

MIT DEM WASCHPLATZ ZUM MILLIONÄR?

Nein, ganz so schnell und einfach geht es natürlich nicht. Aber eine Erfolgsgeschichte, die uns die Firma Christ zur Verfügung gestellt hat, zeigt, dass das Waschanlagen-Business für Kfz-Betriebe noch satte Erträge liefern kann.

Der Deutsche Sascha Grobe hat eine Leidenschaft: Autos. Und wenn sie blitzblank wie aus dem Werk sind, dann strahlt auch er. Darum hat der Kfz-Meister noch nebenberuflich seine Fahrzeugaufbereitung Car Cosmetic aufgebaut. Was 2008 seinen Anfang nahm – und in der Kollegenschaft so manche zum Schmunzeln brachte – wurde bereits 2010 belohnt: Grobe konnte sich ganz auf seinen Aufbereitungsbetrieb konzentrieren. Seine Leidenschaft und Perfektionismus gipfelten 2017 im deutschen Autopolier-Meistertitel. Das Geschäft lief so gut, dass Grobe rasch seinen Betrieb vergrößern musste. 2018 kaufte er eine rund 3.000 Quadratmeter große Fläche und baute seinen Betrieb durchdacht auf: Neben der Werkstatt für Fahrzeugaufbereitung, Detailing, Lackveredelung, Scheibenaustausch und Oldtimer-Reparaturen bot das Grundstück noch ausreichend Platz für einen Waschpark. Und wer eine Premium-Fahrzeugaufbereitung anbietet, will natürlich auch bei der Autowäsche keine Abstriche machen. „Standard-Waschparks gibt’s genug – das sieht der Autofahrer dann



© Christ (2)

Sascha Grobe (Mitte), flankiert von seinen Kundenbetreuern der Firma Christ

leider am Ergebnis“, sagt Grobe. „Ich wollte ein professionelles Angebot aufbauen, bei dem der Kunde selbst eine qualitativ hochwertige Wäsche bekommt und anschließend zufrieden weiterfährt.“

PSYCHOLOGIE DIE AUTOWÄSCHE

„Ich biete bei Car Cosmetic eine Highend-Fahrzeugaufbereitung an und habe diesen Premiumanspruch natürlich auch bei meinem Waschpark. Deshalb habe ich mich für Christ entschieden“, sagt der erfolgreiche Unternehmer. Als Begründung bringt er die Psychologie seiner Kundinnen und Kunden ins Spiel: „Die Technik in Kombination mit dem auffälligen Lichtkonzept mit viel Bling-Bling und Schuschu haben mich von Anfang an überzeugt. Das hat bei den Kunden den psychologischen Effekt, dass sie das Gefühl haben, dass die Anlage ihr Fahrzeug noch sauberer wäscht als andere.“ Durch die Portalanlage Vega erhalte seine Kundschaft das optimale Reinigungsergebnis inklusive Unterhaltungsfaktor und sei deshalb gerne bereit, mehr für die Wäsche zu bezahlen. Mittlerweile liegt sein Einzugsgebiet bei rund 20 Kilometer. Die Preise fangen bei 9,50 Euro an und gehen rauf bis zu 24,50 Euro. Laut Grobe würden die meisten Kunden zur Diamant-Wäsche um 19,50 Euro greifen. Für den Kfz-Meister Sascha Grobe hat sich der Waschpark zu einem einträglichen Geschäftsfeld entwickelt. Auch dank der fortschrittlichen Technik seiner Christ-Waschplatz-Ausstattung. (red)



Die Portalanlage Vega von Christ sorgt für Entertainment der Kundschaft und saubere Karossen.