



Markenbildung | zwei&40

„Die Spielhalle als Bühne“

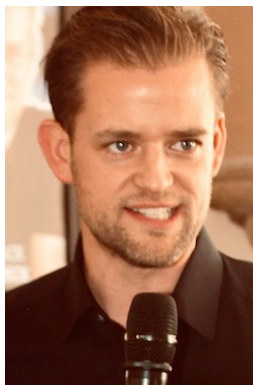
Markenbildung ist Spielhallen heute unerlässlich. Dabei kommt es auf ein Gesamtkonzept aus Möbeln, Instore-Marketing und vielen weiteren Komponenten an. Marketing-Experte Patrick Waldeck, Geschäftsführer bei zwei&40, erklärt im Interview, wie auch kleine und mittelständische Unternehmen profitieren können.

Herr Waldeck, wie setze ich meine Spielhalle heute wirkungsvoll in Szene und positioniere sie als Marke?

WALDECK: Der wichtigste Punkt ist: Eine Spielhalle ist kein Aufstellort von Geräten, sondern ein Markenraum. Viele investieren in Böden, Licht oder Möbel – das ist richtig. Aber entscheidend ist das Gesamtkonzept. Der Gast muss spüren, dass hier eine klare Linie verfolgt wird. Marke entsteht nicht durch Dekoration, sondern durch konsequente strategische Ausrichtung.

Welche Rolle spielt dabei das Instore-Marketing?

WALDECK: Eine zentrale. Die Markenbildung findet innerhalb der Filiale statt. Dort hält sich der Gast auf, dort entscheidet sich, wie professionell ein Betrieb wahrgenommen wird. Instore-Marketing bedeutet, den Raum aktiv zu bespielen: Orientierung schaffen, Angebote sichtbar machen, Emotionen erzeugen.



Wer diesen Bereich vernachlässigt, verschenkt enormes Potenzial.

Viele sprechen aktuell über Digital Signage. Was steckt konkret dahinter?

WALDECK: Digitale Kundeninformationssysteme, wie unser Micast-System, sind weit mehr als bewegte Plakate. Richtig eingesetzt sind sie ein Steuerungsinstrument. Sie transportieren Imagefilme, kommunizieren Aktionen, erklären Spielsysteme, präsentieren Serviceangebote und natürlich auch Informationen zum Spielerschutz. Gleichzeitig strukturieren sie den Raum. Der Gast erkennt sofort: Hier gibt es ein durchdachtes Konzept.

„Wer Instore-Marketing vernachlässigt, verschenkt enormes Potenzial.“

Patrick Waldeck, Geschäftsführer zwei&40

Ist das nicht nur ein Trend für große Betriebe?

WALDECK: Nein. Gerade kleinere und mittelständische Unternehmer profitieren davon. Digitale Inhalte lassen sich flexibel anpassen, tageszeitabhängig steuern und standortübergreifend ausrollen. Kampagnen und Inhalte lassen sich zentral steuern. Das stärkt die Dachmarke und erhöht die Professionalität – unabhängig von der Betriebsgröße.

Digitale Werbung für die Spielhalle

Der „Micast“ ist die Digital-Signage-Lösung von zwei&40. Er bringt digitale Inhalte auf Bildschirme und eignet sich damit für digitale Werbung in Geschäften, beispielsweise in Spielhallen. „Das ist die Zukunft im Instore-Marketing“, ist sich Geschäftsführer Patrick Waldeck sicher. Die Rechenleistung reicht aus, um komplexe 3D-Videos flüssig darzustellen. Gleichzeitig ist der Mini-PC so kompakt, dass er einfach hinter den Bildschirmen oder in der Zwischendecke der Spielhalle platziert werden kann. Bedient wird das System komplett online. Alle Standorte können von Büro aus auf einen Blick gesteuert werden. Nutzer können dabei für jeden 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.



händig steuern und standortübergreifend ausrollen. Kampagnen und Inhalte lassen sich zentral steuern. Das stärkt die Dachmarke und erhöht die Professionalität – unabhängig von der Betriebsgröße.

Bringt das auch messbare wirtschaftliche Vorteile?

WALDECK: Absolut. Digitale Bewegtbildkommunikation erhöht die Wahrnehmung von Angeboten deutlich stärker als statische Aushänge. Aktionen, Getränke specials oder Events werden präzenter wahrgenommen. Das wirkt sich auf Verweildauer und Zusatzumsätze aus. Wichtig ist allerdings eine strategische Content-Planung. Zufällige Inhalte ohne klare Linie bringen wenig.

Ihr Fazit für Unternehmer, die ihre Spielhalle stärker profilieren möchten?

WALDECK: Wer langfristig erfolgreich sein will, muss seine Spielhalle als Bühne verstehen. Jede Fläche ist ein Kontaktpunkt, jeder Bildschirm eine Markenbotschaft. Instore-Marketing – insbesondere durch intelligente Digital-Signage-Lösungen – ist kein Zusatz, sondern ein Erfolgsfaktor. Es verbindet Atmosphäre mit Strategie und Gestaltung mit wirtschaftlichem Mehrwert. Genau das macht aus einer gut ausgestatteten Spielhalle eine echte Marke. | nc |

zwei&40 · Tel. 04221 998950 · zweiund40.com