



Drive-in für den Ölwechsel

Ölwechsel | Waschstraßenbetreiber Mr. Wash Autoservice AG importierte vor 25 Jahren eine Idee aus den USA nach Deutschland: Ölwechsel ohne Termin zu Festpreisen im Zwölf-Minuten-Takt. Das Konzept ging auf – an den 16 MacOil-Stationen deutschlandweit brummt es.



Foto: Dieter Vöhröder

Schlange stehen, um Zeit und Geld zu sparen. Die MacOil-Station in Frankfurt am Main an einem ganz normalen Morgen unter der Woche.

Waschen, föhnen, pflegen, schmieren. Es erinnert an die frühere Ford-Kampagne „Rein. Rauf. Runter. Raus.“, mit der der Hersteller seinen Schnellservice bewarb. „Bei uns nur ohne Rauf und Runter“, bemerkt Cornelis Van de Pol, Prokurist der Mr. Wash Autoservice AG augenzwinkernd. Das Unternehmen mit deutschlandweiten Waschstraßen orientiert sich seit jeher an

Serviceleistungen aus dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten. Dort ist es seit Jahrzehnten üblich, nach der Autowäsche noch schnell einen Ölwechsel durchführen zu lassen. So integrierte man 1996 die erste Schnell-Ölwechselstation auf dem Gelände einer neuen Mr.-Wash-Waschstraße in Bielefeld, im gleichen Jahr die zweite an dem ebenfalls neuen Standort Frankfurt. „Mit diesen Stationen hatten wir vom Fleck weg großen Erfolg, sodass wir an den Mr.-Wash-Standorten mit ausreichend Platz weitere Stationen eröffneten. Das sind bis heute 16 Stück, wo wir im Jahr rund 400.000 Ölwechsel durchführen“, erklärt Van de Pol.

Kurzfassung

Ölwechsel schnell und einfach nach der Fahrzeugwäsche – das amerikanische Konzept von MacOil hat auch hierzulande Erfolg. An mittlerweile 16 Stationen in Deutschland gibt es einen Ölwechsel mit Markenöl zum Kampfpriest.

Priorität Herstellervorgaben

Priorität hatten bei der Standortwahl immer die Waschstraßen mit den nachgeordneten Serviceleistungen Innenreini-

gung und Wachsaufrag per Hand. Wo dann noch Platz war, hat man eine Ölwechselstation platziert. Die liefen zunächst unter dem Label „OilChange“, bis man vor zehn Jahren das Konzept nachschärfte und in „MacOil“ umbenannte. Neben der Mr. Wash AG als Betreiber fungiert die in diesem Jahr neu gegründete MacOil GmbH mit Cornelis Van de Pol als Geschäftsführer als Planungs- und Organisationseinheit.

Der Erfolg des Konzepts beruht auf günstigen Festpreisen für den Öl- und Filterwechsel bei ausschließlicher Verwendung von Markenöl und -filter, dem Zeitvorteil für den Kunden bei vollem Erhalt der Mobilität sowie der Integration der Kunden in den Prozess. Oberste Priorität hat dabei stets die strenge Beachtung der Herstellervorgaben. „Ein Kunde, der ein Öl verlangt, das für sein Fahrzeug nicht freigegeben ist, erhält bei uns keinen Ölwechsel. Auch im seltenen Fall, dass sich für ein exotisches Fahrzeug die Ölsorte nicht exakt feststellen lässt, erfolgt kein Ölwechsel“, erklärt Van de Pol. In der Regel identifizieren die Mitarbeiter die rich-



Foto: Dieter Vöhröder

Große Abnahmemengen vom Schmierstoffpartner Shell erlauben eine scharfe Kalkulation der Festpreise.



Foto: Dieter Vähröder

Stationsleiter Mario Köhn bereitet ein Gutmann-Diagnosegerät für die Rückstellung des Serviceintervalls vor.

tige Ölsorte anhand des Fahrzeugscheins über die Shell-Datenbank Lubematch oder TecDoc. Außerdem sind die Stationen untereinander so vernetzt, dass man sich auch gegenseitig helfen kann.

Die Menge macht's

Obwohl MacOil ausschließlich Markenöl des Schmierstoffpartners Shell sowie Markenfilter von Mann einsetzt, profitieren die Kunden von günstigen Festpreisen. Die richten sich nicht nach der Füllmenge, sondern rein nach der Ölqualität, sprich der Spezifikation. Die Preise liegen zwischen 40 und 105 Euro inklusive Garantie-Erhalt, Eintrag in das Serviceheft (auch digital) und Rückstellung der Serviceanzeige. „Aufgrund der hohen Abnahmemengen und daraus resultierenden günstigen Konditionen, die wir an die Kunden weitergeben können, sowie geringer Overhead-Kosten können wir den Service so preisgünstig anbieten“, erklärt Van de Pol. Natürlich tragen auch die hohe Taktfrequenz und damit der hohe Durchsatz sowie die „Mithilfe“ der Autofahrer zu den günstigen Konditionen bei. Durchschnittlich zwölf Minuten dauert ein Ölwechsel.

Beim Besuch der Station in Frankfurt am Main fällt der hohe Andrang an einem normalen Wochentag auf, die Fahrzeuge stehen in vier Spuren in der Zufahrt Schlange. Öffnet sich das Rolltor, fährt der Kunde sein Auto selbst auf die Grube und bleibt im Auto sitzen. Während ein Mitarbeiter den Kunden empfängt, den Fahrzeugschein entgegennimmt und Ölsorte und -menge ermittelt, beginnt ein zweiter

in der Grube bereits mit dem Öffnen der Ablassschraube und entfernt den alten Ölfilter, nachdem er eventuell vorhandene Unterbodenverkleidungen abgeschraubt hat.

Ist der neue Filter montiert und die Ölwanne wieder verschlossen, füllt der „oberirdische“ Kollege das Öl auf. Auf einem Monitor kann der Kunde dabei jeden Schritt verfolgen, über eine Kamera sogar, was unter dem Auto passiert. Nach der Füllstands- und Dichtigkeitskontrolle zahlt der Kunde aus dem Auto heraus und verlässt die Station. Stationsleiter Mario Köhn merkt an: „Normalerweise muss der Kunde das Auto nicht verlassen. Im Moment muss er aufgrund der Corona-Bestimmungen kurz aussteigen, damit der Mitarbeiter die Serviceanzeige zurücksetzen kann.“

Kunden warten gerne

Der gelernte Kfz-Meister arbeitet seit zehn Jahren als Stationsleiter bei MacOil und betreibt seit 2017 die Station in Frankfurt: „Alle Mitarbeiter sind Kfz-Mechaniker. Wir suchen nur gelerntes Personal, sofern geeignet, gibt es auch den einen oder anderen Quereinsteiger.“ Viele der Kunden, und das ist auch die Absicht hinter dem Konzept, kommen nach der Autowäsche

noch zum Ölwechsel. Hauptsächlich ab einem Fahrzeugalter von fünf Jahren kommen die Kunden. „Es gibt aber auch Neufahrzeugbesitzer, die in alter Gewohnheit nach 1.000 Kilometern frisches Öl wollen“, merkt Köhn an. So kommt die Station in Frankfurt im Wochendurchschnitt auf täglich rund 150 Ölwechsel. Das Konzept soll sich weitverbreiten: Erstmals wurde eine MacOil-Station auf dem Gelände einer Shell-Tankstelle in Berlin eröffnet.

Dieter Vähröder |



Foto: Dieter Vähröder

Transparenz wird großgeschrieben: Der Kunde kann den gesamten Ablauf aus dem Auto auf einem Monitor verfolgen.

Cornelis Van de Pol

Geschäftsführer MacOil GmbH

asp: Sind weitere Stationseröffnungen geplant?

C. V. d. Pol: Grundsätzlich sind wir daran interessiert, neue Standorte zu eröffnen. Diese Entscheidung hängt jedoch stark davon ab, wie schnell sich neue Projekte umsetzen lassen, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklung bei den Neuzulassungen von E-Autos.

asp: Käme auch der freie Werkstattmarkt infrage?

C. V. d. Pol: Ich will nicht ausschließen, dass man Gespräche mit dem freien Werkstattmarkt führt und vielleicht einen Weg findet. Als MacOil GmbH können wir ja unabhängig von Mr. Wash agieren. In der Praxis könnte es schwierig werden.

asp: Wo sehen Sie Probleme bei der Umsetzung mit freien Werkstätten?

C. V. d. Pol: Der Erfolg von MacOil beruht auf der Fokussierung rein auf den Ölwechsel. Hinzu kommen die Rationalisierung der Abläufe, die Einbeziehung des Kunden und vor allem der Sofort-Service ohne Termin. Daher halten wir das Konzept eher als ungeeignet für freie Werkstätten.



Foto: MacOil