen. Gleichzeitig ist die der Mini-PC so kompakt, dass er einfach hinter dem Bildschirm oder in der Zwischendecke der Spielhalle platziert werden kann. Mittlerweile nutzen einige hundert Filialen das Micast System.

## Wie steuert man das System?

Ein wichtiger Punkt für uns war bei der Entwicklung, dass unsere Kunden alle



**„Digitale Kundeninformationssysteme eignen sich, um immer wieder attraktive Werbeinhalte zu zeigen“**

**Patrick Waldeck,  
Geschäftsführer zwei&40**

Standorte auf einen Blick vom Büro aus steuern können. Zahlreiche Lösungen sind so konzipiert, dass ein USB-Stick mit Inhalten gefüllt werden und physisch eingesteckt werden muss. Dies empfanden wir als sehr unkomfortabel, weshalb unser System komplett online zu bedienen ist. Besonders hervorzuheben ist die Benutzerfreundlichkeit des Systems. Der Kunde kann für jeden seiner Standorte entweder individuelle, separate Inhalte schalten, oder auch Playlists erstellen. Das funktioniert über eine Webseite, die vom PC, iPad oder auch vom Mobiltelefon aufgerufen werden kann.

## Welche Inhalte können mit dem Micast kommuniziert werden?

Hinsichtlich der darstellbaren Inhalte starteten wir vor gut 5 Jahren zunächst mit den Grundfunktionen für die Anzeige von Standbildern und Videos sowie der Wetteranzeige und der aus dem früheren „Star Entertainer“ bekannten Geräte-Hitliste. Unser Entwickler-Team arbeitet täglich daran, neue Funktionen zu implementieren, wie beispielsweise zeitliche Steuerung von Aktions-Inhalten, Anbindung von GEMA-freien Musikkanälen oder auch einfache Radiospots, die in der Spielhalle automatisiert ausgespielt werden können. Beliebte Inhalte sind zum Beispiel Ankündigungen von neuen GGSG, Speise- und Getränkekarten, Hinweise auf E-Zigaretten, Spielerschutzhinhalte, wie etwa Hinweise auf die OASIS-Spielersperre, aber auch unverfängliche Botschaften, die zu verschiedenen Tageszeiten ausgespielt werden können. Viele unserer Kunden nutzen die Systeme auch für Hinweise auf zum Beispiel das Rauchverbot oder die Öffnungszeiten. Zahlreiche Inhalte sind bereits im System hinterlegt, jeder Nutzer kann aber auch eigene Inhalte hochladen und nutzen. Man kann im Grunde

beliebig viele Playlists anlegen und diese in einem oder mehreren Standorten verwenden.

## Was ist bei der Kundenansprache zu beachten?

Eine sehr wichtige Zielgruppe im Spielhallenbereich sind die Stammgäste. Um auch dieser Gruppe immer wieder attraktive Werbeinhalte zu zeigen, eignet sich ein digitales Kundeninformationssystem sehr. Im Idealfall werden Werbeaktionen im „Multi-Channel“-Verfahren umgesetzt, das heißt, dass dieselbe Aktion auf verschiedenen Plattformen gezeigt wird. Wenn sich unsere Kunden entscheiden, eine Werbeaktion in den sozialen Medien zu schalten, wie beispielsweise über Instagram-Reels, dann bieten wir immer die Möglichkeit, dieselbe Aktion auch in verschiedenen Formaten zu verwirklichen, sodass die Social Media Kampagne auch auf Google Business hochgeladen werden kann und dann eben auch im Standort über die eigenen Bildschirme in Verbindung mit Micast zu sehen ist. | nc |