

Der Koffer fällt auf Rouge oder Noir

Bad Homburger Spielbank wirbt im Jubiläumsjahr selbst auf Gepäckbändern des Frankfurter Flughafens

bis. BAD HOMBURG/FRANKFURT. Millionen Fluggäste im Jahr, die wartend auf dunkelgraue Lamellen starren; Eigentlich ist es naheliegend, die Gepäckbänder an Flughäfen für Werbung zu nutzen. Sie beschränkt sich jedoch eher auf Bildschirme in der Mitte des langgezogenen Ovals oder Aktionen wie einen auf dem Band kreisenden, bedruckten Werbekoffer. Das Gepäckband 2 in Terminal 1 des Frankfurter Rhein-Main-Flughafens hebt sich neugierig vom einseitigen Dunkel der anderen Bänder ab. Es ist mit den 37 Zahlen eines Roulettekessels bedruckt: Ein grünes Feld für die Null, Rot und Schwarz für die übrigen Zahlen. Dazwischen ist auf goldenem Grund der Urheber der Werbeaktion zu lesen: „Frankfurt's Place to Play – Casino Bad Homburg“. Die Bad Homburger Spielbank wird in diesem Jahr 175 Jahre alt und hat sich zum Jubiläum die Aktion einfallen lassen.

Ähnlich gestaltete Bänder gibt es in Venedig und Genf von den dortigen Spielbanken, aber an keinem deutschen Flughafen. Spielbankdirektor Lutz Schenkel spukt die Idee schon seit zehn Jahren im Kopf herum. „Für mich geht ein Traum in Erfüllung.“ Nicht nur die Kosten waren ein Hindernis. Der kaufmännische Geschäftsführer Holger Reuter musste über mehrere Monate hinweg Überzeugungsarbeit leisten, bis Fraport dem neuen Marketinginstrument seine Zustimmung gab. „Für den Flughafenbetreiber war es zunächst einmal wichtig, dass die Funktion des Gepäckbands nicht beeinträchtigt wird“, sagte bei der Vorstellung gestern Horst Bauer von Media Frankfurt, dem Vermarkter der Flughafen-Werbeflächen. Das sicherzustellen war wiederum Aufgabe von Michael Lortz aus Nürnberg. Vor acht Jahren hatte er die Idee, das zwangs-

läufige Warten auf die Koffer fürs Geschäft zu nutzen. Er entwickelte und erprobte verschiedene Folienkombinationen, bis sich eine als widerstandsfähig genug gegen harte Kofferrocken erwies. Zugleich musste sie ohne Beschädigung des Bands wieder zu lösen sein. Damals konnte er einen Kofferhersteller gewinnen, der ein erstes Band gestalten ließ. Doch lange kam Lortz, der sein Geld sonst mit dem Service für Kühlanlagen und Auto-technik verdient, in der Gepäckbandfrage

nicht weiter. Die Folie hatte er zum Patent angemeldet. Zwei Monate nachdem die Urkunde einging, meldete sich die Bad Homburger Spielbank.

In einer Nacht haben Lortz und seine Mitarbeiter jetzt die 281 Lamellen des Gepäckbands belebt. Zunächst für ein halbes Jahr hat die Spielbank die bewegte Werbefläche gemietet. Bei einem Erfolg würde Schenkel den Vertrag gerne verlängern. Die Werbung setze auch darauf, die Bad Homburger Spielbank stärke mit

Frankfurt zu verknüpfen, sagte der Direktor. Schließlich gibt es dort kein Casino, und auch dasjenige im Transitbereich des Flughafens ist seit Ende 2014 wieder geschlossen.

Vielleicht wird jetzt die Rückkehr von der Flugreise zum Gesellschaftsspiel – wenn statt der Kugel der Koffer auf die vorher gesetzte Zahl oder Farbe fällt. Nur Gewinnausschüttung gibt es keine. Das eigene Gepäck wieder in Händen zu halten, muss als Belohnung reichen.



Gepäck-Roulette am Flughafen Frankfurt: Die Spielbank Bad Homburg wirbt auf Lamellen eines Kofferlaufbands. Foto: Wolke Bergmann