

Double You

Spezialisten, die den Blick über den Tellerrand unserer Branche wagen

Besonderen Lösungen und Produkten haben sich die Entwickler bei Double You verschrieben. Das Unternehmen widmet sich jetzt neben Platinen verstärkt Produkten für das Marketing in Spielstätten. Auch ein eigenes Spielgerät ist in Planung.

„Ein Jackpot ist keine Geldverschenkungsmaschine, sondern ein Promotioninstrument. Ein Gerät, um Stammkunden für ihre Treue zu belohnen und neue zu gewinnen. Unternehmer haben nichts zu verschenken, und wer immer noch denkt, eine Jackpotausschüttung ist herausgeworfenes Geld, hat nichts von Kundenbindung und Marketing verstanden.“

Deutliche Worte findet Marco Wolfram, Geschäftsführer von Double You, wenn es um den Einsatz von Jackpotaanlagen in Spielstätten geht. Der 35-jährige Hamburger Unternehmer wirbt für ein umfassendes Marketing rund um Geld-Gewinn-Spiel-Geräte. Allein die Geräteauswahl sei kein Erfolgsgarant.

So hat sein Unternehmen schon seit vier Jahren mit der Entwicklung und dem Vertrieb des Jack-for-all-Systems auf Verlosungs- und Kundenbindungssysteme gesetzt.

Jetzt hat Double You ein Promotioninstrument entwickelt, das die Technik des Rabattsystems Pep von Teschma nutzt und ergänzt.

„Mit dem CashPep erweitern wir Pep um einen Tages- und einen Monats-Jackpot“, sagt Wolfram. „Auf diese Art erhält der Unternehmer ein umfangreiches Promotion- und Marketinginstrument für seine Spielstätte, ohne doppelt investieren zu müssen. Außerdem hat unser Jackpotsystem den großen Vorteil, dass es speziell Stamm- und Vielspieler bindet und ein zusätzliches Spannungselement bietet.“

Wenn sich nach einer Stunde Spiel der Gast an der Auszahlinheit



Hier in der Werkstatt der Hamburger Firmenzentrale entstehen die ersten Prototypen.

Pep-Master seinen Rabatt ausgeben lässt, startet mit CashPep die Jackpotausspielung. Auf der Punktmatrixanzeige wird ein Walzenspiel simuliert. Bei fünf gleichen Glückssymbolen ist der Jackpot gewonnen. Bei Nichtgewinn wird der Verlosungsbetrag aufgestockt.

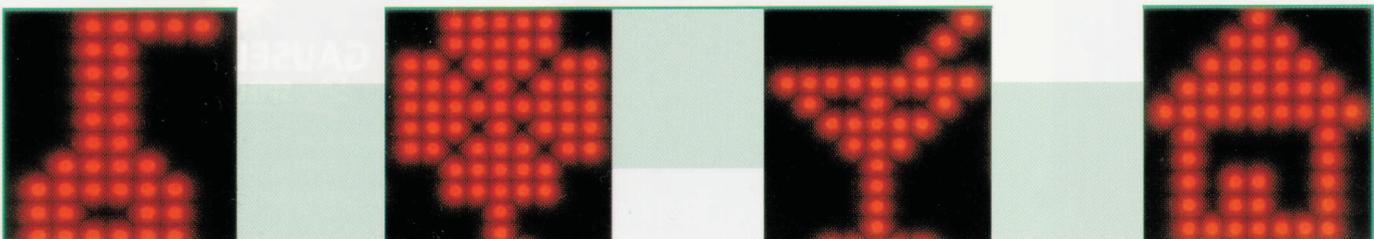
Stammspieler belohnen

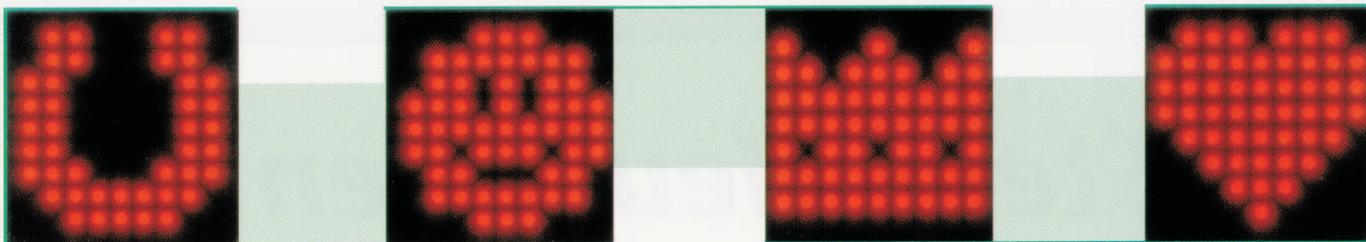
„Das virtuelle siebensekündige Walzenspiel steigert die Spannung und lässt den Jackpot zu einem echten Erlebnis werden“, erklärt der Geschäftsführer. „Die Sekunden zwischen Hoffen und Bangen geben den Gästen einen zusätzlichen Kick.“

Für den Tagesjackpot empfiehlt Wolfram aufgrund der Erfahrung aus der Praxis einen Auslösebetrag zwischen 20 und 80 Euro, der Monatsjackpot sollte den Gästen einen Bonus zwischen 100 und 500 Euro bringen.



Das Double You-Team (von links): Markus Katschinski, Frank Brohm, Jürgen Kleis, Detlef Meyer, Geschäftsführer Marco Wolfram und Karim Senoucci.





Es sei wichtig, weder zu kleinlich bei der Jackpotaufbuchung zu sein noch die Beträge in maßlose Höhen schnellen zu lassen, betont der Hamburger Unternehmer: „In der Praxis hat sich nach einer Stunde Spiel ein Rabatt von vier Euro bewährt. Der Jackpot sollte in Zwei-Euro-Schritten steigen. Dabei ist es wichtig, sich immer darüber bewusst zu sein, dass Tagesjackpots und Rabatte meist sowieso wieder verspielt werden. Das Geld bei diesen Verlosungs- und Rabattaktionen ist nicht verloren, sondern wird eingesetzt, um den Gästen ein besonderes Erlebnis zusätzlich zur reinen Automatenunterhaltung zu bieten.“

Natürlich muss die Teilnahme an der Jackpotverlosung auch Gästen ermöglicht werden, die nicht eine Stunde lang durchgehend an den Geldspielgeräten gespielt haben. Dies wird bei CashPep durch das Spielstättenpersonal geregelt, die dann die Verlosung starten.

CashPep ist bei Schneider und Walberer Automaten im Vertrieb. Auch schon am Markt befindliche Pep-Systeme lassen sich nachrüsten. Auf der IMA plant das Double You-Entwicklungsteam sein Kundenbindungssystem groß zu präsentieren. „Für die Messe in Nürnberg haben wir aber noch eine weitere große Überraschung geplant“, sagt Wolfram. „Bisher ist Double You als Entwicklungs- und Ideenschmiede bekannt, die vornehmlich herstellerübergreifend Platinen und Umbausätze entwickelt. Im Januar werden wir erstmals in unserer elfjährigen Firmengeschichte ein eigen-

entwickeltes Spielgerät präsentieren. Ich will noch nicht zu viel verraten, aber wir werden ein Produkt zeigen, das gleichzeitig Spielspaß bietet, Kunden bindet und den Kreislauf von Weiterspielmarken in der Spielstätte schließt. Damit sto-



Ben wir erneut in eine Marktlücke.“ Das sechsköpfige Team aus Computerspezialisten, Elektronikern und Automatentechnikern hat sich schon immer auf die Fahnen geschrieben, herstellerunabhängig technische Lösungen für den Automatenunternehmer zu finden, die es so noch nicht gibt, aber geben sollte. Große Erfolge habe man, nach eigenen Aussagen, zum Beispiel bei

der Euroumstellung von Kartenwendern und Fungames verzeichnen können.

Auch AgentMyst, eine Platine, die die Anbindung von Fungames aller in- und ausländischen Hersteller an den Mystery-Jackpot von Gauselmann ermöglicht, sei ein Verkaufsschlager, betont Wolfram: „Das ist die Stärke unseres Unternehmens. Wir finden heraus, wie der Automatenkaufmann seine Geräte noch effizienter einsetzen kann, und entwickeln dazu die entsprechenden Bauteile.“

In der Hamburger Zentrale des Unternehmens ist sozusagen das Ideen- und Konstruktionsbüro. Produktion und Vertrieb werden durch Kooperationspartner realisiert.

Ein gutes Beispiel hierfür ist auch die Entwicklung eines Einbausatzes, der es möglich macht, den Geldscheinakzeptor Smiley NV7 von Innovative Technologies in sämtliche Geld-Gewinn-Spiel-Geräte, gleich welches Herstellers, zu integrieren.

Für die Zukunft strebt Double You weitere Kooperationen mit Unternehmen in und außerhalb der Automatenbranche an. Wichtig sei vor allem der Blick über den Tellerand, betont Wolfram. Sich einfach nur mit dem abzufinden, was die großen Hersteller auf den Markt bringen, sei nicht sein Ding. Die kleinen, aber feinen Lösungen seien es, die den Arbeitsablauf und das Geschäft in den Spielstätten und an den Gastroaufstellplätzen entscheidend verbessern. Und die will er den Automatenkaufleuten mit seinem Produktangebot bieten.