

Lotto informiert: Gelungene Premiere für Lotto-Partnertag

Rund 2.000 Vertriebspartner besuchten am Sonntag (16. November) den ersten Partnertag von Lotto Baden-Württemberg. Geschäftsführerin Marion Caspers-Merk begrüßte in der Messe Karlsruhe Annahmestellen-Leiter und -Mitarbeiter aus ganz Baden-Württemberg.



Geschäftsführerin Marion Caspers-Merk mit „Lotto-Prinz“ Chris Fleischhauer und dem Lotto-Maskottchen.

„Die Annahmestellen sind und bleiben der wichtigste Vertriebsweg für Lotto Baden-Württemberg“, betonte Geschäftsführerin Marion Caspers-Merk in ihrer Eröffnungsrede. So erziele das terrestrische Vertriebsnetz auch im Zeitalter mobiler Online-Anwendungen weit über 90 Prozent der Spieleinsätze im Südwesten. „Sie stehen täglich in Kundenkontakt, Sie bilden das Rückgrat von Lotto, Sie repräsentieren entscheidend unsere Marke“, erläuterte Caspers-Merk an die Vertriebspartner gewandt. Die Lotto-Annahmestellen setzten das erfolgreich um, was die Menschen von einem staatlich-seriösen Glücksspielanbieter erwarteten. Der Lotto-

Partnertag solle die Wertschätzung des Unternehmens gegenüber den Vertriebspartnern zum Ausdruck bringen. „Die heutige Veranstaltung ist ein klares Signal, dass wir auch zukünftig auf Sie setzen“, so die Lotto-Geschäftsführerin. Caspers-Merk betonte auch den wichtigen Infrastrukturauftrag der Annahmestellen: „Gerade im ländlichen Raum sind die Lotto-Annahmestellen ein wichtiger Anlaufpunkt für die Menschen und stellen oftmals die Versorgung sicher.“ Lotto sei bei der schwierigen Lage im Einzelhandel mit rückläufigen Umsätzen im Presse- und Tabakwarenverkauf eine elementare Stütze, die das gesamte Geschäft vielerorts erst profitabel mache. Hinzu komme die wichtige Rolle der Annahmestellen bei der Früherkennung und Prävention problematischen Spielverhaltens.□

Breites Informationsangebot



Reges Interesse der Annahmestellen-Leiter und -Mitarbeiter vor den einzelnen Ständen.

Den rund 2.000 Besuchern des Partnertages aus allen Regionen Baden-Württembergs bot sich in der Messe Karlsruhe ein breites Informationsangebot. An insgesamt 22 Ständen fanden die Teilnehmer Wissenswertes rund um Lotto & Co., spezielle Messeangebote und vor allem direkte Kontaktmöglichkeiten zum Austausch. Die Stuttgarter Zentrale stellte an sechs Ständen die Bereiche Vertrieb, Produkte, Terminaltechnik/Hotline, Kundenservice und Unternehmenskommunikation vor. ilo-proFIT, das gemeinsame Vertriebs-Tochterunternehmen der Lottogesellschaften Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland, präsentierte sich und weitere Partner an zwölf

Ständen. Mit der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva) und dem Baden-Württembergischen Landesverband für Prävention und Rehabilitation (BWLV) waren in Karlsruhe auch die etablierten Schulungs- und Präventionspartner von Lotto anwesend. Ebenso präsentierte sich der Verband der Toto- und Lotto-Verkaufsstellen in Baden-Württemberg den Besuchern. □

Fragerunde mit „Lotto-Prinz“ Chris Fleischhauer



Rund 2.000 Lotto-Vertriebspartner waren am Sonntag zu Gast in Karlsruhe.

Chris Fleischhauer, einer der beiden Moderatoren bei der Ziehung der Lottozahlen, gab Fragen von Seiten der Annahmestellen an Geschäftsführerin Marion Caspers-Merk weiter. Zur Sprache kamen dabei unter anderem die Themenbereiche Produkte, Lotto im Internet und Annahmestellen-Provisionen. Zuvor hatte Karlsruhes Oberbürgermeister Dr. Frank Mentrup die versammelte Lotto-Familie in der Fächerstadt herzlich willkommen geheißen.

Lotto-Partnertag wird fortgeführt

Nach der erfolgreichen Premiere in Karlsruhe soll der Lotto-Partnertag in den kommenden Jahren – ähnlich einer Tour – an weiteren Orten in Baden-Württemberg stattfinden. Die regionale Nähe soll dabei sicherstellen, dass möglichst jede der aktuell 3.250 Lotto-Annahmestellen im Land mindestens einmal am Partnertag teilgenommen hat.