

WASCHANLAGEN

Portale auf Speed

Ob und wie man eine eigene Waschanlage in der Werkstatt oder im Autohaus betreibt, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Die Kapazität der Anlage sollte sich immer an den Stoßzeiten orientieren.



Sieht schon im Stand schnell aus: Software Pro Classic Race von Washtec.

gänglich macht. Dazu gibt es jedoch viele Aspekte zu überdenken. Zunächst stellt sich natürlich die Frage, ob die Anlagenkapazität ausreicht für die interne Servicewäsche und eine kommerzielle Wäsche. Dies wird mit zunehmender Größe des Unternehmens und damit steigender Zahl der Werkstattdurchgänge mit anschließender Servicewäsche immer schwieriger. Schließlich will man vermeiden, dass sowohl die Werkstattkunden als auch die Washkunden lange Wartezeiten ertragen müssen, weil sich vor der Washhalle eine lange Schlange gebildet hat. Dies wäre kontraproduktiv, weil einerseits die internen Abläufe gestört würden, andererseits die Washkunden bei langen Wartezeiten schnell abwandern.

Auch die Platzierung der Anlage auf dem Betriebsgelände spielt eine Rolle. Ist die Zufahrt zu kompliziert, schreckt das nicht nur Washkunden ab, sondern führt auch zu erhöhtem Verkehrsaufkommen auf dem Gelände, das sowohl die Abläufe stören kann, als auch das Unfallrisiko erhöht.

Die Servicewäsche nach einem Werkstattbesuch gehört heute in Autohaus und Werkstatt zum kundenfreundlichen Standard. Darüber hinaus muss auch der eigene Fahrzeugbestand an Neu-, Gebrauch- und Vorführwagen regelmäßig gepflegt werden. Voraussetzung ist eine Waschanlage, deren Fahrzeugdurchsatz auch in Spitzenzeiten ausreicht, um lange Wartezeiten zu vermeiden. Vor allem am frühen Nachmittag, wenn die meisten Werkstattdurchgänge

erledigt sind, drängen sich die Kundenfahrzeuge vor der Washhalle. Hier werden bei der Planung oft zwei grundsätzliche Fehler begangen. Um die notwendige Kapazität zu ermitteln, sollte man sich einerseits nicht an den durchschnittlichen Waschzahlen pro Woche oder Tag orientieren, sondern an den Spitzenwerten eines Tages. Andererseits ist die vorherrschende Meinung, dass für die Servicewäsche im Autohaus eine günstige Anlage ausreicht, nicht zielführend. Entscheidend ist nämlich nicht die Ausstattung oder die Zahl der Waschprogramme, sondern die maximale Stundenkapazität der Anlage.

Wartezeiten vermeiden

In Kfz-Betrieben stellt sich schnell mal die Frage, ob man die für die Servicewäsche vorhandene Anlage auch öffentlich zu-

Bedarfsorientierte Ausstattung

Auch für die Ausstattung der Anlage spielt der Einsatzzweck eine Rolle. Werden ausschließlich Servicewaschen durchgeführt, kann auf Show-Effekte wie LED-Bling-Bling verzichtet werden, der Kunde sieht die Anlage in der Regel eh nicht. Wichtiger sind hier schon Durchfahrtshöhen und -breiten, bei denen man den Bestand an Kundenfahrzeugen, hier vor allem Lieferwagen, aber auch große SUV, berücksichtigen sollte. Bedienelemente und Programmstruktur können für den internen Gebrauch ebenso einfach gehalten werden. Dies ändert sich, sobald die Waschanlage für den kommerziellen Betrieb zugänglich ist.

Anhand unterschiedlicher Ausstattungsoptionen an der Maschine lässt sich

KURZFASSUNG

Ob eine Waschanlage nur intern oder auch kommerziell eingesetzt wird, hängt von vielen Faktoren ab. Die Waschanlagenhersteller bieten schnelle Maschinen für entsprechende Kapazitäten.

eine Waschprogrammstruktur erzeugen, die man zu verschiedenen Preisen vermarktet. Ein Programm mit Unterbodenwäsche lässt sich beispielsweise im Winter besonders gut verkaufen und ist für den Autofahrer auch nachvollziehbarer als das reine Waschen und Trocknen. Das Pendant während der Sommermonate kann mit Spezialprogrammen gestaltet werden, die eine Ablösung hartnäckiger Insektenrückstände oder Pollen beinhalten. Im Premium-Preissegment der Waschprogramme finden sich dann Elemente wie Wachsversiegelungen mit „Repair-Effekt“ oder Politurprogramme. Zum Handwerkszeug der kommerziellen Autowäsche gehört darüber hinaus allerdings auch das entsprechende Säbelraseln – mit attraktiv designten LED-Anzeigen, modernen Dekors an der Anlage und natürlich imposanten technischen Arbeitsabläufen der Maschine bietet man den zahlenden Washkunden die Show, die zum Preisniveau der Dienstleistung passt. Außerdem muss ein Bedien- und Startsystem installiert werden, damit die Anlage vom Kunden bedient werden kann.

Organisationsfrage

Zwei Praxisbeispiele verdeutlichen die unterschiedlichen Anwendungen. Bei BMW Reisacher mit vier Betrieben in Ulm, Memmingen, Landsberg und Krumbach, rund 15.000 Bestandskunden und zwischen 70 und 100 Werkstattdurchgängen

CHECKLISTE

Vor der Entscheidung sollten sich Betriebe mit folgenden Fragen auseinandersetzen:

- Reicht die Stundenkapazität der Anlage auch in Spitzenzeiten aus?
- Soll die Anlage öffentlich zugänglich gemacht werden?
- Welche bedarfsorientierte Ausstattung nach individuellem Einsatzzweck ist notwendig?

am Tag, laufen an zwei Standorten gleich zwei „Quantus“-Portalanlagen von Christ. Trotz einem Durchsatz von 18 Fahrzeugen pro Maschine und Stunde kommt eine kommerzielle Wäsche nicht in Betracht. Zu straff sind die Abläufe durchorganisiert, zu den Kundenfahrzeugen kommen noch Vorführ- und Ausstellungsfahrzeuge sowie die Autos aus der hauseigenen Aufbereitungsfirma dazu, so dass die Anlagen voll ausgelastet sind. Ein hoher Aufwand, der sich aber rechnet, weil ein Outsourcen der Wäschen einen noch höheren, vor allem logistischen Aufwand bedeutet hätte.

Ganz anders der Ansatz im Autohaus Sedlmair, einem Skoda-Händler mit VW-Service in Eching-Weixerau bei Landshut. Hier werden kommerzielle Wäschen aktiv vermarktet, indem man einerseits jedem Käufer eines Fahrzeugs die Autowäschen über die Laufzeit des Fahrzeugs zum halben Preis anbietet, andererseits fremden Washkunden Zehnerwaschkarten zum

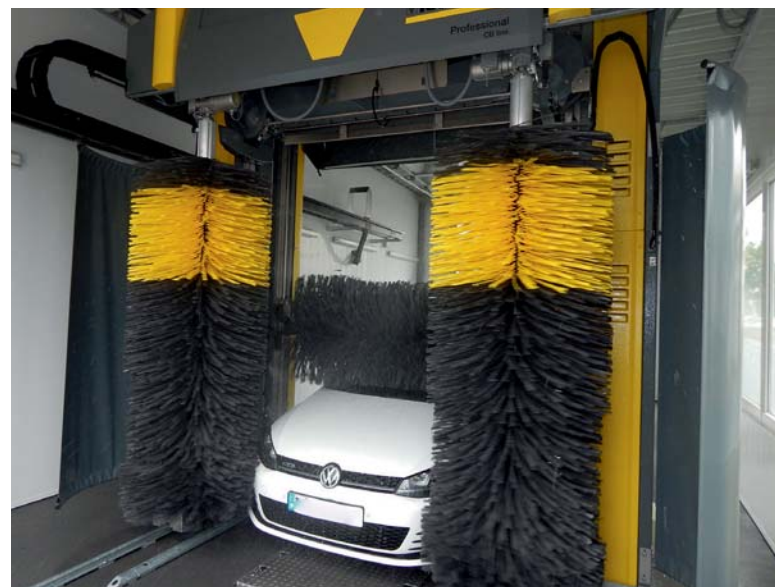
Preis von acht Wäschen oder Wertkarten für 60 Euro zum Preis von 50 Euro anbietet. Damit belohnt man nicht nur die eigenen Kunden für ihre Treue, sondern „lockt“ auch markenfremde Autofahrer in den Betrieb. Da die Wäschen im Autohaus gekauft werden müssen, kommen so auch potenzielle Autokäufer ins Haus. Die Anlage muss soviel Ertrag generieren, dass die Leasing- und Wartungskosten gedeckt sind und somit die Servicewäschen ohne Preisaufschlag durchgeführt werden können.

Einfach schnell

Waschanlagenhersteller wie Christ, Washtec oder Kärcher haben aktuelle Anlagen im Programm, die speziell auf schnelle Durchlaufzeiten getrimmt sind. Die Vario Speed von Christ ermöglicht eine Programmstruktur von der einfachen Wäsche in 3,20 Minuten bis zum Politurprogramm in 5,20 Minuten. Auch die Softcare Pro Classic Race von Washtec beinhaltet eine Expresswäsche mit nur dreieinhalb Minuten Laufzeit. Die Portale der CB Line von Kärcher sind ebenfalls mit einem Schnellwaschprogramm ausgerüstet, von der Drei- über die Fünfbürsten- bis zur Taktanlage. Die schnellen Waschgänge werden erreicht, weil man jeden Überlauf, egal ob Vor- oder Rücklauf, mit Programmschritten belegt hat und somit keinen Leerlauf hat. Damit sind schnelle Abläufe, ob Service- oder kommerzielle Wäsche, garantiert. *Dieter Vätthöder*



Christ Vario Speed: auf das Nötigste reduziert, aber funktionell und vor allem sehr schnell



CB Line von Kärcher mit drei oder fünf Bürsten oder als Takt-Anlage und immer mit Schnellprogramm