



alle Fotos: © Christ

Aus der Praxis: Autohaus mit hochwertiger Portalwaschanlage

Kunden loben Waschqualität

Autowäsche zählt mittlerweile zu den selbstverständlichen Service-Angeboten von Autohäusern. Doch welche Waschanlage ist die richtige. Frank Lenz, Autohaus- und Tankstellenbetreiber, berichtet über seine Erfahrungen.

Das Autohaus Lenz im nordrhein-westfälischen Oelde-Stromberg zählt zu den größeren Autohändlern Deutschlands. Für die Wäsche und Pflege vieler Neu- und Gebrauchtfahrzeuge sowie der Kundenfahrzeuge, die in der Werkstatt gewartet oder repariert werden, und die der Tankkunden, braucht Geschäftsführer Frank Lenz eine schnelle Autowäsche mit vortrefflichen Wasch- und Pflegeergebnissen.

„Unsere Ausstattungswünsche für eine neue Portalanlage richteten sich vor allem nach unserem hohen Waschkonsum. Außerdem wollten wir saubere Fahrzeuge mit einer besseren Trocknung bei höherer Geschwindigkeit“, fasst Lenz die wesentlichen Aspekte seiner Vorstellungen und Erwartungen zusammen.

Er verglich diverse Portalanlagenmodelle miteinander, erkundigte sich bei anderen Tankstellenbetreibern, bevor er

sich auf Empfehlung endgültig und mit bestem Gewissen für den Autowaschenhersteller Christ entschied. Der Entscheidung folgten Gespräche über Details mit dem für die Region zuständigen Christ-Fachberater Verkauf Tobias Beier und auch Verkaufsleiter Stefan Schwarzer, deren schlüssige Argumente Frank Lenz dazu bewogen, das „VARIO SPEED“-Anlagenmodell zu wählen. Die Memminger Waschfabrik erhielt darauf-

hin den Auftrag, die neue Portalwaschanlage mit schneller, leistungsfähiger, zuverlässiger und wartungsarmer Technik auszustatten.

Das Ausstattungsergebnis: Sie leistet bis zu einem Viertel mehr Wasch-, Pflege- und Trocken-Power als andere Anlagenmodelle – dank der 16-bar-Hoch-

druckvorwäsche. Jeweils fünf oszillierende Düsen für beide Fahrzeugseiten und beiderseits installierte neue Schaumdüsen gehören genauso dazu, wie das 140 Grad schwenkbare Turbo-Dry-Dachgebläse mit Opti-Air-Funktion. Die XL-Radwascheinrichtung reinigt Räder bis zu 21 Zoll, das Schonwaschmaterial Sensomix+ mit Textil-Anteil und ein Dachwalzen-Spritzschutz vervollständigen das hochwertige wie leistungsfähige Technik-Ensemble.

Schon nach den ersten Wochen stellt Lenz fest, dass die Portalanlage neben

erstaunlich guten Wasch- und Pflegeleistungen, über eine hohe Prozessgeschwindigkeit verfügt. Denn „der Faktor

Produktivität – insbesondere dann, wenn ein Mitarbeiter vorwäscht – spielt schon eine große Rolle. Wenn wir nicht eine bestimmte Anzahl von Wäschen pro Monat

schaffen, arbeiten wir nicht rentabel genug“, erklärt der Autohaus-Chef.

Die verwendete Waschchemie liefert Christ Car Care. „Wir wollten alles aus einer Hand bekommen und somit von Anfang an erreichen, dass die Abstimmung zwischen Maschine und Chemie passt. Vor diesem Hintergrund unterschrieben wir auch einen Service-Vertrag mit Christ. Ein Anwendungstechniker kommt regelmäßig vorbei und kontrolliert, ob die Einstellungen an den Dosierpumpen und die Waschwasserqualität passen, da wir in unserer Region

sehr hartes Wasser haben. Wenn Technik und Chemie von einem Hersteller kommen, passt das gut und viel besser zusammen als andere Lösungen. Ich denke, dass wir dadurch auch die Trocknungsergebnisse sehr viel besser hinbekommen.“

SHOW MIT LICHT UND DUFT

„Die Autowäsche öffnet täglich von sechs bis 20 Uhr. Um möglichst vielen Kunden die Autowäsche anbieten zu können, inszenierten wir gerade eine Aktion, damit bekannt wird, dass unsere Waschanlage bis 20 Uhr geöffnet ist. Autowäscher, die das neue Christ-Portal im Aktionszeitraum von 17 bis 20 Uhr ansteuern, erhalten unsere beste Wäsche zum halben Preis.“

Die beiderseits in Höhe der Schaumdüsen installierten LED-Lichter und die kreisrunden LED-Reihen in den parallel entlang der Führungsschienen des rennsportlich etikettierten Portals angebrachten Einfahrhilfen sorgen für einen gelungenen optischen Rahmen während

„Die Christ Vario Speed ist von der Leistung, von der Geschwindigkeit und vom Service schon ein Knaller.“



FACHGERECHTE
SANIERUNGSLÖSUNGEN
FÜR IHRE TANKSTELLE





Fällt Kunden positiv auf: die akribische Vorwäsche an der Christ-Portalwaschanlage beim Autohaus Lenz.



Kurze Wartezeit: Die Waschzeiten bei der Vario Speed reichen je nach Programm von nur 3:20 bis 5:20 Minuten.

der Wäsche. Sie wirken bei den Autowaschkunden wohl auch nach, da sich das blaue Licht positiv auf die Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit auswirken soll. Wirkung hinterlässt auch ein Duftspender, der den Frischegedanken der Autowäsche in die feinen Kunden nasen übertragen soll.

Den Kunden fällt die äußerst gründliche Vorwäsche der Mitarbeiter auf. Die wiederum wissen, dass die Anlage hervorragende Wasch-, Pflege- und Trockenergebnisse erreicht, wenn die Fahrzeuge akribisch vorbehandelt werden. Nach Vorwäsche und Einfahrt unter das Portal startet der Mitarbeiter die Anlage am Bedienterminal Vario-L.

Derzeit wäscht das Autohaus Lenz noch alle Fahrzeuge im Frischwasserbetrieb. „Wir hatten mal eine Brauchwasseraufbereitungsanlage und werden bald wieder ein derartiges System installieren lassen“, kündigt der Geschäftsführer an. Die neu gegründete geschäftliche Zusammenarbeit mit der Otto Christ AG lässt vermuten, dass sich Frank Lenz die Fontis-S ganz genau erklären lässt. Eine Wasseraufbereitungsanlage, die speziell für Portalanlagen konzipiert wurde.

Die erste Autowaschanlage ließ Familie Lenz 1993 bauen. „Bis dahin wuschen wir mit der Hand in einer Halle mit Stempelbühne – vier Leute, zwei wuschen, zwei lederten die Fahrzeuge ab. Ihr Equipment bestand im Wesentlichen aus Eimer, Schwamm, Lederlap-

pen und Sandstrahler, um etwa Opel Rekord und Admiral, verschiedene damalige BMW-Modelle und viele Porsche, an Samstagen manchmal 60 bis 70 Autos, zu waschen und zu trocknen“, erinnert sich Frank Lenz. „Ich wusch die Felgen, denn an das Fahrzeugdach reichte ich damals noch nicht heran.“

Familie Lenz erweitert das Unternehmen in den 90er Jahren erneut und stellt sich der Herausforderung Gebrauchtwagenhandel und Nutzfahrzeugverkauf. Seit neun Jahren ist das Autohaus Lenz auch Škoda-Vertragshändler. 65 Mitarbeiter engagieren sich in Handel und Verkauf sowie Werkstattservice, Tankstelle und Autowäsche. Das Autohaus verkauft bis zu 3.000 Fahrzeuge jährlich an Interessenten, die aus allen Teilen der Bundesrepublik nach Oelde-Stromberg kommen.

Die große Zahl der zum Verkauf angebotenen Fahrzeuge und die Autos, die zur Inspektion ins Autohaus Lenz fahren, wollen gut und schnell gewaschen werden. „Unsere Kunden loben die Leistungen der Vario Speed sehr“, weiß der Geschäftsführer. „Jedoch behauptet heute jeder, er habe keine Zeit mehr. Wartezeit ist tatsächlich ein ernstes Thema. Niemand akzeptiert sie mehr. Insofern brauchten wir dieses Christ-Portal unbedingt, auch schon deshalb, weil wir die Autowäsche öffentlich betreiben und zu den größeren deutschen Händlern zählen. Sonst müssen beide – Autohaus und Kunden – zu lange warten.“

Aus diesem Grund lässt er in unmittelbarer Zukunft eine zweite Waschanlage auf dem Firmengelände bauen. „Dort sollen sowohl die Gebrauchtwagen als auch Neuwagen von unserem Nachbarn, der Firma Autobid, einer Versteigerungsplattform für Händler, gewaschen werden, um die Christ-Anlage zu entlasten. Zugleich geht es uns darum, die Fahrzeuge unserer öffentlichen Kunden und auch unsere Fahrzeuge schneller waschen zu können“, verrät Frank Lenz die generelle Lösung des Warteproblems.

Auf die Zusammenarbeit mit Christ Wash Systems und Fachberater Tobias Beier angesprochen, antwortet Geschäftsführer Lenz spontan: „Wir haben den besten Ansprechpartner, auf den man sich verlassen kann und der auch schnell reagiert. Die Angebote sind transparent gestaltet.“

Wünschenswert wäre für ihn noch: „Wir leben in einem selektiven Vertriebsnetz. Da wäre es super, wenn man im Bereich sozialmedialer Welt Unterstützung bekommen würde – eine eigene Unter-Homepage, einen Konfigurator oder das, was dem Kunden in der Autowäsche optisch eine Erlebniswelt zelebriert. Wir müssen auch den Autowaschkunden so abholen, wie es uns andere Branchen vormachen, und ihm ermöglichen, den Zeitpunkt seiner Autowäsche mit Internet und Digitalisierung über soziale Netzwerke vorher selbst festzulegen. Ich denke, dass daraus von uns gewünschter Traffic für die Anlage entsteht.“ *ron*