

## Erfolgreich waschen und ERLEBNISSE schaffen

Wie können Tankstellen mehr Umsätze über Portalanlagen generieren? Welche Möglichkeiten gibt es, damit die Autowäsche für den Endkunden zum Erlebnis wird? Mehrere Experten verraten ihre Erfolgsrezepte.

TEXT: GERHARD HÖRNER  
FOTOS: CHRIST;  
GERHARD HÖRNER; KÄRCHER; WASHTEC

Portalanlagen haben für Tankstellen einen sehr hohen Stellenwert. Laut der Branchenstudie des Bundesverbands freier und unabhängiger Tankstellen (bfT) ist die Autowäsche das Zusatzgeschäft Nummer eins – und der größte Umsatzbringer im Service-Bereich. Mehreinnahmen können Anlagenbetreiber allerdings nur dann erwirtschaften, wenn sich ihr Angebot an den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe orientiert. Doch was erwarten Waschkunden? Allein mit einem perfekt gereinigten Fahrzeug ist es nicht getan.

Stefan Schwarzer fasst die fünf wichtigsten Bedürfnisse zusammen. „Immer mehr Kunden verbinden mit der Wäsche Begriffe wie Spaß, Erlebnis und Show“, sagt der Vertriebsleiter Por-

talanlagen beim Hersteller Christ aus Memmingen. „Außerdem möchten sie Geld und Zeit sparen.“ Ein dritter Aspekt sei die Sicherheit. „Der Kunde will sich wohlfühlen.“ Dazu gehören zum Beispiel innovative Licht-Konzepte, die Vor- und Pflegeplätze in der Abenddämmerung hell in Szene setzen. Auch das Bedürfnis nach Komfort und einfacher Bedienung besitzt einen zunehmenden Stellenwert. „Wenn ein Autofahrer verzweifelt vor einem Automaten steht, weil die Technik zu kompliziert ist, wird er das nächste Mal woanders hingehen.“

Eine ebenfalls nicht zu unterschätzende Rolle spielt das Image. „Bildern sich vor einer Anlage Warteschlangen, schließen potenzielle Kunden daraus, dass der Service dort gut sein muss.

## CARWASH & CARCARE

Erfolgsfaktor Autowäsche



Mit unserem innovativen Produktsortiment, Green Car Care von Auwa haben Anlagenbetreiber die besten Verkaufsfargumente.

Thomas Brenner, Head of Global Marketing & CRM bei WashTec



Im Marketing wird das Herdenverhalten genannt“, erklärt Schwarzer. Noch mehr verstärkt sich dieses tief in der menschlichen Psyche verwurzelte Phänomen, wenn eigene positive Erfahrungen hinzukommen. Oder wenn Marken bestimmte Assoziationen wachrufen. Wie der Begriff „kärchern“, der es als Synonym für „reinjigen“ sogar in den Duden geschafft hat.

Aus den fünf wesentlichen Kundenbedürfnissen leitet Schwarzer ab, was Anlagenbetreiber tun können, um sich ein Alleinstellungsmerkmal und Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten. „Eine maßgebliche Rolle für den Erfolg spielen die Menschen, die hinter dem Konzept und der Strategie stehen und das Geschäft mit Leben füllen.“ Das gelte auch fürs Personal. „Der Chef sollte seine Mitarbeiter einbinden und ihnen bei einer Probewäsche zeigen, was die Anlage und die Programme können. Schließlich müssen die Angestellten im Shop wissen, was sie verkaufen.“ Außerdem empfiehlt Schwarzer den Betreibern,

### Mitarbeiter einbinden

Perfekt wird das Wascherlebnis aber natürlich erst, wenn der Betreiber auch über leistungsstarke Portalanlagen verfügt. Derzeit umfasst das Portfolio von Christ ein Trio, das laut Herstellerangaben „das Waschgeschäft erstrahlen lässt und zum Leuchten bringt“. Während sich das Modell „Cadis“ besonders für Betriebe mit eher kleineren Waschanlagen eignet, sind die Anlagen „Alpha“ und „Vega“ im Premiumsegment angesiedelt. „Bei den Neuentwicklungen haben wir uns auf möglichst kurze Programmlaufzeiten fokussiert“, sagt Schwarzer. Realisiert wurde dies durch besonders schnelle Antriebe bei den Hub-Systemen (Dachwalze, Dachgebläse), durch die intelligenten Seitenwalzen sowie das schwenkbare Dachgebläse. „Außerdem sind wir der einzige Hersteller, der bei der Wälzentechnik kein Getriebe benötigt. Unsere Modelle „Alpha“ und „Vega“ übertragen die Motorleistung direkt

auf die Welle. Dadurch sparen wir bis zu 15 Prozent elektrische Energie, weil es keine Reibungsverluste gibt.“

### Innovative Anlagen

Gleichzeitig hat Christ die Leistung des Dachgebläses von drei auf vier Kilowatt erhöht. „Das sorgt für maximale Power im Front- und Heckbereich“, erläutert Schwarzer. „An leicht zu trocknenden Stellen reduziert das gestuft schaltbare Turbo-Dry-System die Leistung ▶

# DJEEP

QUALITÄT  
DESIGN  
&  
STYLE



► wieder auf ein erforderliches Minimum.“ Zu den weiteren Highlights der Christ-Anlagen gehören die chemische Vorbehandlung der Felgen und der Auftrag von Insektenlöser. „Per oszillierendem Hochdruck im Rad- und Schwelbereich werden selbst hartnäckige Verschmutzungen mit 85 bar kraftvoll entfernt.“ Auch in Sachen Optik bieten keine Wünsche offen. Design- und Show-Elemente wie Lichteffekte und Bewegtbilder sorgen für Disco-Feeling im Premiumsegment.

Auch WashTec setzt mit seiner „SmartCare“ neue Standards im Bereich der Portalanlagen. „Unser Oberklassenmodell bietet Funktionen und Möglichkeiten, die es im Waschgeschäft zuvor noch nicht gegeben hat“, sagt Thomas Brenner, Head of Global Marketing & CRM beim Weltmarktführer. Durch die „SmartCare“ wird der Betreiber zum

Programmdirektor. Von jedem Platz der Welt aus hat er Zugriff auf die Anlage und kann sie überwachen und steuern. Ein Internetzugang genügt. „Dank der innovativen Lösungen treibt die zuverlässige und robuste ‚SmartCare‘ das Waschgeschäft in neue Höhen und garantiert maximale Verfügbarkeit.“

### Zahlreiche Highlights

Außerdem hat WashTec die Sensorik optimiert. „Das ermöglicht eine präzise Steuerung“, erklärt Brenner. „Dadurch werden auch Schräghecks, Heckspoiler oder schwer zugängliche Stellen bei SUVs perfekt sauber. Herausforderungen wie sehr starken Verschmutzungen und zerkrüfteten Fahrzeug-Oberflächen begegnet die ‚SmartCare‘ mit Hochdruck.“ Zudem kommen sogenannte Turbo-Nozles zum Einsatz. Das sind rotierende Punktstrahl Düsen, die das Fahrzeug kraftvoll vorreinigen, neben den Front- und Heckseiten nun auch im Schwellerbereich. „Auch schlechte Waschergebnisse, die häufig durch zu wenig oder falsche Chemie verursacht werden, sind mit der ‚SmartCare‘ passé“, betont Brenner. „Die intelligente Dosierung ist perfekt auf den gewünschten Waschprozess abgestimmt.“ Auch beim Trocknen hat WashTec durch eine verbesserte Luftführung und präzise Konturverfolgung weitere Fortschritte erzielt. „Zudem haben wir ein wegweisendes Design entwickelt, das dem Betreiber alle Freiheiten zur individuellen Gestaltung lässt.“

Zu den Portalanlagen im Premiumbereich gehört auch die „KleaniStar IQ“. Eine der wichtigsten Innovationen des Kärcher-Produkts ist die intelligente und laut Hersteller „einzigartige“ Seitenbürste. „Sie ist in fünf bis sieben einzelne

Segmente unterteilt“, erläutert Edgar Hasert, Verkaufsleiter Projektierung und Montage Fahrzeugreinigung. „Dadurch kann sie sich komplett an unterschiedliche Formen des Fahrzeugs anschmiegen. Das garantiert auch bei schwierigen Konturen eine sehr gründliche Reinigung und hohe Kundenzufriedenheit.“ Hinzu kommt ein höhenverstellbarer Planetenradwäscher. „Das System funktioniert wie eine elektrische Zahnbürste mit drei rotierenden Bürstentellern, die ihre Richtung rhythmisch ändern. So werden selbst hartnäckigste Verschmutzungen schonend und effektiv entfernt.“

### Nachhaltig waschen

Auch die Dachbürste der „KleaniStar IQ“ ist dreistufig verstellbar. So kann der Betreiber die Höhe seiner Waschhalle optimal nutzen. „Beim Design und der

Farbauswahl kann der Betreiber ebenfalls unter verschiedenen Varianten wählen“, sagt Hasert. „Maßgeschneiderte Hochdruck-Optionen und effiziente Pflegeprogramme machen das Wascherlebnis perfekt.“ Vor kurzem hat Kärcher sein Portfolio um das Modell „KleaniFit“ ergänzt, eine Portalanlage der Einstiegsklasse.

Auch beim Thema Nachhaltigkeit hat Kärcher die Nase weit vorn. „Das“, betont Hasert, „ist eines unserer größten Handlungsfelder.“ Für seine Vorreiterrolle bekam das Familienunternehmen den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022, Europas höchste Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement. Auch bei der Konstruktion der „KleaniStar IQ“ wurde auf Nachhaltigkeit geachtet: Dank der standardmäßigen Sparfunktion benötigt der Betreiber

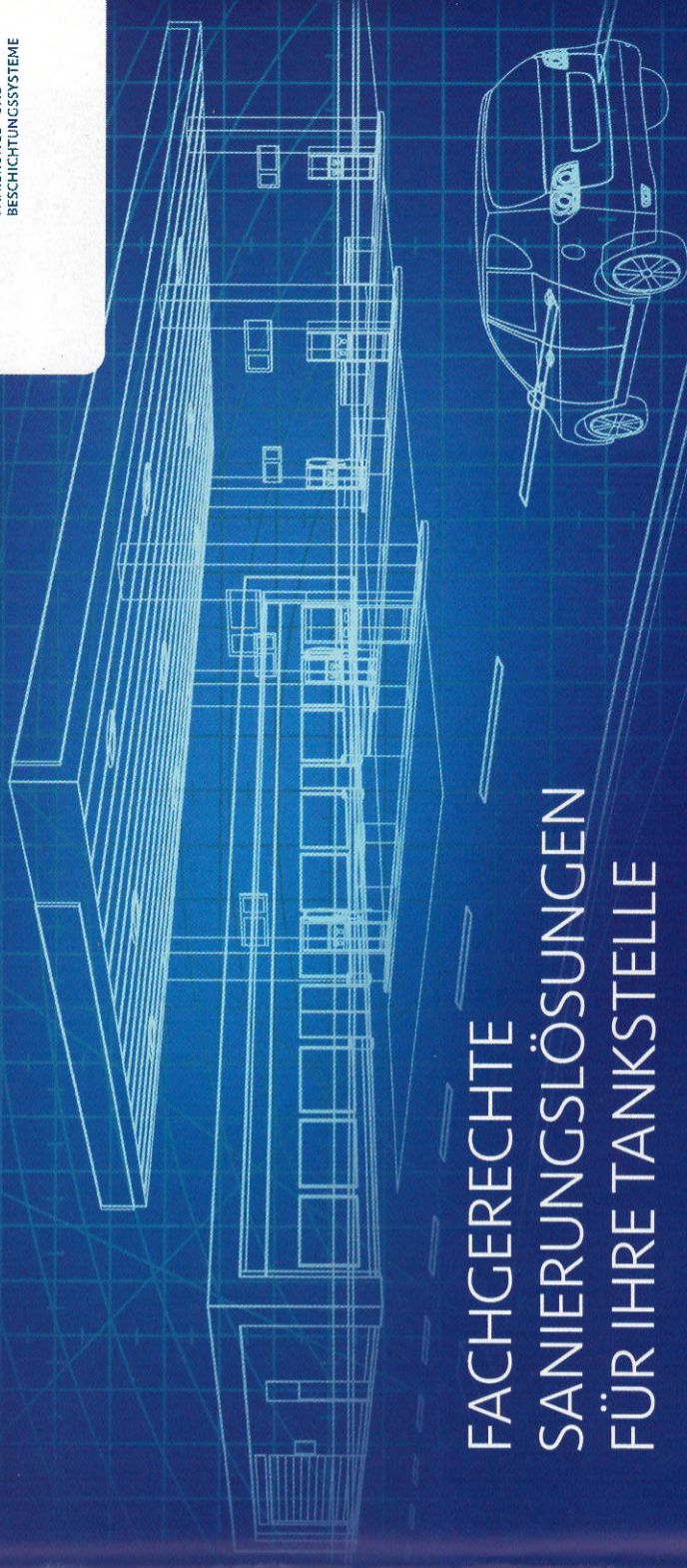
## Nachhaltigkeit: Kärcher zeigt, was ökologisch machbar ist

Obwohl in den letzten Jahren viel passiert ist, bemängelt Edgar Hasert, dass Nachhaltigkeit in der Waschbranche noch nicht den Stellenwert habe, den es eigentlich verdiene. „Leider wird dieses Thema oft noch sehr oberflächlich und nur unter ökonomischen Aspekten betrachtet“, sagt der Verkaufsleiter Projektierung und Montage Fahrzeugreinigung bei Kärcher. Umso mehr freut sich Hasert, dass sein Unternehmen mit einem besonders nachhaltigen Konzept Zeichen setzen konnte. Im schwäbischen Dettenhausen hat Kärcher 2020 gemeinsam mit einem engagierten Start-up-Unternehmer Deutschlands umweltfreundlichste SB-Waschanlage gebaut: Der Clean Park Eco wird ausschließlich mit Regenwasser und Öko-Strom betrieben. „Zukünftig wollen wir solche Konzepte auch verstärkt im Bereich Portalanlagen umsetzen“, kündigt Hasert an.



**Stefan Schwarzer**  
Christ,  
Vertriebsleiter  
Portalanlagen

Wir beobachten, dass sich viele Betreiber von Portalanlagen scheuen, die Preise für ihre Waschprogramme zu erhöhen. Aber diese Furcht ist unbegründet. Nach unseren Erfahrungen ist die Preiselastizität höher als allgemein angenommen wird. Die Endkunden sind bereit, deutlich mehr für die Autowäsche zu bezahlen – natürlich nur, wenn Leistung und Service stimmen. Deshalb empfehlen wir den Betreibern mutig zu sein, wenn es um die Preisgestaltung geht.



## FACHGERECHTE SANIERUNGSLÖSUNGEN FÜR IHRE TANKSTELLE

