

„Unkompliziert und nahbar“

Die Casinos Austria starten mit einer von Wien Nord Serviceplan konzipierten Kampagne in den Herbst.

Mit der Zeit gehen

Die neue Kampagne der Casinos Austria soll das „echte Casinoerlebnis“ zeigen und die Marke neu positionieren.

WIEN. Die aktuelle Kampagne der Casinos Austria zeigt authentische Menschen, spürbare Emotionen und echte Mitarbeiter. Dadurch soll das Erlebnis eines Casinobesuchs greifbar werden.

Von Beginn an war die Idee, die Faszination Spiel und die damit verbundenen Gefühle in den Mittelpunkt zu stellen. „Denn das Casino bietet eine Welt voller Spannung, Vergnügen und prickelnder Momente des Glücks“, heißt es in einer Presseaussendung.

„Echte Emotionen“

In der Werbung wird das echte Casinoerlebnis gezeigt – ein spannendes Freizeitangebot nicht nur zu besonderen Anlässen. Damit legt Casinos Austria den Grundstein für eine zeitgemäße Neupositionierung, mit der die Marke modernisiert und verjüngt werden soll.



© Casinos Austria/Wien Nord Serviceplan (6)

„In unserer neuen Kampagne war uns besonders wichtig, das einzigartige Erlebnis ‚Casino‘ so authentisch wie möglich darzustellen. Darum haben wir uns dafür entschieden, unsere Casinowelt nicht mehr als mystische Theaterbühne des Glücks zu in-

szenieren“, so Julia Steiner, Head of Marketing Communication bei Casinos Austria. „Vielmehr zeigen wir sympathische Menschen von nebenan, die einen tollen Abend in unseren Casinos verbringen – unkompliziert und nahbar. An echten Schauplätzen und mit echten Emotionen.“

Um das vielfältige Spielerlebnis so authentisch wie möglich umzusetzen, wurde mit den Partnern PPM Filmproduktion und PPM Foto in den Casinos Graz und Wien geschootet und beim Styling der Darsteller ein smart casual Look ausgesucht.

Crossmedia-Kampagne

„Ein stilvoller Auftritt hat heutzutage viele Facetten und es muss nicht immer ein Cocktailkleid oder ein Anzug sein, weshalb Casinos Austria mit der Zeit geht und seine Gäste neuerdings auch in diesem Look empfängt“, heißt es in der Pressemitteilung.

Die Kampagne ist seit Mitte September mit vielfältigen Sujets und Spots in den Kanälen TV, Kino, Online, Hörfunk, Social Media, am POS und auf der Website von Casinos Austria inszeniert. Der eigens komponierte Kampagnen-Song „Alive“ ist außerdem auf Spotify und YouTube zu hören. (red)



Bei den Sujets wurde für die Darsteller bewusst ein legerer Look gewählt.

Echte Erlebnisse zählen

Stefan Kopinits, Creative Director bei Wien Nord Serviceplan: „Besonders in den letzten Jahren haben reale, teilbare Erlebnisse stark an Bedeutung gewonnen. Erlebnisse sind die neuen Statussymbole, denn sie bedeuten Emotionen. Und Emotionen sind doch das, worauf es den Leuten bei einem Casinobesuch ankommt.“ Marion Janda, Client Service Director, ergänzt: „Wir wollten genau das ausdrücken, was sich sonst nur schwer in Worte fassen lässt; das spürbar machen, was einen Besuch im Casino so einzigartig macht.“