



Welche Chancen ergeben sich für Ihr Casino durch den Staatsvertrag?



Liebe Leserin, lieber Leser,

eine gewagte Behauptung bei 30% BSE-Einbruch der deutschen Casinos im 1. Halbjahr 2008. Stammspieler verlassen die Spielbank und wandern in Spielotheken, Hinterzimmer oder ins Internetglückspiel ab. Die ungleiche Wettbewerbssituation durch den Spieler- und Nichtraucherenschutz bringt ein Drittel der Casinos in Deutschland in eine Existenzkrise. Was ist Ihre Chance in der Spielbankenkrise?
Mit meinem Newsletter will darauf eine Antwort geben.

Ihr

Alois Summerer

Geschäftsführung AS TEAM



1. Neue Gästezielgruppen erreichen und wirtschaftliche Abhängigkeiten verringern

Bisher waren ca. 70 – 80% Stammgäste im Casino. Von diesem Personenkreis hat die Branche die letzten Jahre "gelebt". Es entstand eine hohe wirtschaftliche Abhängigkeit einer langsam kleiner werdenden Zielgruppe. Dies hat sich durch den Staatsvertrag und das Rauchverbot sprunghaft verschlechtert. Es zeigen sich Versäumnisse der letzten Jahre, neue Gästegruppen verstärkt zu erreichen. Es war der hochspielende Gast oder der Dauergast willkommen und gut umsorgt. Erstgäste mit geringen Einsätzen wurden evtl. zu wenig beachtet. Neue Zielgruppen zu erreichen braucht Zeit, gute Ideen und ein klares Marketingkonzept. Die Alternative ist die Verkleinerung der Angebote und die Reduzierung des Personals bis zur Schließung der Spielbank.



2. Marketing trotz Staatsvertrag - wie geht das?

Der Staatsvertrag ermöglicht Veranstaltungen im Casino, die nicht direkt auf das Glücksspiel hinweisen. Je nach räumlichen Gegebenheiten können Sie verschiedene Zielgruppen durch unterschiedliche Angebote ansprechen:

- Jubiläums-, Weihnachts- und Jahresendfeiern für Firmen und Organisationen
- Präsentation neuer Automodelle für autobegeisterte Besucher
- Kreative Aktion im Adventsmarkt
- Musikveranstaltungen und Konzerte
- Hervorragendes Essen und Trinken in einem besonderen Ambiente
- Modenschau, Schminkkurse
- Geschmackvolle erotische Veranstaltungen
- Kabarett und künstlerische Darstellungen
- Ausstellungen
-

Setzen Sie sich mit einem motivierten Arbeitsteam zusammen und überlegen Sie gute Events, mit denen Sie bestimmte Zielgruppen für Ihr Casino einladen können, ohne direkt auf das Glücksspiel hinzuweisen. Beachten Sie:

Zielgruppen haben bestimmte Interessen und Bedürfnisse. Diese gilt es anzusprechen und die Erwartungen in der Umsetzung zu übertreffen. Damit schaffen Sie "Fans".



3. Menschliche Bedürfnisse ansprechen und erfüllen

Wir alle sind Kunden und Gäste in Geschäften und Lokalitäten. Wenn unsere Bedürfnisse geachtet und angesprochen werden, sind wir begeistert. Menschliche Grundbedürfnisse sind:

Wertschätzung und Anerkennung, Vertrauen und Kontakt, Prestige, Gewinnstreben, Gesundheit, Sicherheit, Freude und Spaß, Bequemlichkeit, Wissensdrang/Neugierde



4. Das Casino geht in die Öffentlichkeit

Sie sind vielleicht der Repräsentant der Spielbank und in unterschiedlichen Organisationen vertreten. Schaffen Sie ein dichtes Netzwerk an Kontakten und bieten Sie das Casino als einen attraktiven Ort für Veranstaltungen an. Achten Sie darauf, dass Sie und das Casino öfters in der Presse stehen und dass über die Events positiv berichtet wird.

Marketing ist ein eigener Beruf und kein Hobby von Amateuren. Es braucht ein klares abgestimmtes Konzept mit der Geschäftsleitung und einen langen Atem, um in dieser herausfordernden Situation erfolgreich zu sein.

AS TEAM unterstützt Sie bei

- Ideenworkshops zur Entwicklung neuer Events
- Planung und Umsetzung von Gästeevents
- Optimierung der Servicequalität
- Suche nach geeigneten Marketingpartnern



Impressum

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

AS-Team
Alois Summerer
Angerfeldstr. 1
83134 Prutting
Telefon: 08036-308333
Erreichbar unter: news@as-team.net
Website: www.as-team.net