

EXPRESSWÄSCHE ODER PERSONELLE VORWÄSCHE?

Unter diesem Hauptthema stand die Erfa-Tagung am 16. und 17. März 2010 in Waldorf. Während noch vor einigen Jahren Express-Waschanlagen als Exoten der Branche betrachtet wurden, zeichnet sich hier ein Wandel ab. Bei Neubauten entscheiden sich immer mehr Unternehmer für diese Betriebsführung. Für uns Grund genug, uns im Rahmen einer Erfa-Tagung etwas intensiver mit diesem Thema zu beschäftigen.



Rainer Langlotz, stolzer Besitzer des car-wash-centers

Unternehmensberater Manfred Aiglstorfer zeigte in seinem Einführungsreferat die Unterschiede zwischen Express und konventionellen Waschanlagen auf. Unterschiede, die insbesondere in den Investitions- und Betriebskosten liegen. Während man bei Expressanlagen im Hinblick auf die technische Ausstattung mit höheren Investitionskosten rechnen muss, sind dagegen die Personalkosten entsprechend niedriger. Dies ist für die meisten Unternehmer, die sich für Expressanlagen entscheiden, der wichtigste Grund, diesen Betriebstyp zu wählen. Damit sich die Investitionen und die höheren Betriebskosten rechnen, geht man von einem Waschkapazität

von mindestens 60.000 Wäschchen pro Jahr aus.

Dass es auch anders geht, zeigt die Firma AWT, die bereits seit einigen Jahren, insbesondere in der Schweiz, erfolgreich Expressanlagen betreibt. Inhaber Dellenbach hat eine ganz klare Devise, die da lautet: Ich kann nicht 100 Prozent der Kunden zufrieden stellen, wenn 60 Prozent der Kunden mit meinem Angebot zufrieden sind, so ist das in Ordnung. Die von der Firma AWT betriebenen Anlagen haben ein Durchschnittswaschkapazität von 40.000 Wäschchen pro Jahr. Zwischenzeitlich werden auch 3 Anlagen in Deutschland betrieben. Die Firma AWT beabsichtigt, das Netz weiter auszubauen.

Es bestand jedoch bei allen Beteiligten nach wie vor Einigkeit darüber, dass es sehr schwer ist, bestehende Anlagen auf die Expresswäsche umzustellen. Zwar akzeptieren die Kunden die neue Technik. Wenn sie allerdings zuvor die personelle Vorwäsche gewohnt waren, empfinden sie dies als eine Leistungsminde-

Sonntagswäsche

Ein weiteres zentrales Thema der Erfa-Tagung waren die Auswirkungen der Änderung des hessischen Sonn- und Feiertagsgesetzes. Nach dem neuen Gesetzestext dürfen am Sonntag Auto-waschanlagen geöffnet haben, die mit einer Tankstelle verbunden und komplett geschlossen, d. h. eingehaust sind. Damit hat sich die Wettbewerbssituation in Hessen weiter verschärft. Es gibt harte Auseinandersetzungen zwischen konkurrierenden Waschanlagenbetreibern.

die bis zu Anzeigen, einstelligen Verfügungen und Gerichtsverfahren gehen. Als Verband sehen wir nur eine Möglichkeit, die Situation wieder zu entschärfen: Das hessische Sonn- und Feiertagsgesetz muss geändert werden. Dass dies nicht innerhalb weniger Wochen oder Monate zu erreichen ist, dürfte jedem klar sein. Wir werden jedoch weiterhin alle Kontakte nutzen, um hier eine für die Autowaschanlagen tragbare Lösung zu erreichen. Zunächst haben wir eine renommierte Anwaltskanzlei beauftragt, ein Rechtsgutachten zu erstellen. Es soll geprüft werden, ob eine Klage gegen das hessische Sonn- und Feiertagsgesetz Aussicht auf Erfolg haben kann. Sollte dies der Fall sein, werden wir auf jeden Fall prozessieren.

Werbemaßnahmen

Gerade auf Erfa-Tagungen kann man von seinen Kollegen viele Ideen und Anregungen für eigene Werbemaßnahmen bekommen. So wurde auch auf dieser Erfa-Tagung ausführlich über Marketingaktionen diskutiert. Viele Unternehmer beschränken sich nicht nur darauf, besondere Aktionsangebote zu bieten, sondern setzen auf Give-aways. Hier hat der Kunde etwas in der Hand, erinnert sich an den Betrieb, erzählt es in der Regel auch im Familien- und Bekanntenkreis. Ein Unternehmer besucht ein bis zwei Mal jährlich eine Fachmesse, auf der Restposten zu günstigen Preisen verkauft werden. Andere durch-

Blick in die Fahrzeugpflegehalle



Großzügige Einfahrtsschilder weisen den Weg

forsten die Angebote bei Ebay. Wichtig ist es dabei, dass Give-aways einen gewissen Nutzen haben und auch im Wesentlichen auf den Kundenkreis abgestellt sind. Ist der Nutzen nicht sichtbar, sollten sie zumindest witzig sein.

Als sehr erfolgreich haben sich auch PR-Aktionen in Zusammenarbeit mit den regionalen Tageszeitungen und Anzeigenblättern herausgestellt. Um neue Kunden zu gewinnen, geben einige Unternehmer sehr hohe Rabatte auf sehr hochwertige Waschprogramme. Das senkt zwar für den Aktionszeitraum den Durchschnittspreis, bringt aber auch neue Kunden in die Anlage.

Wichtig bei allen Aktionen ist, dass sie nicht zum Standard werden, d. h. es sollte nicht durchgehend mit Aktionen gearbeitet werden, sondern sie sollten auf drei bis max. vier Aktionen pro Jahr begrenzt sein.

Betriebsbesichtigung bei car-wash-Center Waldorf

Auf dem Tagungsprogramm stand selbstverständlich auch wieder eine Betriebsbesichtigung. Rainer Langlotz, Inhaber der Firma car-wash-Center Waldorf, hatte die Tagungsteilnehmer eingeladen. Das car-wash-Center ist erst im November 2009 eröffnet worden. Rainer Langlotz erläuterte den Tagungsteilnehmern kurz seine Firmenphilosophie:

Dienstleistungen rund um die Fahrzeugpflege auf Basis jahrelanger Erfahrung in der Fahrzeugpflege bei Mercedes Benz, Porsche, Toyota und weiteren Autohäusern, wird nun auch Privatkunden mit Hilfe des Produktportfolios angeboten. Mussten sich die Fahrzeugelgner

biologisch bei der Suche nach einer Waschanlage, Waschboxen, Fahrparkbetreuung, Fahrzeugaufbereitung und -pflege sowie einer Dienstleistung wie smart-repair auf die Fahrt und die Suche nach einem entsprechenden Anbieter machen, können sie seit der Eröffnung des car-wash-Centers Waldorf-Wiesloch alles dort vor Ort finden.

Lackschonend, umweltfreundlich und kundenorientiert lautet die Devise. Diese wurde in optimaler Weise mit der hochmodernen Waschstraße, komplett aus Edelstahl, mit Hochdruckbogen und Textilmaterial ausgestattet, umgesetzt. Die Nano-Glanzversiegelung als mögliche Zusatzleistung ist das i-Pünktchen der maschinellen Lackpflege. Als Kunde mit Kundenkarte gibt es für die Leistungen der Waschstraße bis 20 % Rabatt. Eine biologische Aufbereitungsanlage sorgt für Schonung der Umwelt.



Serviceautomaten für Pflegeartikel und Erfrischungsgetränke

Dazu kommen fünf SB-Waschplätze, für alle die ihr Fahrzeug selbst reinigen möchten.

Zwölf Turbo-Saugerplätze sowie der Fußmattenreiniger stehen für die Innenreinigung nach der Fahrzeugwäsche zur Verfügung. Diese kann aber auch als Express- oder Exklusiv-Innenreinigung beim qualifizierten Fahrzeugpflegeteam vor Ort in Auftrag gegeben werden. Eine Tasse Kaffee verkürzt die Wartezeit.

Damit ist das Angebot des car-wash-Centers Waldorf-Wiesloch an Dienstleistungen noch nicht ausgereicht. Wenn es um „Wellness“ fürs Auto im Frühling oder „Facelifting“ vor dem Verkauf eines Fahrzeuges geht, findet der Kun-

de ebenfalls auf dem Areal erfahrene Profis vor, die ihr Handwerk von smart-repair bis hin zur Fahrzeugaufbereitung und Nano-Wachsversiegelung mit hohem Fachkönnen durchführen. Schon manches hochwertige Fahrzeug der heutigen Zeit wurde hier auf neuerwertigen Zustand zurückversetzt. Sogar aus manch einer optisch schon sehr in die Jahre gekommene Karosserie ist wieder ein ansehnliches Gefährt geworden. Aber auch geliebte, gehegte und pflegebedürftige Oldtimer finden hier ihren Meister der Fahrzeugpflege.

Die ansässigen mittelständigen Firmen und Großkonzerne der Umgebung sind ebenfalls so zufrieden, dass sie mit ihren Geschäftsfahrzeugen gerne kommen.

Verschiedenes

Im weiteren Verlauf der Tagung stand insbesondere die Entlohnung und Motivation von Mitarbeitern im Mittelpunkt. Der durchgeführte Vergleich machte deutlich, dass je nach Region und Kaufkraft die Stundenlöhne sehr unterschiedlich sind. In diesem Zusammenhang wurden auch nochmals die gesetzlichen Vorschriften bei der Beschäftigung von Aushilfen und Teilzeitkräften angesprochen. Einige Tagungsteilnehmer berichteten darüber, dass sie überraschenden Besuch der Zollbehörden erhalten haben, die insbesondere die ordnungsgemäße Anmeldung und Abrechnung der Arbeitskräfte überprüft, sich aber auch teilweise auf die Einhaltung des Arbeitszeitgesetzes konzentriert haben. ■ (SP)



Großes Interesse bei den Teilnehmern für die technische Ausstattung