

**BEWORBENES PRODUKT:**  
Die Casinos



## CREDITS

**Auftraggeber:** Casinos Austria AG

**Kommunikationsleitung:**  
Mag. Ines Benisch

**Agentur:** Strobelgasse

**Kontakt:** Mag. Gerd Babits (Bild)

**Kreation:** Jan Dirk Snel,  
Hans Bachmann, Phillip Schönholz,  
Christian Obkircher

**Mediaagentur:** Mediaselect

**Kontakt:** Tanja Marek

## FACTS

**Kommunikationsbudget:**

6,86 Millionen Euro

**Schaltzeitraum:**

Jänner bis Dezember 2006

**Zielgruppe:** 18- bis 48-Jährige

**Mediamix:** Print, TV, Radio, Internet

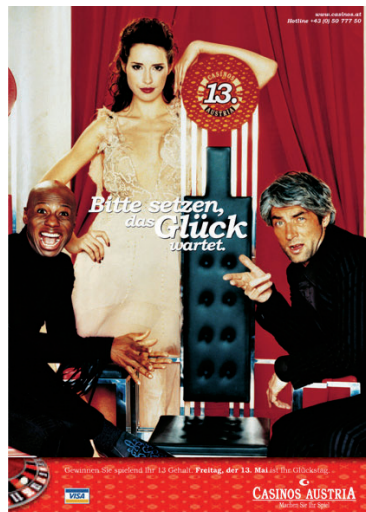
**Erstbesucher:** 448.791 (+ 16 %)

**Entreeinnahmen bei „13er“:**

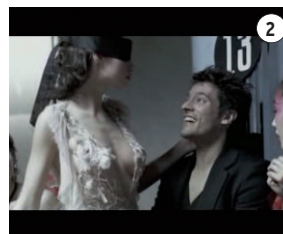
2,18 Millionen Euro (+ 14 %)

**Verkaufseinnahmen „Dinner & Casino“:**

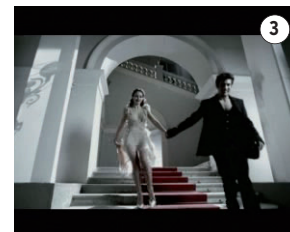
7,18 Millionen Euro (+ 12 %)



1 Printanzeige (links) und TV-Spot



2



3

# Glückspilze

Die Casinos Austria bescherten nicht nur ihren Gästen Glück, sondern auch sich selbst. Der heimische Glücksspielanbieter gewann einen EFFIE in Bronze.

Wie man mit der magischen Zahl 13 das große Los ziehen kann, zeigt der TV-Spot der Casinos: Eine mysteriöse junge Frau schwebt leichtfüßig und festlich gekleidet in einen prunkvollen Festsaal, wo sie bereits erwartet wird. Um sie herum sitzen Menschen auf Stühlen, die alle auf den Beginn der Zeremonie warten. Der jungen Frau werden die Augen verbunden und sie beginnt sich zu drehen. In dem Moment kommt auch der letzte Gast und nimmt auf dem Stuhl mit der Nummer 13 Platz. Die Dame stoppt ihren Reigen und fällt ausgerechnet dem Gast mit der Nummer 13 in die Arme. Glück muss man eben haben.

### Glücksritter

Oder gute Werbung. 2006 verzeichneten die Casinos Austria eine Steigerung bei ihren ErstbesucherInnen. 16 % mehr Menschen als 2005 be-

traten 2006 das erste Mal in ihrem Leben ein Casino Austria. Auch die Aktion „13er“ kam beim Publikum gut an. Hier konnten die Entree-Einnahmen um 14 % gesteigert werden. Am erfolgreichsten verlief allerdings die Aktion „Dinner & Casino Night“. Die Verkaufserlöse erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 33 % auf fast 570.000 Euro.

### Besonderes Ambiente

Ziel der Kampagne von Casinos Austria und Strobelgasse war es, die Marktposition zu stärken und trotz der boomenden Internetglücksspiele Gewinne zu generieren. Durch zielgruppenspezifische und aktionsorientierte Maßnahmen gelang es Casinos Austria, ihren Casinobesuchern ein exklusives Flair zu vermitteln. Wer will da nicht auch ein Glückspilz sein? ■