

Hinter den Kulissen von jackpots.ch

jackpots.ch überzeugt 2024 mit einem eindrucklichen Plus im Bruttospielertrag (BSE) von über 13 %. Die neue App, frische Spielideen und clevere Gamification-Elemente wecken dabei nicht nur bei unterwegs spielenden Usern Interesse. Nathalie Haspel und Oliver Künzler geben Einblicke in die Erfolgsgeheimnisse der Plattform, berichten von spannenden Innovationen und zeigen, welche Trends das Online-Casino auch künftig auf Erfolgskurs halten.



Oliver Künzler und Nathalie Haspel im Grand Casino Baden



jackpots.ch hat 2024 ein sehr gutes Ergebnis erzielt, den Bruttospielertrag (BSE) um über 13 % gesteigert und damit deutlich besser abgeschnitten als der Schweizer Online-Casinomarkt insgesamt. Was sind die Gründe?

Nathalie Haspel:

Die Online-Casinos in der Schweiz laufen generell gut – das Spielen unterwegs mit dem Handy, Tablet und Laptop oder zuhause am Computer ist unverändert «in». Und mit der 2024 lancierten jackpots.ch-App, die im Apple Store gelistet ist, waren wir die ersten im Markt, was uns zusätzliche Aufmerksamkeit gebracht hat – und immer noch bringt.

Oliver Künzler:

Entscheidend für unseren Erfolg ist bestimmt auch das attraktive Spieleangebot. 2024 haben wir acht neue Spieleanbieter aufgenommen und unsere Kunden können – Stand Ende Dezember 2024 – aus etwa 2'300 Games wählen. Und durch die immer bessere Personalisierung der Spiele finden die Kunden auf jackpots.ch viel Abwechslung und Unterhaltung. Das ist wichtig, denn der Casinowechsel ist online deutlich häufiger als im landbasierten Geschäft.

Was macht jackpots.ch besser als die Konkurrenten?

Nathalie Haspel:

Wir versuchen technologisch und kreativ den Lead zu haben. Die jackpots.ch-App habe ich erwähnt. Zudem verfügen nur wenige Konkurrenten über ein Loyalty-Programm, das via Shop die Spieler mit Prämien belohnt. jackpots.ch war da der «First Mover». Und Ende 2024 hatten wir bereits 36 Spiele, die zum Online-Casino-Jackpot verlinkt sind und zusätzliche Gewinnchancen bereithalten. Das Wichtigste ist mir persönlich das coole Team und der gute Zusammenhalt. Wir unterstützen uns, wo wir können, und so entsteht ein besonderer Spirit.

Oliver Künzler:

Dank der CRM-Plattform von Gamanza verfügen wir über viele Loyalitäts- und Gamification-Mechanismen, die sehr beliebt sind. Dort sind Aufgaben zu lösen, Missionen zu erfüllen und es gilt Ranking-Programme hochzuklettern. Das Erledigen dieser Aufgaben wird belohnt, über Freispiele, Boni oder Prämien. Und was Nathalie zur Teamqualität gesagt hat, kann ich voll und ganz unterschreiben.



Im Dezember 2024 hat jackpots.ch bei der Kennzahl «aktive Spieler» einen neuen Bestwert aufgestellt. Der Anstieg gegenüber 2023 beträgt bemerkenswerte 17 %. Wie gelingt es jackpots.ch konstant neue Kunden anzuziehen?

Nathalie Haspel:

Wir haben die bekannten Spiele der wichtigsten Anbieter wie Greentube, Evolution oder Pragmatic im Angebot. Und jackpots.ch ist bekannt als Plattform mit einer Vielzahl an Entertainment-Games. Wichtig ist, die Kunden mit einem abwechslungsreichen Programm, zum Beispiel mit regelmässigen Spieltournieren zu verwöhnen.

Oliver Künzler:

Heute sind im Online-Gaming Animationen sehr wichtig. Die Spieler suchen nach technischen Innovationen und frechen Designs. Die Positionierung von jackpots.ch steht genau dafür. Dagegen verlieren die klassischen Slots an Beliebtheit und Anteilen.

Wie sucht ihr neue Spiele für jackpots.ch aus?

Nathalie Haspel:

Da gibt zwei wichtige Quellen. Einerseits werden Neuerscheinungen durch die Eidgenössische Spielbankenkommission (ESBK) gelistet und publiziert. Das ergibt eine gute Angebotsübersicht. Andererseits sind die wichtigen Anbieter und Entwickler an den internationalen Spielmessen präsent.

Oliver Künzler:

Wir kennen ja die Vorlieben und Bedürfnisse unserer Kunden und besuchen die Spielanbieter an den Messen mit klaren Vorstellungen. Es folgen Präsentationen der Spiele mit Live-Demonstrationen und Verhandlungsgespräche. Oft finden wir die Grundidee eines Games gut, aber wir wünschen uns zusätzliche Features oder allgemeine Anpassungen für den Einsatz bei jackpots.ch. Dann stecken der Anbieter und unsere Kollegen von Gamanza die Köpfe zusammen und besprechen die Möglichkeiten.



Streich ihr Spiele, die nicht (mehr) laufen auch wieder aus dem Angebot?

Nathalie Haspel:

Die Abgaben pro eingekauftes Spiel, das keine grosse Nachfrage erzielt, sind tief. Die Fees sind abhängig von der Häufigkeit des Abrufs. Aber jedes Spiel benötigt Zeit für die administrativen Arbeiten: für Kontrollen, Updates oder Backhand-Anpassungen. Deshalb nehmen wir Spiele auch wieder aus dem Programm, ja.

Oliver Künzler:

Spielthemen und -architekturen unterliegen Trends. Zum Beispiel gibt es Konzepte, die von Spielautomaten im landbasierten Casino adaptiert sind. Die werden vielfach von älteren Kunden gespielt. Jüngere Spieler kennen diese «klassischen» Spiele nicht, was dazu führt, dass die Nachfrage mit der Zeit zurückgeht.

Welche Rolle spielt Gamanza, die Technologie-Tochter der Stadtcasino Baden AG, für jackpots.ch?

Nathalie Haspel:

Die Zusammenarbeit mit Gamanza ist für jackpots.ch wichtig und wertvoll. Wir werden regelmässig mit neuen Features ausgestattet, die uns gegenüber den Online-Casinos ohne Gamanza-Unterstützung einen technischen Vorsprung ermöglichen. Und wir erhalten massgeschneiderte Lösungen, was ohne Softwareentwicklung im Partnerunternehmen schwierig wäre.

Oliver Künzler:

Wobei es wichtig zu sagen ist, dass die anderen fünf Schweizer Online-Casinos, die von Gamanza beliefert werden, keinen Nachteil uns gegenüber erfahren. Wir müssen uns manchmal genauso gedulden, bis wir unsere Aufträge erledigt bekommen, wie sie.

Inwiefern kommt ihr in eurem Arbeitsbereich bei jackpots.ch mit künstlicher Intelligenz (KI) in Berührung?

Nathalie Haspel:

Im administrativen Bereich spielt die KI beispielsweise im Marketing eine wichtige Rolle, hilft sie uns doch, den Einsatz unserer Werbemittel präzise und kosteneffizient zu planen. Im Weiteren erstellt die KI präzise Nutzerprofile und schlägt den Kunden darauf basierend neue Spiele vor.



Oliver Künzler:

Mittels KI können wir bei jackpots.ch wichtige Elemente eines Spiels generieren: seine Bildwelt und gewisse Charakteristiken, wie beispielsweise der allgemeine Beschrieb, also der Spielablauf, die Kategorien und die Volatilität. Die erhaltenen Vorschläge werden durch uns zuletzt verfeinert – und fertig.

Seid ihr beiden selbst Online-Gamer? Oder habt ihr durch euren Job bei jackpots.ch genügend Spielerei?

Nathalie Haspel:

Die Angestellten von jackpots.ch dürfen nicht in Online-Casinos um Geld spielen. Mir persönlich genügt die Arbeit bei jackpots.ch vollauf, ich habe keinen Bedarf an Casino-Spielen in meiner Freizeit.

Oliver Künzler:

Ich teste ja jedes Game, das wir bei jackpots.ch aufnehmen auf Herz und Nieren. So sind die Vorgaben der Eidgenössischen Spielbankenkommission (ESBK). Überprüft werden die Spielabläufe, die verschiedenen Bonuslevels, Belohnungsmechanismen und natürlich das Design und die Animationen. Game-Testing gefällt mir, aber am Ende des Arbeitstages ist dann auch mal gut.

