

CUT & TALK

*Magazin No.10|2009

**NACHT
AUSGABE**
www.live-zeitung.de

by Lippert's Friseure

www.lipperts-friseure.com



DAS OPENING

L2

LIPPERT'S
FRISEURE

ALTE BÖRSE



*GESCHLOSSENE GESELLSCHAFT



18. Juni 2009. Ab 18 Uhr herrschte am Münchner Lenbachplatz der Ausnahmezustand: Gut 50 Mitglieder des Audi Sport Team Abt Sportsline, dazu die DTM-Stars Katherine Legge und Mattias Ekström sowie Audi Sportchef Dr. Wolfgang Ullrich folgten der Einladung von Wolfgang Lippert und seinen 25 Top-Stylisten. „Ich habe den Vierfachsieg von

Audi im vergangenen Jahr live in Zandvoort verfolgt. Die Leistung des Teams hat mich so beeindruckt, dass ich gesagt habe: ‚Wenn ihr Meister werdet, lade ich euch alle zu mir ein.‘“ Haare, Augenbrauen, Fingernägel – Lippert und sein internationales Team verpassten den Motorsportlern ein neues Rundum-Styling. Für manchen Kunden etwas ungewöhnlich. „So etwas habe ich noch nie gemacht“, gestand der zweifache Champion Mattias Ekström, der einen neuen Schnitt und ein bisschen Farbe in sein blondes Haar bekam. „Aber es hat viel Spaß gemacht und für die ganzen Jungs war es eine tolle Sache, einmal so exklusiv behandelt zu werden.“ Auch Ekströms Teamkollegin Katherine Legge genoss das Styling des Figaro und verriet: „Ich war vor der Saison schon einmal hier und habe mich über die Einladung des ganzen Teams sehr gefreut.“

Für Wolfgang Lippert, der bereits seit einigen Jahrzehnten Stars in München und auf der ganzen Welt bedient, war der Abend etwas ganz Besonderes. „Wir sind zwar einiges gewöhnt. Aber 50 Herren und einige Damen an einem Abend, das ist auch für uns eine Premiere.“



* 111 Frauen an einem Abend.

Das mag für den einen oder anderen der 30 internationalen Top-Stylisten eine etwas zu kurze Nacht gewesen sein: am Morgen des 25. April ging es um 5 Uhr für das Team der Lippert's Friseure München im Bus nach Straßburg. Eine hochwertige Incentive-Veranstaltung eines bekannten Versicherungsunternehmens belohnte seine erfolgreichsten 111 Mitarbeiterinnen mit einem Abend der Superlative. Jede der 111 Damen erhielt ein kostenloses Glamour-Styling inklusive Make-up. Und am Ende wurden die Stylisten übrigens nicht nur durch den Anblick der glücklichen Damen, sondern auch durch eine unvergessliche Nacht in Straßburg belohnt.

Die Gunst der Stunde Zeitung live!

Staunen ist ein emotionaler Zustand als Reaktion auf das Erleben von etwas Unerwartetem, das nicht den bekannten Denkmustern entspricht. Nüchtern sachlich beschreibt das Wörterbuch, was ein echtes Highlight jeder Veranstaltung meint: die Live-Zeitung. Aktuell von Corporate Media Experten, dem Team von Medienbüro Bistrick, vor Ort produziert und kurz darauf, also noch am selben Abend, an die Gäste verteilt, macht die individuelle Live-Zeitung jeden Event zu einem nachhaltigen Erlebnis. Denn für die stimmungsvollsten Momente und Botschaften bietet eine professionell erstellte Live-Zeitung den perfekten Rahmen. Ein gewinnbringendes Add on, das man gerne mit nach Hause nimmt. Und wer nicht selbst bei Ihrer exklusiven Neueröffnung, Produkt-Präsentation, Modenschau, Hochzeit, Weihnachtsfeier, Incentive etc. dabei sein kann, bekommt sein ganz persönliches Exemplar am nächsten Morgen selbstverständlich per Post zugeschickt.

Weitere Infos: www.live-zeitung.de



*IMPRESSUM

Editor
Wolfgang Lippert (V.i.S.d.P.)

Lippert's Friseure München
Lenbachplatz 3
D-80333 München
Telefon +49 (0)89 59 50 76
Telefax +49 (0)89 55 02 74 83
info@lipperts-friseure.com
www.lipperts-friseure.com

Verlag, Konzept & Redaktion
MedienbüroBistrick
Bgm.-Georg-Hiltmair-Straße 10
D-85630 Grasbrunn/München
Telefon +49 (0)89 43 74 89 79
Telefax +49 (0)89 43 98 72 33
lipperts@medienbuero-bistrick.de
www.live-zeitung.de

Objektleitung
Markus Bistrick

Art Direction
Josef Straßer

Photography
Sigi Jantz, Dominik Münich

Druck
erdldruck medienhaus GmbH, Trostberg

Name, Visuelles Grundkonzept
Kosch Werbeagentur GmbH

Erscheinungsweise
vierteljährlich in einer Auflage
von 5000 Exemplaren

CUT & TALK finden Sie unter anderem an folgenden exklusiven Plätzen
ArabellaSheraton Grand Hotel München, Art Of Travel, Auto König, Backspielhaus, Bayerpost Sofitel, BMW Niederlassung München, Club Morizz, Elixia Health&Wellness, Engel & Völkers Waldtrudering, Feinkost Käfer, Forsthaus Mühlthal, Restaurant Lenbach, Loden-Frey, Hotel Mandarin Oriental, MINI München, P1, Palace Hotel, Porsche Zentrum Olympiapark, Hotel & Restaurant Ritz, Royal Mink Pelzmode, The Charles Hotel, Schumann's Tagesbar, Schumann's, Juwelier Wempe

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos keine Gewähr. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Internet und Vervielfältigung auf Datenträger wie CD-Rom, DVD-Rom etc. nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlags. Die (redaktionell) werbenden Unternehmen tragen alleine die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen seines Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Alle Informationen in diesem Magazin sind ohne Gewähr.

Wolfgang Lippert im CUT & TALK Interview

*Ein emotionales Erlebnis.



Die Mondäne ist eine ewige Versuchung und München, mit seinem prickelnden Champagnerklima, ihre natürliche Heimat. Wie also kann man Menschen begeistern, die wunschlos glücklich sind? Am besten, in dem man ihnen Raum, Ruhe und Leidenschaft schenkt. Legeren Luxus, eine aufregende Architektur und stylischen Service. Seit dem 1. Juli 2009 schreibt L2 die Fortsetzung einer mehr als 100-jährigen Erfolgsgeschichte: Lippert's Friseure München. Grund genug für ein klärendes Gespräch.

CUT & TALK: Herr Lippert, statt das Erreichte zu genießen, wollen Sie es mit 52 Jahren noch mal wissen. Können Sie keine Ruhe geben?

WOLFGANG LIPPERT: Ich habe immer noch nicht abschließend klären können, wen ich in meiner freien Zeit mehr nerve – meine Mitmenschen oder mich selbst. Natürlich kann ich den Moment der Ruhe genießen, die Betonung liegt aber auf Moment. Das ist kein Dauerzustand. Wobei ich aber Wert auf die Feststellung lege, dass die Eröffnung eines zweiten Salons ausdrücklich nicht therapeutisch motiviert ist. Hierbei ging es mir vor allem darum, unserer Nachfrage gerecht zu werden. Denn Wartelisten sind bestenfalls gut fürs eigene Ego, mit meinem Verständnis von Service ist das aber nicht vereinbar. Gäste lässt man nicht warten.

Wachstum birgt aber auch Gefahren, Stichwort: Qualitätsverlust.

Genau das ist der Grund, warum ich niemals einen zweiten Salon aufmachen wollte. An einem anderen Standort als dem Lenbachplatz hätte ich das auch definitiv nicht gemacht. Aber bei höchstens 10 Metern Fußmarsch sollte sich der Kontrollverlust in Grenzen halten. Mal unabhängig davon, dass ich ein hervorragendes Team habe, das letztlich ausschlaggebend dafür war, L2 zu eröffnen.

Was hat L2, was Ihr bisheriger Salon nicht hat?

Die Unterschiede sind sichtbar. Und in allem was man nicht sieht, den Service etc., gibt es auch keine Unterschiede.

Bleiben wir beim Sichtbaren, dem Laufsteg der Eitelkeiten.

Die Lippert-Story

Wir schreiben das Jahr 1907. Das Unternehmen Shell wird gegründet, das Waschmittel Persil erblickt das Licht der Welt und am Münchner Stachus enthüllt man den Nornenbrunnen – er steht seit 1956 am Maximiliansplatz. Auch Lippert's Friseure sind längst umgezogen. Mehrmals sogar. Da waren anfangs die drei Friseursalons der Großeltern, unter anderem im Hotel „Unter den Arkaden“ in Franzensbad. Dann waren da die Salons des Vaters. Erst in Paris, dann ab 1952 im Münchner Grand Hotel Continental. Und heute sind es zwei exquisite Jungbrunnen von Wolfgang Lippert am Lenbachplatz.

Ein schönes Beispiel, weil so etwas in unseren Augen perfekt nach München passt und in dieser Form etwas Einmaliges ist. Insofern sind wir auch nicht wirklich überrascht, dass wir mit unserem Salon L2 Begehrlichkeiten wecken. Modenschauen und Produktpräsentationen liegen auf der Hand, aber auch chillige Pre-Party-Sessions sind denkbar. Es wird viel passieren, lassen Sie sich überraschen.

Sie haben vor allem das jüngere Publikum im Visier?

Ich würde hier keinen Generationenkonflikt heraufbeschwören, denn grundsätzlich glaube ich, dass die Vorstellungen von Service und Styling bei den verschiedenen Altersgruppen gar nicht weit auseinander liegen. Jeder Mensch möchte individuell und respektvoll behandelt werden und jeder möchte das perfekte, zum Typ passende Styling. Da geht es meinen beiden Töchtern nicht anders als mir. Und unsere Erfahrungen seit der L2 Eröffnung am 1. Juli bestätigen das. Unser Publikum ist in beiden Salons bunt gemischt und bester Laune.

Sie expandieren ausgerechnet in Krisenzeiten. Erklären Sie uns Ihr Erfolgsgeheimnis.

Darüber habe ich ehrlich gesagt noch nie nachgedacht, weil wir unsere Gäste einfach nur so behandeln wie wir selbst gerne behandelt werden wollen. Schließlich haben Menschen nicht nur eine rationale Seite, Dienstleistung muss auch im Bauch ankommen. Ich jedenfalls bin fest davon überzeugt, dass erst Leidenschaft das Herz höher schlagen lässt. Für uns ist die Marke Lippert's Friseure ein Lebensgefühl. Vielleicht ist das emotionale Erlebnis, das Erfolgsgeheimnis.

Das Gespräch führte Markus Bistrick

*Laufsteg der Eitelkeiten



Das Leben ist die Kunst der Begegnung und L2 in der Alten Börse am historischen Lenbachplatz die frische Lustquelle menschlicher Existenz. Ein zeitloses Integral des Alltags wie des Festtags, ein stylisches Experimentierfeld sinnlicher, sozialer und ästhetischer Sehnsüchte und damit eigentlich „nur“ die Kopie eines modernen Klassikers. Eigentlich, denn diese Kopie ist ausnahmsweise nicht schlechter als das Original. Wie auch, liegen doch zwischen den beiden exklusiven Salons keine Welten, sondern gerade einmal zehn laufende Meter städtischer Pflastersteine. Das schafft auf der einen Seite ziemlich genau 100 Prozent mehr Raum für individuellen Service, insgesamt 500 Quadratmeter, und verhindert auf der anderen Seite den Qualitätsverlust klassischer Filialbetriebe. Denn eines ist für Star-Coiffeur Wolfgang Lippert nicht verhandelbar: der Respekt vor dem Individuum und die daraus abgeleiteten Erlebnisqualitäten, die Lippert's Friseure auszeichnen und bereits Stars wie Paris Hilton, Sarah Connor oder Verona Pooth verzaubert haben. Und so sind es ab sofort exakt doppelt so viele Gäste, die am Münchner Lenbachplatz von bis zu 50 international gefragten Stylisten gleichzeitig verwöhnt werden können.

„Wir wollen nicht alle über einen Kamm scheren, sondern jedem unserer Gäste individuell und unangestrengt den bestmöglichen Service bieten“, sagt Wolfgang Lippert und meint damit: „Das Handwerk perfekt zu beherrschen ist für mich Grundvoraussetzung, dazu aber auch noch ein guter Gastgeber zu sein, das macht den feinen Unterschied.“ Dem Gast etwas geben meint im konkreten Fall nicht nur eine Verkürzung der Wartezeiten, sondern einen großzügigen, bedürfnisgerecht interpretierten Ort der Kommunikation. Einen echten Laufsteg der Eitelkeiten, der die Sehnsucht nach den schönen Dingen des Lebens, nach der Leichtigkeit des Seins, nach kompromisslosem Wohlbefinden in den Mittelpunkt dessen rückt, was der genussorientierte Mensch erstrebt. „Erlebe dein Leben“ gilt L2 dabei als kategorischer Imperativ und der saloneigene Catwalk für Modenschauen und Events sowie die stylischen Stühle mit Massagefunktion und wegklappbare Spiegel als Mittel zum Zweck. Denn Glück kann man haben oder empfinden. Das ist ein Unterschied. Und so ist und bleibt Lippert's Friseure München ein Lebensgefühl. In etwa so eines wie ein cremiger Cappuccino zwischen schmerzfreien Vespa-Piloten, die sich in Lücken zwängen, die es eigentlich nicht gibt.

Als am 19. Mai die Bauarbeiten zu L2 in der Alten Börse beginnen, braucht es eine gehörige Portion Fantasie, vor allem aber präzise Baupläne, um die stylische Architektur des exklusiven Salons zu erahnen. Zwischen Bild eins und Bild sechs (Zeitleiste unten) liegen übrigens gerade einmal sechs Wochen.





*Grand Opening

16. Juli 2009, 19.30 Uhr, Alte Börse München. Sonnenlicht verzaubert das historische Ensemble am Lenbachplatz. Blitzlichtgewitter. Zaungäste reiben sich die Augen, als die 300 geladenen Gäste aus Wirtschaft, Medien und Showbusiness in schwarzen BMW 7er- Limousinen und MINI Clubman im Minutentakt vorgefahren werden. Unter ihnen bekannte Namen wie die Modedesignerinnen Sarah Kern und Claudia Effenberg, Dirndl-Queen Lola Paltinger, die Moderatorinnen Uschi Dämmrich von Luttitz und Eva Grünbauer, Skiflug-Weltmeister Sven Hannawald, Grammy-Gewinner Harold Faltermeyer („Axel F.“), Sternekoch Heinz Winkler, Moderator Alexander-Klaus Stecher (führte durch den Abend) und viele, viele mehr. Sie alle sind der exklusiven Einladung gefolgt, um an jenem Ort, an dem noch bis zum 1. November 2007 deutlich weniger glamourös mit Aktien gehandelt wurde, das L2 Grand Opening zu feiern. Dem Anlass entsprechend mit prickelndem Champagner und Flying Buffet. Nach dem Empfang ging es dann gemeinsam über den roten Teppich ins Restaurant Lenbach. Dort, im alt ehrwürdigen Gobelin-Saal, griff Wolfgang Lippert, der Regisseur dieses glanzvollen Gala-Abends, zum Mikrophon: „Film ab! Es darf gefeiert werden.“ Und es wurde gefeiert. Bis in die frühen Morgenstunden. Dafür ein dickes Dankeschön an unsere bestens gelaunten Gäste und für die freundliche Unterstützung an Wella sowie die BMW Niederlassung München.





*Bitte Zahlen!

228
Quadratmeter
misst L2

90
indirekte
Leuchtstoffröhren
und 30 Spots setzen
L2 in Szene

1,5
Kilometer Kabel
wurden mal eben so
verputzt



12
Meter misst Münchens
erster „Laufsteg der
Eitelkeiten“

20
stylische Plätze

4
LCD Fernseher

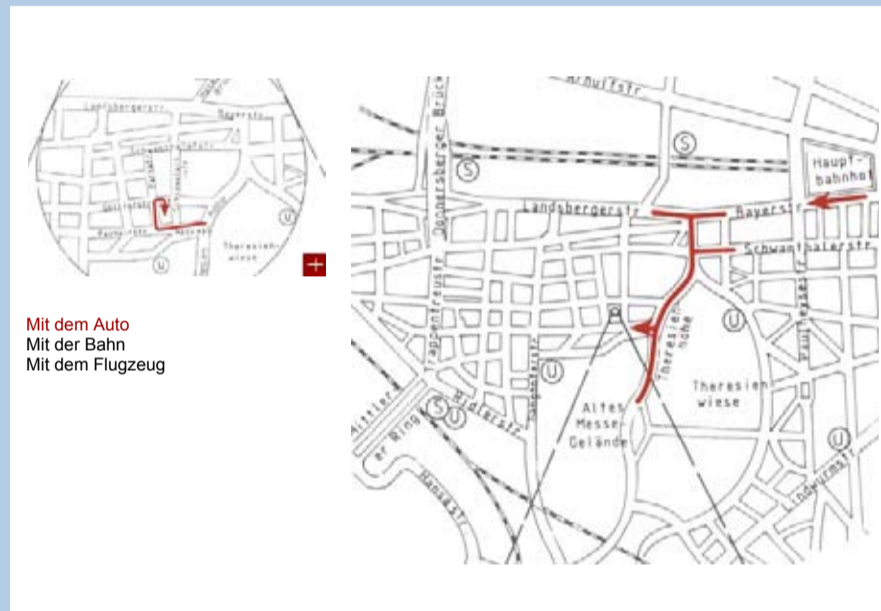
6
Wochen
wurden für Um- und
Ausbau benötigt

12
Firmen
waren an der
rasanten L2 Entstehung
beteiligt

74
Stunden
pro Woche
erreichen Sie
Ihr L2 Team

543489990
lautet die Hotline
zu Ihrem ganz
individuellen L2 Styling

ZENTRAL



Das persönliche Vier-Sterne-Hotel im Zentrum Münchens

In ruhiger Gartenlage mit 47 exklusiven Zimmern / Suite mit Whirlpool, Businesszimmern mit Infrarotkabinen, Konferenzraum mit Bistrobereich.

Park-Hotel Theresienhöhe
Parkstraße 31a • 80339 München
Tel.: 089/51995-0 • Fax: 089/51995-420
info@parkhoteltheresienhoehe.de
www.parkhoteltheresienhoehe.de

RUHE