

PRESSEINFORMATION

Zum 100jährigen Jubiläum setzt BUNDY BUNDY mit der neuen Kampagne „Like mich oder like mich nicht“ ein starkes Zeichen

Höchste Handwerkskunst, ein untrügliches Gespür für Trends und das Bewusstsein, dass jede Frisur mehr ist als nur ein Haarschnitt – nämlich Zeichen, Symbol, Statement: Was sich durch die 100 Jahre Firmengeschichte zieht wie ein roter Faden, findet in der neuen, mit 23. Mai startenden Frisuren-Trend-Kampagne von BUNDY BUNDY eine brandaktuelle Interpretation.

„Like mich oder like mich nicht“. Unter diesem starken Motto zielt BUNDY BUNDY auf ein gegenwärtiges Gesellschaftsphänomen ab, das uns alle immer mehr in eine Art Geiselhaft zu nehmen droht. „Wir leben in einer Zeit, in der wir ständig unter Beobachtung stehen. Präsenz und Perfektion sind das Gebot. Netz und Medien schaffen da ein unerbittliches System. Und das ist Grund genug für BUNDY BUNDY, wieder einmal ein starkes Statement zu setzen und unseren Kundinnen Mut zu machen, sich aus diesem Spiel zu nehmen und mutig und selbstbewusst zum eigenen Stil und Look zu stehen“, so Pia Bundy.

Spirit of the 80s – farbenfroh, schrill, revolutionär

Inspiration und Stilvorlage für die neue Kampagne, die von Starfotografin Inge Prader im Südbahnhotel am Semmering geshootet wurde, war ein Jahrzehnt, das wie kaum ein anderes prägte. Geliebt und gehasst gleichermaßen: Die 1980er Jahre zeichnete ein neues Lebensgefühl aus, das den damals letzten verbliebenen Gesellschaftszwängen endgültig den Kampf ansagte. Dies zeigte sich auch in der Mode und den Frisuren: Grell gefärbte Haare, der VoKuHiLa wird zur Kultfrisur, Stirnfransen werden Trend. Die 80er Jahre sind das Jahrzehnt, in dem starke Frauen wie Annie Lennox, Tina Turner, Cindy Lauper oder Nina Hagen zu Stilikonen wurden, indem sie ihr Selbstbewusstsein lebten und ihren eigenen Kopf, ihre eigene Frisur und ihre eigene Geschichte hatten.

Jeder hat seinen eigenen Kopf

Diesen Mut zur Individualität kreiert BUNDY BUNDY anhand aktueller Trends und eigener Note zu Statements, die in und auf den Köpfen des Landes gesetzt werden. „Dieses Jahr gehen die Haarschnitte in drei Richtungen. So überraschen wir mit der Neuinterpretation der ‚Vorne kurz und hinten lang‘-Frisur schlechthin, und spielen mit dem zwanglosen Casual-Schnitt. Für Bob-Liebhaber haben wir ‚one length‘-Bob weiterentwickelt und daraus unseren Choppy-Look kreiert“, so BUNDY BUNDY Creative Director Gerhard Kopfer.

Zu den Trendbotschaft 2019 der Kollektion „LIKE MICH ODER LIKE MICH NICHT.“, kreiert vom BUNDY BUNDY artistic team (Gerhard Kopfer, Markus Meidinger, Julia Lukas, Philipp Mairleb)

VoKuHiLa Superstar

„Ab sofort zielt der VoKuHiLa in seiner ganzen Pracht wieder die Köpfe. Das Deckhaar beziehungsweise der Oberkopf werden kurz und sehr strukturiert geschnitten, wobei die Seiten sehr schmal und weich bleiben. Das P(r)unkstück des Stylings ist bei der Neuinterpretation des VoKuHiLa der hintere Teil, der lang und sehr fransig bis fedrig geschnitten wird“, so Markus Meidinger, Schnitt-Experte bei BUNDY BUNDY. Viel Augenmerk wird zudem auf die Stirnpartie gelegt, die sehr kurz gehalten und mit Ecken und Kanten versehen wird, passend zu der eigenen Persönlichkeit – VoKuHiLa Superstar eben.

Das Spiel mit Formen – der Casual Cut

Julia Lukas: „Aus dem Look des VoKuHiLa entspringt auch schon die zweite Richtung: Der Casual Look – lässig, zwanglos, locker.“ Die einzelnen Teile des Haarschnitts werden nicht miteinander verbunden, bilden jedoch optisch ein harmonisches großes Ganzes. Dabei wird der Oberkopf stark gestuft und sehr fransig geschnitten. Der hintere Teil des Kopfes ist auch hier etwas länger und schließt im Nacken mit einer kompakten Linie ab. Bei diesem Schnitt sind vor allem die kürzeren Seiten wichtig, denn diese sorgen dafür, dass der Vorderkopf und der Nacken zu Eyecatchern werden. Dieser Schnitt ist ein Spiel mit den Formen, denn die Stirnfransen sind etwas variabler und werden entweder zu einem langen Spitz geschnitten und gestuft oder ganz zwanglos auf etwa Augenbrauenlänge mit auslaufenden Seiten geschnitten.

Choppy Look

„Beim dritten Trend Cut wird der Choppy Look, was übersetzt so viel wie ‚abgehackt‘ bedeutet, mit einem kinnlangen Bob, dem ‚one length‘-Bob, kombiniert“, so Philipp Mairleb. Durch den sehr kurzen und weichen Schnitt der vorderen Stirnkontur und dem Arbeiten auf dieser Linie über das gesamte Deckhaar entsteht eine starke Stufung, die nach hinten an Struktur abnimmt. Dazwischen werden einzelne Partien kürzer geschnitten, um den Choppy Look zu kreieren.

KAMPAGNENFOTOS- und SUJETS

Credits:

Production: BUNDY BUNDY

Creation: BUNDY BUNDY artistic team, HAVAS Wien

Fotos: Inge Prader

Styling: Pia Bundy

Designer: Eva Poleschinski, JCHoerl

Auszüge Kampagnenfotos der Kollektion „LIKE MICH ODER LIKE MICH NICHT.“







BUNDY BUNDY – creating statements since 1919

Ein Familienunternehmen, das 100 Jahre erfolgreich alles Mögliche und Unmögliche in einer so langen Zeit gemeistert hat, ist etwas ganz Besonderes. Seit 1919 stand der Mensch und seine Kultur im Mittelpunkt, das Selbstverständnis von BUNDY BUNDY ging immer weit über den Griff zu Kamm und Schere hinaus.

Menschen geben durch die Art, wie sie das Haar tragen, Statements an ihre Umwelt ab. BUNDY BUNDY setzt heute sowie vor 100 Jahren Statements, mit dem wofür sie stehen: Kultur, Couture, Fashion, Avantgarde. Höchste Handwerkskunst, ein untrügliches Gespür für Trends und das Bewusstsein, dass jede Frisur mehr ist als nur ein Haarschnitt – nämlich Zeichen, Symbol, Statement.



HISTORY: DIE BUNDY BUNDY ERFOLGSSTORY

Aus einem Geschäft, das mit dem Salonstandort in der Praterstraße begann, ist ein Unternehmen entstanden mit drei unterschiedlichen Konzepten und 250 MitarbeiterInnen.

Neben österreichweit 14 BUNDY BUNDY STYLE IN Salons als Premium-Konzept, ist die BUNDY BUNDY Color World speziell auf Farbdienstleistungen in höchster Qualität ausgerichtet. Die vier BUNDY BUNDY Exklusiv-Salons in Wien warten mit einem noch breiteren Serviceangebot auf: Der Flagship-Salon auf der Nobelmeile Wallnerstraße/Ecke Kohlmarkt bietet auf 430m² Luxus pur mit internationalem Niveau.



Mit dem Gewinn der Weltmeisterschaft 1962 eröffnete sich für BUNDY BUNDY die Möglichkeit ihre kreative Frisierhandwerkskunst mit Showauftritten und Seminarreisen weltweit zu etablieren. Hans und Georg Bundy eröffneten in der Wiener Innenstadt 1963 ihren ersten gemeinsamen Salon und arbeiteten gleich mit den angesagtesten Designern, Modefotografen und

Modemagazinen, so ist es geblieben.

Die Qualitätsansprüche, die BUNDY BUNDY an sich selbst stellt, werden durch das Aus- und Weiterbildungsprogramm in der eigenen BUNDY BUNDY Akademie mit 20 Trainern und professionellen Schulungen abgedeckt. Das artistic team, unter der Leitung von Pia Bundy und Gerhard Kopfer, ist die kreative Triebkraft des Unternehmens und sorgt mit visionären Stylings und Ideen für Statements in der Friseurwelt. Die enge Zusammenarbeit mit Schwarzkopf Professional unterstützt BUNDY BUNDY ihre Inspirationen und Visionen im großen Rahmen zu verwirklichen.

Weitere Informationen www.bundy.at

Über BUNDY BUNDY

Das Familienunternehmen BUNDY BUNDY deckt mit drei völlig eigenständigen Salonkonzepten erfolgreich die Bedürfnisse seiner KundInnen perfekt ab. Die österreichweit 13 BUNDY BUNDY STYLE IN Salons in Wien und Umgebung sowie in Eisenstadt, Oberwart, Haid und Seiersberg sind das Premium-Konzept für Frequenzlagen mit Konzentration auf Schnitt, Farbe und Styling, frei nach dem Motto 'Reinkommen, Drankommen, Wohlfühlen'. Die speziell auf das Thema Farbdienstleistungen in höchster Qualität ausgerichtete BUNDY BUNDY Color World bietet ein erweitertes Farbtechnikportfolio mit eigens kreierten Beratungstools an. Die vier BUNDY BUNDY Exklusiv-Salons in Wien warten mit einem breiteren, ausgeweiteten Dienstleistungs- und Serviceangebot auf. Eine Liga für sich ist dabei der Flagship-Salon auf der Nobelmeile Wallnerstraße/Ecke Kohlmarkt: Hier wird Luxus pur auf 430m² auf internationalem Niveau geboten. Dieser Salon ist auch die Bühne für die Stylings der Zukunft und das Kreativ-Zentrum für die Trendfrisuren-Kollektionen aus dem Hause BUNDY BUNDY.

Kreative Kraft für Styling-Trends, Mode und Innovationen

BUNDY BUNDY hat sich auch international mit seinem artistic team einen Namen gemacht. Die artistic team members, unter der Leitung von Gerhard Kopfer, sind die kreative Triebkraft des Unternehmens und weltweit für avantgardistische Haar-Kunst und visionäre Stylings bekannt. So international wie die vielen

Auftritte des BUNDY BUNDY artistic teams und dessen Zusammenarbeit mit angesagten Designern sind auch die Inspirationen, die sich die BUNDY BUNDY Trendscouts für die brandneue Kollektion geholt haben. Wie überall in der Mode geht es auch im Friseur-Business darum, neue Styles zu kreieren, neue Standards zu definieren und neue Maßstäbe zu setzen: Durch kontinuierliche Weiterentwicklung, durch Fortschritt und Veränderung, gepaart mit Leidenschaft und handwerklichem Können. Die Herausforderung lautet: Unverwechselbare Trends zu kreieren, die sich durch höchste Perfektion in technischer Hinsicht und einen visionären Blick in künstlerischer Hinsicht auszeichnen – und dabei immer die klare Handschrift von BUNDY BUNDY sponsored by Schwarzkopf Professional zeigen.

PR-Rückfragen und Kontakt:

Agentur Ecker & Partner, Goldeggasse 7 / Hoftrakt, 1040 Wien

Mag. Lisa Pernkopf, Tel: 01-599 32-49; E-Mail: l.pernkopf@eup.at

Julia Nemetz, BA, Tel: 01-599 32-31; E-Mail: j.nemetz@eup.at