

Mitarbeitergewinnung durch Wertschätzung Azubi-Marketing: Friseur-Nachwuchs darf mit Stretch-Limousine vorfahren

handwerk-magazin.de/azubi-marketing-wertschaetzung-fuer-den-friseur-nachwuchs/150/4/390193
Betrieb - 25.06.2019

Um seine Azubis im Geschäft zu begrüßen, hat sich Friseurmeister Peter Gress etwas Besonderes ausgedacht: Zum Einstand gibt es eine Party-Fahrt mit der Stretchlimo inklusive Zwischenstopp mit Drink an der Bar. Das Ritual ist jedoch mehr als ein Marketing-Gag, dem Unternehmer geht es vor allem um die Wertschätzung seiner Mitarbeiter.

von Sandra Rauch

Themenseiten: [TS Ausbildung](#) und [TS Fachkräftemangel](#)



Singen, lachen und einfach Party machen: Sara Rogulja ist bei der Ankunft im Salon in Spitzenstimmung. - © Gress Friseure, Esslingen

An einem Samstag im April fährt am Rossmarkt in Esslingen eine **weiße Stretchlimousine** vor. Der Chauffeur öffnet die hintere Tür, eine Fotografin springt aus dem Wagen und stellt sich in Position. Wie **Popstars** steigen Sara Rogulja, Alessandra Palmieri, Elle Harriman und Maria Kitlitzko aus dem überlangen Luxusauto. Die jungen Frauen lachen, winken und gehen die paar Schritte auf dem **roten Teppich zum Salon von [Gress Friseure](#)**. Friseurmeister Peter Gress, blauer Anzug, weiße Turnschuhe, steht schon in der Tür und begrüßt jede herzlich.

Sektempfang mit Chefs und Eltern

Im Salon gibt es Sekt, auch die **Eltern der jungen Frauen** sind gekommen und trinken ein Gläschen mit. Die Party-Fahrt mit der Stretchlimo ist ein **Willkommensgeschenk** für Maria, die neue Auszubildende, Elle, die neue Meisterin, Sara, die ihre Coloristen-Ausbildung bestanden hat, und Alessandra, die nach längerer Pause wieder im Salon beginnt. Seit rund zwölf Jahren begrüßt Peter Gress so **seine neuen Azubis und Mitarbeiter**, die wieder im Geschäft anfangen. Begonnen hat alles mit einem Zufall: Ein Freund von Gress vermietete damals Stretchlimousinen. Peter Gress rollte einen roten Teppich vor dem Laden aus und ließ „seine Mädels“ durch die Stadt kutschieren – **der Beginn eines Rituals**, das jedes Mal für viel Aufmerksamkeit sorgt.

Stretchlimo als echter Hingucker

„Die Geschichte **macht allen Spaß**“, sagt Gress. „Die Mädels, und manchmal natürlich auch Jungs, dürfen den Fahrer durch die Stadt lenken. In der Limo machen sie Party und es gibt immer einen **Zwischenstopp für einen Drink in einer Bar oder einem Hotel.**“ Wenn die Stretchlimousine vor dem Salon hält, sind Zuschauer garantiert: Beim Italiener gegenüber sind die Außenplätze bei schönem Wetter meist komplett besetzt. „Die schauen natürlich alle was da los ist“, freut sich Gress. „Mit einem **Einsatz von 300 Euro für die Limousine und die Drinks** habe ich einen richtig genialen Werbeeffect.“ Und das nicht nur live vor Ort, sondern auch bei , wo der Friseurmeister seine Aktion mit Posting und Video unter die Leute bringt.

Wertschätzung der Mitarbeiter als Erfolgskonzept

Ob das Event hilft Azubis zu finden oder Mitarbeiter ans Geschäft zu binden? „Natürlich kommt niemand, weil er bei uns mit der Stretchlimo rumfahren kann“, sagt Gress. Das Willkommensritual sei vielmehr ein **Teil von verschiedenen Aktionen des Friseurbetriebs, um Wertschätzung für die Mitarbeiter zu zeigen.** Eine Strategie, die aufgeht: Zwar sei der Betrieb „im Grunde permanent auf der Suche nach Azubis“. Doch **es gelinge immer freie Stellen zu besetzen.** „Dass wir jemanden ganz dringend suchen, ist in den letzten neun Jahren nicht mehr vorgekommen.“