

Las Vegas – Eine Krake die den „Wal“ verschlingt: Kapitel 3 – Das Marketing-System entsteht ✨

Bevor Gambling in vielen anderen amerikanischen Bundesstaaten zugelassen wurden, hatte es Las Vegas relativ einfach, die Spieler in die Stadt zu bekommen. Je weniger Konkurrenz, desto sicherer war es, dass ein Geschäft funktionieren würde. Allerdings hatte ein solcher Zustand auch Nachteile. Fakt ist nun mal, Konkurrenz belebt das Geschäft. In einem freien Markt bei welchem die Konkurrenz einem bei jedem Schritt den man unternimmt auf die Finger schaut, haben alle Parteien ihre Vorteile. Je größer und liberaler ein Markt sich gestaltet, desto besser für die potentiellen Kunden. Denn nun gilt auch das Motto: Nur der Stärkste und Beste wird überleben. Daher erlebt man in Las Vegas immer wieder, dass einige Casinos aus dem Geschäft gedrängt werden, weil sie aufgekauft wurden oder bankrott gingen oder weil sie sich gegen die übermächtige Konkurrenz nicht wehren konnten.



Für „Wale“ ganz selbstverständlich: die Abholung am Flughafen durch den Limousinen-Service des Casinos. (Foto: Adrian

Pingstone)

Was das ganze mit dem Highroller Geschäft auf sich hat, ist relativ einfach zu erklären. Bevor in den anderen US-Staaten Casinos zugelassen wurden und bevor Las Vegas die Größe erreichte, die es heute hat, gab es relativ wenig Konkurrenz. Das Geld floss im Grunde genommen fast automatisch in die Kassen. Da in anderen Staaten Glücksspiel illegal war und das dann dies einigen Zockern doch zu risikoreich erschien, stand ihnen immer noch die Alternative offen, schnell mit dem Flugzeug nach Vegas zu fliegen. Ein Telefonat genügte und der Rest wurde arrangiert. Die Verantwortlichen im Casino-Management kannten ihre "guten Gäste" und arrangierten die Zimmerreservierung und alles andere relativ unkonventionell. Doch damals gab es noch keine Luxussuiten für High-Rollers. Auch gab es noch keine Slot-Clubs oder Players Cards für die Tischspiele. Ein Wort des Pit Boss genügte, um die entsprechenden Einladungen für Hotelzimmer, Restaurantbesuche, Showtickets und dergleichen zu autorisieren. Die ursprünglichen „Highroller“-Zocker hatten bereits sämtliche Vergünstigungen und Privilegien, wenn sie nur schon mit 5.000 oder 10.000 Dollar in der Tasche angereist kamen und dieses Geld in der Casino-Sage (so nennt man den Kassenbereich des Casinos) deponierten. Während heute bei einer sogenannten Cash-on-Deposit-Transaktion diverse Formalitäten erledigt werden und das ganze über Computerbuchungen vonstatten geht, genügte damals ein Wort und nur das allermindeste an Papierarbeit. Eine Unterschrift des Gastes war meistens ausreichend, und die Kredit-Marker wurden ausgehändigt. In den 60er-Jahren galt man bereits als Großzocker, wenn man beim Black Jack, Einsätze in der Größenordnung von 100-200 Dollar tätigte. Kreditrahmen bis 5.000 Dollar, gelegentlich sogar bis 10.000 Dollar wurden zugesprochen und sehr selten einmal wurde einem sehr guten und kreditwürdigen Zocker ein Darlehen von 25.000 Dollar gewährt. Damals war es nicht gestattet, Spielschulden in anderen Staaten als Las Vegas legal einzufordern. Daher der Grund, weshalb die Casinos keine

großen Darlehen ausgeben konnten. Wenn ein Zocker sich nämlich anschließend weigerte, das Geld zurückzuzahlen, gab es nur wenig legale Mittel für das Casino, wieder an sein Geld heranzukommen (dafür jedoch viele unlautere, die effektiv eingesetzt wurden).

Mit dem Ölboom, der das Geld aus Texas in größeren Summen nach Las Vegas brachte, entwickelten sich neue Dimensionen. Die Kreditrahmen wurden kontinuierlich nach oben getrieben. Einigen Spielern gestand man nun bereits Limits bis 100.000 Dollar zu.

Je größer die Hotels und Casinos wurden, desto mehr Geld benötigte man, um die Bauten fertig zu stellen. Howard Hughes war eine bekannte Persönlichkeit. Dieser Mann kaufte in den späten 60er Jahren einige Hotels am Las Vegas Boulevard auf und man begann sich zu fragen, woher er das viele Geld für diese Übernahmen hatte. Die Antwort auf diese Frage lag auf der Hand und die Spielbankenaufsicht von Nevada wartete nach diesem Debakel nicht mehr lange und änderte die Anforderungen. So musste nach der Nevada Corporate Gaming Act von 1967 und 1969 ein Käufer eines Casinos über eine entsprechende Lizenz verfügen. Geld alleine war dann keine Lizenz mehr für den Erwerb eines Casinos. Damit sollte unmöglich gemacht werden, dass Gelder aus der Unterwelt verwendet werden konnten, um Casinos am Las Vegas Strip zu bauen. Hilton war die erste börsengehandelte Firma, die ein Casino in Las Vegas betrieben hat.



(Foto: BrendelSignature
/ [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/))

□Was die Organisation von Restaurant-Comps und ähnlichem betrifft, so ging es damals sehr unkonventionell zu. Ein Floorman konnte den Pitboss über einen Spieler informieren, der seine Chips nur so über den Tisch fliegen ließ und schon wurde alles weitere arrangiert. Allmählich jedoch wurde einigen Casinos bewusst, dass viele Spieler mehr hinter den Complimentaries her waren als hinter den Spielgewinnen. Sobald einer seine Suite und seine Tickets für den Boxkampf hatte, reduzierte er kontinuierlich seine Einsätze am Tisch und damit die Chance für das Casino, an sein Geld zu kommen. Der Trick war, in den ersten paar Runden mit hohem Einsatz zu spielen und so die Aufmerksamkeit der Floormanager auf einen zu ziehen, und dann, sobald man als „Big Player“ registriert war, sein Setzverhalten etwas nach unten zu korrigieren. Denn meistens war die Zimmerreservierung und die Dinnereinladung zu jenem Zeitpunkt bereits bestätigt. Damals gab es so etwas wie ein computergesteuertes Rating-System noch nicht. Auch steckte das ganze Marketingsystem wie es heute bekannt ist noch in den Kinderschuhen.

Um Pitboss im Casino zu werden, genügte es, wenn man 10 oder 20 Jahre Berufserfahrung hatte. Leute vom Fach hatten häufig beste Aussichten auf einen Aufstieg. Dem ist heute nicht mehr so. Die führenden Kräfte eines Casinos verfügen meistens über Universitätsabschlüsse oder sonstige Diplome, die ihre Kompetenz und ihr Know-How bestätigen.□

Für den Job des Casino Host, bedarf es guter kommunikativer Fähigkeiten. Man muss clever, flexibel und vertrauenswürdig sein. Ein Casino Host muss wissen, wie man sich gute Freunde macht und wie man sich vor ihnen verkauft. Obwohl es die Intention des Casino Host ist den Gast zum spielen zu verführen, wird diese Tatsache in der Kommunikation immer gut versteckt. Während in Europa ein Casino damit prahlt, wie viele Spieltische oder Spielautomaten aufgestellt sind, kommt dies in Las Vegas gar nicht gut an. Ein Casinobesucher ist eher daran interessiert, wer im Showroom auftritt oder wie viel ihn das Steak-and-Eggs kostet oder wie die Band heißt,

die in der Lounge auftritt. Casinos in Las Vegas locken die Gäste nicht mit Spielen an, sondern mit allen Attraktionen im direkten Zusammenhang, wie eben guten Restaurants, Pool-Parties und dergleichen. Ein Casino Host lockt den Wal mit besonderen Geschenken, einer Supersuite und einem Besuch des Weltmeisterschafts-Boxkampfes an. Argumente wie beispielsweise eine Reservierung eines Privat Tisches im High-Limit Bereich ziehen gar nicht, wäre aber in Europa schon genügend Ehre für einen Großzocker.



Das Aria Las Vegas.
(Foto: Sarah Nichols /
[CC BY-SA 2.0](#))

Interessanterweise war schon damals die Mund zu Mund Werbung sehr hoch im Kurs. Während es damals sehr wichtig war wen man im benachbarten Casino kannte, um an wichtige Informationen heranzukommen, wer gerade zum Spielen in der Stadt ist, so zählen heute die Diplome und kommunikativen Fähigkeiten. Ein Floormanager, der sich damals viel mehr um seine Spieler im Pit kümmern musste und ein direkter Ansprechpartner war, muss heute die Funktion eines Mini Buchhalters beherrschen und die Daten über einen Spieler und den aktuellen Stand eines Tisch-Saldos in Computerprogramme eingeben können.

Steve Cyr betrat das Casinoparkett zu dem Zeitpunkt, als die Floormanager immer weniger Zeit für die Gäste hatten. Die Funktion "Casino Host" gab es damals noch gar nicht. Es war damals unüblich, dass ein Casino-Host zum Telefonhörer greift und einen Spieler zuhause oder im Büro anruft, um ihm eine Einladung zum Essen zu offerieren. Außerdem war es unüblich, dass der Host den Kontakt zum Gast suchte, während dieser am

Spielen war. Er saß in seinem Büro und wartete darauf, bis der Gast von selbst kam um seine Wünsche auszusprechen. Danach wurde die Maschinerie in Gang gesetzt. Aber dadurch gingen dem Casino einige Großzocker verloren, nämlich genau diese, die ein paar Tausender an den Tischen liegen ließen und dann frustriert und enttäuscht den Ausgang ansteuerten um ihr Glück bei der Konkurrenz zu versuchen. Es kam auch nicht selten vor, dass Spieler, die relativ hohe Einsätze tätigten, sogar für ihre Zimmer bezahlten, da sie gar nicht wussten, dass das Casino diese Rechnung übernehmen würde. Viele Spieler wussten gar nicht, dass es die Funktion eines „Casino Host“ überhaupt gab. Das komplette Marketing-System war überholungsbedürftig. Die Verantwortlichen saßen in ihren Büros und merkten nicht, dass ihnen viel Potential in Form von Cash Money verloren ging.□

Steve Cyr ahnte, dass er im Marketing eine große Chance hatte. Seine Vision, die er damals bei seinem Besuch der VIP-Check-In Zone im Desert Inn hatte, war das Sprungbrett seiner Karriere. Nach einem Interview mit Mike Sterling, einem der Marketing Chefs im Desert Inn, bei welchem Steve seinen Standpunkt und seine Ideen überzeugend darstellen konnte, bekam er seine große Chance. Er wurde eingestellt als Erster Supervisor des Desert Inn VIP-Service Bereiches. Und dies war der Anfang seiner steilen Karriere. Andere Casinos zogen später nach und heute findet man in jedem größeren Casino einen VIP Bereich, der rund um die Uhr für die Superzocker geöffnet ist. Steve Cyr stellte sicher, dass für den Las Vegas Besuch guter Gäste alles arrangiert war. Die Limo am Flughafen musste bereitstehen bei Landung des Flugzeuges. Während der Fahrt vom Flughafen zum Hotel musste der Fahrer anrufen und sich versichern, dass alles arrangiert war und zugleich wurde sichergestellt, dass das Zimmer oder die Suite im tadellosem Zustand und bezugsbereit war. Schon bei der Ankunft des Gastes im Desert Inn, stand Steve und ein Page bereit um ihn zu begrüßen. Während das Gepäck direkt in die Suite gebracht wurde, begleitete Steve seine Gäste in den VIP Bereich, wo

Erfrischungen bereitstanden, um den Empfang so angenehm wie möglich zu gestalten. Das Desert Inn hatte bereits die Reservierungen in den Top Restaurants vorgenommen, für die Gattin des Zockers die Besuchszeiten im SPA mit einer top-professionellen Massage oder die Tee Zeiten auf dem Golfplatz bestätigt. Alles musste bis auf das kleinste Detail stimmen. Nur das Beste war gerade gut genug. Quid pro quo. Steve Cyr war schnell nicht mehr der direkte und erste Ansprechpartner für den Gast, sondern der Supervisor der Hosts. Seine Aufgabe war es nun den Stamm-Spielern Ihre neuen Hosts vorzustellen und neuen Spielern einen Casino Host zuzuweisen.

Es gab sehr viele Veränderungen in diesem Casino-Marketing-System. Viele Köpfe würden rollen, ein eiskaltes Geschäft mit einer glänzenden Fassade, einzig und alleine darauf abgestimmt, an das Geld anderer Leute zu kommen. Erfahren Sie mehr darüber im nächsten Kapitel.

[Hier finden Sie eine Übersicht aller bisher erschienen Teile dieser Artikelserie.](#)