



Betreiber Herbert Manz ist auf die Qualität seiner SofTecs-Fahrzeugreinigung stolz.

Fotos: Patrick Neumann

REINIGUNG & PFLEGE

Ein sauberer Frequenzbringer

Autohausunternehmer Herbert Manz hat in einen modernen Waschpark investiert. Ein Ortsbesuch in Schwarzenfeld.

Dass die Entscheidung richtig war, merkt man nach wenigen Minuten. Stolz zeigt einem Unternehmer Herbert Manz den modernen, öffentlichen Waschpark mit autark laufender Portalanlage, zwei SB-Plätzen und intuitiver Bedientechnik, während er freundlich im Vorbeigehen eine Waschkundin begrüßt. Dabei immer ein Lächeln auf den Lippen. Und das liegt nicht nur am perfekten Waschwetter.

Denn mit der Entscheidung, rund 500.000 Euro in den eigenen Angaben zufolge modernsten Autowaschpark der Re-

gion zu investieren, lag der Unternehmer offenbar richtig. Seine zwei Beweggründe: erstens Geld zu verdienen, zweitens die Fahrzeuge der Werkstattkunden zu waschen. Schließlich wünschen sich die Hersteller Volkswagen und Audi, dass ihre Partner die Autos nach der Reparatur sauber übergeben.

Das Autohaus Manz stellt diese Vorgabe neuerdings vor keine Probleme mehr, vorbei also die Zeiten, als die Kfz-Betrieb-Azubis zwischen der örtlichen Tankstellen-Portalanlage und der Böttgerstraße 50 in Schwarzenfeld pendelten – mehrmals am

Tag. Ein enormer Zeitaufwand, der Herbert Manz störte. Frühaufsteher können nun beobachten, dass die Fahrzeuge, die beim VW- und Audi-Partner zum Kundendienst sind, oftmals als Erstes am Tag eines der sechs Waschprogramme durchlaufen. „Die Fahrzeuge werden vor dem Kundendienst gewaschen“, erklärt Herbert Manz. „Hier muss der Werkstattmeister mitdenken.“ Ab 7.00 Uhr geht es los, das entzerrt den gesamten Werkstattprozess.

Mitarbeiter ziehen mit

Im Jahr 1966 machte sich der gleichnamige Seniorchef Herbert Manz gemeinsam mit seiner Frau Renate mit einer Gasolintankstelle samt Werkstatt selbst-

KURZFASSUNG

Mit dem Waschpark Schwarzenfeld hat sich Unternehmer Herbert Manz in der Oberpfalz ein zweites Standbein geschaffen. Ein lukratives Geschäftsfeld mit Kundenbindungspotenzial.



Hereinspaziert: Seit dem 23. Oktober 2015 stehen Portalanlage und SB-Waschplätze von WashTec den Kunden zur Verfügung.



Guter Austausch: Herbert Manz (Mitte) mit Thomas Brenner (links) und Günther Kollmer von WashTec.



Seit 1970 existiert der Standort in der Böttgerstraße 50, vor zehn Jahren wurde die neue Ausstellungshalle gebaut.



Einfach zu bedienen: Von 7.00 bis 20.00 Uhr können Pkw-Halter ihren Fahrzeugen eine Wäsche gönnen – montags bis samstags.

ständig. Seit 1984 existiert die VW- und Audi-Werksvertretung. 2010 übernahm dann der Sohn und jetzige Inhaber, Herbert Manz, mit seiner Frau Marion den Betrieb im oberpfälzischen Schwarzenfeld. Heute beschäftigt man 40 Mitarbeiter, die das neue Standbein sehr positiv aufgenommen haben. Zu dritt teilt man sich die Arbeit mit der SoftCare Pro und den JetWash-SB-Plätzen von WashTec, das klappt wunderbar. Vor allem den sehr guten Service der Augsburgers hebt der Betreiber hervor, zudem schätzt er den tollen Austausch mit Günther Kollmer, Gebietsverkaufsleiter Portalanlagen.

Doch nun zur Technik: Herbert Manz hat sich nach der Analyse des Marktpotenzials für den Klassiker SoftCare Pro mit der Sonderwaschbreite und -höhe von 2,60 Metern entschieden, der auf 80.000 bis 120.000 Wäschen ausgelegt ist. Neben technischen Features wie ideale Geschwindigkeit, optimale Vorwäsche oder angepasste Seitenwäscher überwacht die Anlage die wichtigsten Bauteile. „Dank

Selbstdiagnostik sind Störungen im Vorfeld vermeidbar, Stillstandzeiten lassen sich minimieren“, heißt es in der Broschüre. Gut für Unternehmer. „Wenn ich mich darum kümmere, kann ich mit Autowäsche richtig Geld verdienen“, erklärt WashTec-Marketingchef Thomas Brenner. Deshalb wählte Herbert Manz auch die Premiumprogramme ShineTecs und RainTecs. Mit diesem Upgrade lassen sich laut Günther Kollmer die Durchschnittserlöse im Waschpark steigern.

Potenzielle Kunden

Und eben dieser Waschpark fungiert auch als Kundenmagnet fürs Autohaus. So verteilt Herbert Manz beispielsweise beim Autokauf gerne 50-Euro-Guthabekarten als Goodie oder nutzt Washkarten als Give-aways, sobald im Betrieb viel los ist. Das schafft Kundenbindung. Herbert Manz: „An der

Waschanlage kann man ganz einfach mit potenziellen Kunden aus der Region ins Gespräch kommen.“ Auch die offerierte Kanne Tee im Winter sorgt für ein gutes Gefühl bei den Kunden. Seine fünf Tipps für Kollegen, die über den Einstieg in die professionelle Fahrzeugpflege nachdenken: erstens ein vernünftiger und großzügiger Platz, zweitens ein durchdachtes Farbkonzept, drittens zielgerichtete Werbung, viertens das Team mitnehmen und anfangs einen Mitarbeiter extra dafür abstellen und – last, but not

least – fünftens in der Waschanlage auf Beschichtung setzen. Schon allein wegen der späteren Reinigung der Portalanlage. Herbert Manz ist zuversichtlich: „Ich bin sehr, sehr guter Dinge.“ Patrick Neumann



„Wenn im Autohaus richtig viel los ist, kann ich an die Kunden Washkarten verteilen“, sagt Herbert Manz.