

Neue Marketing-Kooperation mit Hamburgs Spitzen-Juwelier Becker

Roulette-Menü der Spielbank Hamburg 2004: Bis zu 36 % Bonus auf Schmuck und Uhren

Hamburg, 9. Januar 2004. Einen hochwertigen Zusatznutzen bietet die 2004 von der Spielbank Hamburg weitergeführte Marketing-Kampagne „Roulette-Menü“. Wie bisher wird in den Restaurants ein Roulettekessel gedreht. Die gefallene Zahl bestimmt den Preis des Menüs. In der Kampagne 2004 aber spielt der Gast nicht mehr nur um den Menüpreis. Die Glückszahl gibt außerdem die Höhe eines Rabattes an, mit der er ausgesuchte Uhren und Schmuck kaufen kann. Als Partner für diesen Bonus konnte die Spielbank den renommierten Hamburger Juwelier Becker gewinnen.

Durch das neue Cross Over-Konzept hat die diesjährige Gastro-Kampagne einen doppelten Erlebniswert. Sie verknüpft Casino-Atmosphäre mit Eventgastronomie und dem Trendthema Smartshopping. Bisher war nur der Restaurantgast, bei dem die Zahl auf Zero (Null) fiel, der absolute Gewinner: Er zahlte nichts für das Menü, bekam aber auch keinen Rabatt auf Schmuck. Der Gast, der jetzt eine „36“ dreht, muss zwar 36 Euro zahlen. Er bekommt aber gleichzeitig 36 Prozent Preisnachlass auf Uhren und Schmuck. (Die Null ist die niedrigste, die 36 die höchste Zahl beim Roulette). In der ersten Staffel 2004 bieten zunächst vier Top-Restaurants im monatlichen Wechsel das Roulette-Menü an.

Das „Roulette-Menü“ bezieht seine Attraktivität jedoch nicht nur über den „Preis“. Es verbindet auch zwei Möglichkeiten der gehobenen Abendunterhaltung. Die Spielbank setzt dazu ein weiteres Marketing-Instrument ein: Der Restaurant-Gast erhält

ein Bonus-Heft mit zwei Erlebnistickets. Damit bekommen er und seine Begleitung beim ersten Besuch in der Spielbank jeweils ein Glas Sekt sowie einen Glücksjeton. Für das zweite Ticket bekommt er Cocktails und zwei Glücksjetons.

Die Marketing-Kampagne war bereits 2003 sehr erfolgreich. Zehn Hamburger Spitzen-Restaurants boten zusätzlich zum kulinarischen Erlebnis typische Casino-Atmosphäre. Über 7000 Gäste nahmen an der Aktion teil.

Weitere Informationen: Dr. Hergen Riedel, Spielbank Hamburg,
Presse & Kommunikation