

Hybrid – auch im Eventbereich ein Zauberwort

Vok Dams über aktuelle Tendenzen im Live-Marketing

Den Kopf voller Ideen und Visionen, die Kamera in der Hand. So fing alles an. Von 1956 bis 1959 studierte Vok Dams an der Fachhochschule in Köln Fotografie, baute spielend den Abschluss als Foto-Ingenieur. In den 60er Jahren des letzten Jahrhunderts dozierte er – inzwischen Fotografie-Meister – an verschiedenen deutschen Universitäten. 1975 gründete der Wuppertaler die Vok Dams Gruppe, eine der bedeutendsten Agenturen für Live-Marketing weltweit. Mit über 150 Mitarbeitern an insgesamt 14 Standorten ist die Wuppertaler Ideen-Schmiede mittlerweile ein „Creative-Globalplayer“ und verfügt mit „ILM“, dem ersten und einzigen „Institut für Live-Marketing“ auf dem Globus, über ein beeindruckendes Alleinstellungsmerkmal.

Erlauchte Kunden wie BMW, Coca Cola, Dalmier, die Deutsche Telekom, Evonik Industries, Microsoft, Mercedes-Benz, Porsche, Siemens und viele mehr vertrauen auf die Kompetenz und den Ideen-Reichtum von Vok Dams.

› Vok Dams: Mit (s)einem Fotografie-Studium in Köln fing 1956 alles an...



› Ein Hybrid-Event: Auch die bombastische 150-Jahr-Feier für 30.000 Mitarbeiter in der Bay-Arena entwickelte Vok Dams.

Wie erklärt sich der Firmengründer selbst diesen Riesen-Erfolg, der sich auch in zahlreichen internationalen Preisen und Auszeichnungen niederschlug?

Vok Dams: „Ich würde das als sportlichen Ehrgeiz bezeichnen. Besser sein als die Mitbewerber, mehr bieten als der Kunde erwartet, verbunden mit absoluter Zuverlässigkeit. Anders ausgedrückt, wir müssen unserer Zeit und unserer Branche immer einige Jahre voraus sein, unsere Kunden mit neuen Ideen überzeugen und mit Innovationen Trends setzen.“

Sein Erfolgs-Gen hat Vok Dams auf jeden Fall weiter vererbt. Sohn Colja M. ist inzwischen erfolgreich in die Fußstapfen seines Vaters getreten, der aber im

LIVE-CAMPAIGNS SIND DER MEGA-TREND

Traum nicht daran denkt, es langsamer angehen zu lassen. Der engagierte Wuppertal-Botschafter entwickelt weiter Visionen und innovative Ideen, ist immer auf der Suche, eben wie ein Fotograf nach dem phänomenalen Motiv schlechthin.

Und so sieht Vok Dams die Zukunft seiner Branche: „Klassisches Marketing wird sich den veränderten Marktbedingungen anpassen müssen. Live-Marketing gewinnt in diesem Umfeld zunehmend an Bedeutung. So ist erfolgreiches Content Marketing live-marketing getrieben. Das Hybrid-Event wird zum Motor von Live Campaigns. Live-Campaigns heißt der neue Mega-Trend nicht nur in der Eventbranche. Live-Campaigns sind die vernetzte Zukunft der direkten Wirtschaftskommunikation, bei der Events im Mittelpunkt ganzer Marketing-Kampagnen stehen.“ Vok Dams weiß, wovon er spricht...