



Ein halbes Pfund Süßigkeiten

Wie ein Friseurunternehmen aus einer schwäbischen Kleinstadt „Service-weltmeister 2006“ des Landes Baden-Württemberg wurde. CLIPS-Redakteur Rüdiger Schmitt auf den Spuren des Marketing-Einmaleins

Auf dem großen Tisch im Mitarbeiterbesprechungsraum liegen mehrere Pfund Süßigkeiten. Nett verpackt in kleinen Tüten à 250 Gramm mit Schleife dran und einer Fingerpuppe inklusive als pädagogisches Alibi sozusagen inmitten der Kariestäter. Als Stefanie Gresser die Tür des Mitarbeiterzimmers schließt und zu mir kommt, zeige ich auf die Tüten und frage mit Verschwörerlächeln: „Etwas größerer Kindergeburtstag?“ „Nein“, sagt sie lachend, „das ist für die Kinder, deren Luftballon zurückgekommen ist“. Meinem fragenden Blick entnimmt sie, dass die Antwort erklärungsbedürftig ist. Und damit sind wir mitten im Thema: Stefanie Gresser wurde vom Land Baden-Württemberg mit der Auszeichnung „Serviceweltmeister“ bedacht. Auf die Ausschreibung des Landes hin, hatte das Ehepaar Gresser

die Bewerbung eingereicht. Der Salon „Creativfriseur“ liegt in „Allmersbach i.T.“. Die Abkürzung steht für „im Tal“, das sagt schon einiges aus. Viereinhalbtausend Einwohner hat Allmersbach. Die Talsenke ist zu überwinden, wenn man ins nahe gelegene Backnang will oder gar weiter nach Ludwigsburg, das nächste Nadelöhr zur großen weiten Welt. Fünf Mitarbeiterinnen hat Stefanie Gresser, sechs Bedienplätze (zuzüglich einem Holz-Motorrad und -Pferd für die Kinder). Ihr Mann kümmert sich um die Werbung. Seit vier Jahren ist Stefanie Gresser selbstständig, vor einem Jahr hat sie den 140 Quadratmeter großen Salon bezogen. Waschen, Schneiden, Föhnen kosten hier 35 Euro, das ist fürs Tal teuer. In Stuttgart wäre das wohl eher günstig, meint sie verschmitzt. Von Montag bis Mittwoch ist von 8.30 bis 19 Uhr ge-

öffnet, donnerstags und freitags von 7 bis 22 Uhr, 15 Stunden Servicebereitschaft sozusagen, samstags ist dann aber um 14 Uhr Schluss. Fast 70 Stunden in der Woche ist das Team des Creativfriseurs für seine Kunden da. Da fängt der Service schon an.

Was macht Stefanie Gresser, was andere nicht machen? Wieso bekommt eine „Dorffriseurin“ solch eine Auszeichnung, in einer Kleinstadt, in der Männer nur einen Haarschnitt wollen, weil schon die Kopfmassage was Fremdartiges ist und nur die Frauen mit einem durchschnittlichen Dienstleistungsfaktor von 2,5 und einem Colorationsanteil von immerhin 40 Prozent modische Ausrichtung beweisen? Gewonnen hat sie zum einen dank ihrer Service-Ideen anlässlich der Fußball-WM im eigenen Land. Während der fuß-

ballbegeisterten Wochen hatte sich das Team des Creativfriseurs zu 100 % auf WM eingestellt. Dekoriert war mit Fußbällen, die Glotze prominent im Salon platziert, die Mitarbeiter trugen Nationaltrikots. Am Ende allerdings nur noch das deutsche. Das musste dann jede Nacht gewaschen werden und ab in den Trockner, damit man am nächsten Morgen wieder adrett die Kunden begrüßen konnte. Den Kunden wurden - kostenlos natürlich und wer mochte - farbige Extensions-Strähnen in den Nationalfarben nach Gusto in die Haare appliziert. Inklusive des Versprechens, die Strähnen nach Ablauf der WM natürlich wieder zu entfernen. Als Sahnehäubchen gab's noch die in jenen Tagen obligatorische Gesichtsbemalung (diverse farbige Streifen als Ausdruck des Nationalgefühls). Während zweier spezieller WM-Kindertage durften die Kinder sich die Looks der Stars aussuchen. „Poldi“ war angesagt oder „Schwein“, und natürlich mussten Stefanie Gresser und ihr Team an diesen Tagen die Pressekonferenz verfolgen, damit sie sehen konnten, welchen Look das Team jetzt wieder trug. Gewonnen hat der Creativfriseur zum anderen die Auszeichnung, weil er das, was andere „auch“ machen, vielleicht etwas konsequenter gemacht hat.

Überhaupt die Kinder: Denen wird beim Creativfriseur besonderer Raum eingeräumt. Im wahrsten Sinn des Wortes: Die Kinderecke schmücken diverse Spielangebote, das Kinder-Video lenkt Zappelphilipp im Bedarfsfall vom Haarschnitt ab, und diverse Haarschmuck-Utensilien sorgen für entsprechende Finishqualitäten im Kindersegment. „Wir sind ein Familienfriseur“ sagt Stefanie Gresser. Das ist für die einen vielleicht ein Schimpfwort, für sie ist es ein Wettbewerbsvorteil. Hier funktioniert noch das klassische Schema: Wenn eine Spielerecke da ist, kann auch Mama zum Friseur. Und wenn sie mal ganz ohne die Kleinen ausgehen möchte, dann kommt sie eben abends, wenn Papa zu Hause ist (Öffnungszeiten bis 22 Uhr). McDo-

nalds macht es vor und der Creativfriseur macht es nach. Wo die Kinder hinwollen, da gehen eben auch die Erwachsenen hin. Folglich organisiert Stefanie Gresser immer am ersten Montag im Monat einen Kindertag. Dafür werden die Kinder (bzw. deren Eltern) angeschrieben („Jeder, der hier seinen Fuß reinsetzt, wird erfasst!“) und auf den aktuellen Kindertag hingewiesen. Unterschiedliche Aktionen am Kindertag sorgen dafür, dass das Highlight nicht der Friseurbesuch bleibt. Beim letzten Kindertag hat Stefanie Gresser für alle Kinder, die an diesem Tag kamen, einen mit Gas gefüllten Luftballon, an den eine Postkarte mit dem Namen des Kindes angehängt war, auf die Reise geschickt. 60 Kinder kamen am Kindertag (Schnittpreise am Kindertag: 80 Cent pro Lebensjahr, bis einschließlich 12 Jahre), 60 Luftballons gingen auf die Reise. Für all jene, deren Postkarte von großen und kleinen Findern zurückgeschickt wurde (immerhin 15 Stück), gibt es jetzt einen Besuch im nahe gelegenen Fun-Park, einem Erlebnisspielplatz. Um die 15 Kinder im Alter von zwei bis acht Jahren dort dann zu betreuen, nimmt die Chefin drei Mitarbeiterinnen mit. Und zudem gibt es die Tüte mit den Süßigkeiten. Eben jene, die den Redakteur so neugierig machte.



Kinderecke beim „Creativfriseur“: McDonalds macht es vor - wo die Kinder hinwollen, müssen auch die Eltern hingehen.

Und was macht Stefanie Gresser sonst noch? Das „Übliche“: Styling-Workshops, Kooperationen mit Fotografen, Visagisten, Blumengeschäften, dem Optiker im Dorf, Spenden-Aktionen und so weiter. Nichts, was andere nicht auch machen. Eine einfach vervielfältigte Salonzeitung informiert im regelmäßigen Turnus über die ganzen Aktivitäten, welche anstehen, wie erfolgreich sie waren, wer mitgemacht hat. Und damit steht Stefanie Gresser auf und öffnet die Tür des Mitarbeiterraumes. Auf der Tür klebt ein Zettel mit der Aufschrift: „Du betrittst jetzt das Land des Lächelns“. So wird man Serviceweltmeister. Indem man sich etwas einfallen lässt, einfach bei einem Wettbewerb mitmacht und darüber spricht, was man macht. So einfach und doch so schwer.

Weitere Infos: www.creativfriseur.de



Stefanie und Achim Gresser: Klassische Marketing-Ideen etwas konsequenter umgesetzt als andere.