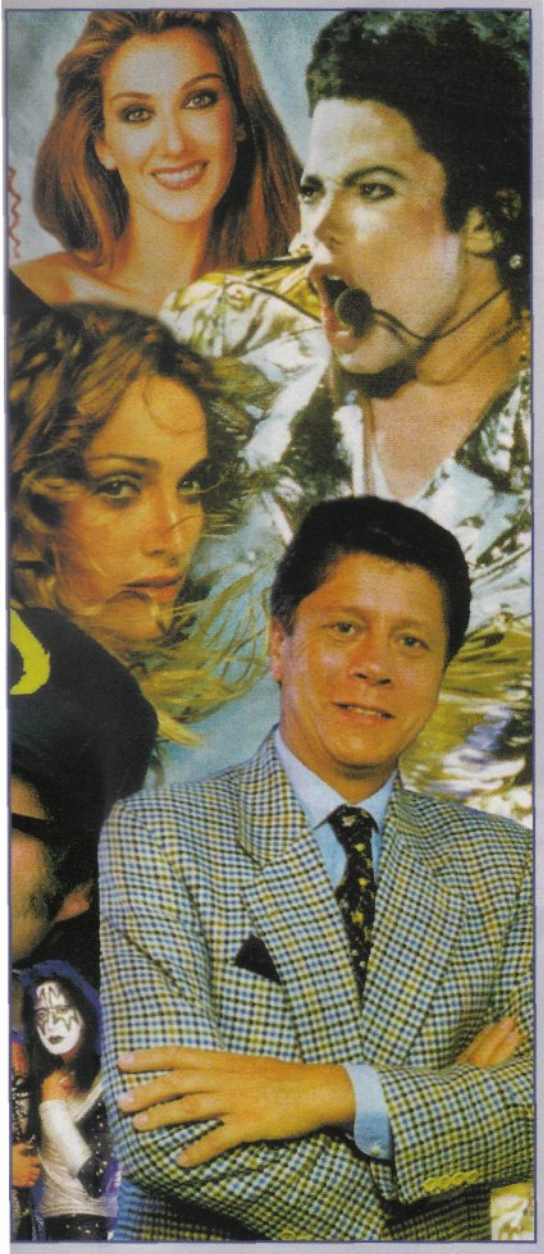
VIPs only: Auf Erfolgskurs mit Topsellern



Sir Michael Ah-Yue Lou, Gründer und Vorstandsvorsitzender von V.I.P., kann sich auf zahlreiche Erfolge stützen und geht weiter auf Expansionskurs. Darüber hinaus unterstützt er die Entwicklung der Branche als Präsident des europäischen Lizenzverbandes ELMA.

Die Hamburger Agentur V.I.P. setzt auf Rang und Namen. Als eine der größten unabhängigen Lizenzagenturen Europas vermarktet sie u.a. Lizenzrechte für Stars mit Kultstatus und Marken, die jeder kennt. Vorverkaufte Popularität, die den Erfolg nahezu vorprogrammiert.

Erinnern Sie sich noch an den dramatischen Krieg der Ölbarone mit Cowboyhut, deren Protagonisten kein Wechselfall irdischen Seins erspart blieb? Dallas war der Vorreiter für die Flut amerikanischer Soaps, die das deutsche Fernsehpublikum in Atem und auf der Couch hält. Ein Quotenrenner, vom dem heutige Programmverantwortliche allerdings nur noch träumen können.

Der Serienerfolg um Liebe, Macht und menschliche Abgründe brachte auch der 1981 gegründeten V.I.P. Promotions den Durchbruch. Mit der Vermarktung der Lizenzrechte erschloß Initiator Sir Michael Ah-Yue Lou den deutschen Lizenzmarkt erstmals für die Zielgruppe der Erwachsenen.

Dem ersten Meilenstein sollten weitere folgen. *Star Wars* ließ nicht nur die Kinokassen klingeln, sondern wurde der größte Lizenzerfolg aller Zeiten, und *James Bond 007* erwies sich auch im Dienste der Werbewirtschaft als höchst durchsetzungsfähig. V.I.P. vermittelte und initiierte unzählige Lizenzen und Marketingkooperationen für den nonchalanten Superhelden, von denen renommierte Unternehmen von BMW über Wilkinson bis hin zu Visa profitierten.

„Rent a Name"

& „Join the Fame". Um neue Marken oder Produkte einzuführen, bieten sich Promis, aber auch bekannte Charaktere aus Film, Trickfilm und Fernsehen, Sport und Musik an. Sie garantieren eine Initialzündung mit Breitenwirkung. Popularität und Sympathiebonus scheinen den direkten Weg ins Herz der Verbraucher zu ebnen.

Nicht weniger erfolgversprechend: die Nutzung des Starruhms für Merchandisingartikel. Denn: Der wahre Fan ist Jäger und Sammler. Die Assoziation, wenn nicht Identifikation, mit dem Objekt der Verehrung, verleiht dem Griff ins Regal einen umsatzträchtigen Motivationsschub: ob bei Luke Skywalker im Miniformat, Michael Jackson auf der Stiftedose oder Marylins Kußmund als Absender für sündig rote Stiefeletten.

V.I.P. steht hinter all diesen Produkten und vielen mehr. Ihr Namensportfolio macht dem Agenturnamen alle Ehre: Zur 20jährigen Erfolgsgeschichte von V.I.P. gehören neben *Marilyn Monroe* auch *Elvis Presley, Humphrey Bogart* oder *James Dean*, Weltstars wie *Madonna, Britney Spears* oder neu: *Jeniffer Lopez* reihen sich ein und natürlich auch Figuren, die das Kinderherz erfreuen, u.a. *Pippi Langstrumpf, Tarzan* und als aktueller Neuzugang *Fara + Fu*, dem Nachwuchs bestens aus seinen ersten Schulbüchern vertraut.

Die Macht der Marke

Auch beim zweiten Kerngeschäft von V.I.P. bewies Sir Michael Ah-Yue Lou das richtige Gespür. Bereits Ende der 80er Jahre erkannte er, daß Lizenzrechte an renommierten Marken im Trend liegen. Zu den ersten Kunden gehörten die Bundesbahn, Pepsi Cola und Fabergé. Der Relaunch der Nobelmarke mittels Lizenzmarketing brachte 800 Millionen Kontakte in den Medien, der Handelsumsatz überschritt 100 Mio. US Dollar.

Die Basis für die Marktführerschaft in diesem Bereich war gelegt. Was damals noch eine Nische im prosperierenden Lizenzgeschäft war, hat sich mittlerweile zum Renner entwickelt.

Im April 1999 gründete Sir Michael Ah-Yue Lou die V.I.P. Entertainment & Merchandising AG, um die Geschäfte seiner erfolgreichen Einzelfirma V.I.P. Promotions in der zeitgemäßen Form einer Kapitelgesellschaft weiterzuführen. *Opel, Saab, Chevrolet, Cadillac* und *Jack Daniels* gehören zu den Lizenzrechten, die V.I.P. von der US-Lizenzfirma EMI zur Vermarktung im deutschsprachigen Raum übernommen hat.

Während Sir Michael Ah-Yue Lou mit den amerikanischen Automarken dem Beispiel der USA folgt und vom Shirt über Schülerbedarf und Lederjacken bis hin zu Modellautos auf breiter Basis lizenzieren will, konzentriert sich V.I.P. bei Opel auf die einzelnen Modellmarken.

Portfolio Specials

Ebenfalls beispielhaft für die Vorreiterrolle von V.I.P. im Lizenzgeschäft ist die erfolgreiche Etablierung von American Football als Lizenzthema.