

Erlebnisswelten von Casinos Austria – Lowe GGK entwickelt neue Kampagne für das erfolgreiche österreichische Unternehmen

Die Kugel springt von Zahl zu Zahl, der Roulettekessel wird immer langsamer, die Spannung steigt. Rot oder Schwarz? Gerade oder Ungerade? An der Casino Bar feiert eine Gruppe ausgelassen ihre Sponsion, Lachen ertönt vom Black Jack Tisch – ein Croupier erklärt charmant das Spiel. Im Eventbereich begeistert ein Kabarettist und im Casino Restaurant werden Gaumenfreuden aus der Region serviert.



„Casinos sind bunte, lebhaft, verspielte, farbige, kommunikative Orte. Ein Besuch in einem unserer zwölf Casinos spricht alle fünf Sinne an: Sehen – Hören – Riechen – Schmecken – Tasten“, so Mag. Andreas Cieslar, Bereichsleiter Marketing & Branding von Casinos Austria.

Punktgenau setzt dort die neue Kampagne von Lowe GGK an: Emotionen, die aus einer Vielzahl von Sinneseindrücken entstehen, stehen im Mittelpunkt der Kampagne.

Die Strategie basiert auf dem Eintauchen in die Erlebnisswelten der zwölf österreichischen Casinos, optisch ungewöhnlich umgesetzt durch Verschiebung der Größenverhältnisse.

Große Emotionen werden im Headline-Konzept anhand eines einzigen Begriffes verdichtet und von Casinos Austria quasi gebrandet.

Der neue Slogan fasst die Vielfalt, die Emotionen, die Unterhaltung eines Casinobesuchs zusammen: Casinos Austria, das Erlebnis.

Die österreichweite Kampagne bietet Platz für lokale und regionale Adaptionen. So wurden unter anderem Sujets in Tracht vorbereitet, um vor allem der touristischen Bedeutung der Casinos von Casinos Austria Rechnung tragen. Die 360-Grad-Kampagne startet Anfang September 2014 in den Medien Print, TV, Hörfunk, mittels Adaption der Casino-Website, anhand von Bannern für Promotionkommunikation und spezifischen regionalen Auftritten am POS in den zwölf Casinos.