

ERFAHRUNGSBERICHT

Waschen, Weißbier, Weißwurst

Die neue Waschanlage der Autohaus Schmid GmbH entpuppt sich aufgrund der günstigen Lage als Umsatzbringer und hilft, die Betriebskosten zu senken.

s gibt sie noch, die Orte, an denen die Welt in Ordnung scheint und manches ein klein wenig anders funktioniert als im Rest der Republik. Das kleine 4.300-Einwohner-Städtchen Vöhringen in Baden-Württemberg, rund 80 Kilometer südlich von Stuttgart, ist einer dieser Orte. Es herrscht Vollbeschäftigung, viele der Häuser sind tagsüber nicht abgeschlossen und in so manchem geparkten Auto steckt permanent der Zündschlüssel. Dass jeder jeden kennt, versteht sich von selbst.

Auch aus diesem Grund war für Markus Jäger, den Geschäftsführer des 1950 gegründeten Autohauses Schmid, von Anfang an klar: Zur Eröffnung der neuen Waschanlage im Juni 2018 würde es ein Fest für alle Nachbarn und Kunden geben – das Motto: Waschen, Weißbier, Weiß-

KURZFASSUNG

Die Autohaus Schmid GmbH verzeichnet eine sehr gute Kundenresonanz auf ihre neue Waschanlage. Grund dafür ist, dass es im weiten Umkreis kaum Konkurrenz gibt. Das sorgt neben guten Umsätzen für mehr Kontakt mit potenziellen Autokäufern. Daneben hilft die Anlage dabei, die Betriebskosten des Autohauses zu senken.

wurst. "Auf dem Dorf kommt so ein Fest immer gut an", sagt Jäger und lacht. Zudem habe er die Anwohner damit von vornherein positiv stimmen können. Schließlich verursache eine Waschanlage immer einen gewissen Lärmpegel und bringe Verkehr mit sich.

Denn bisher – und auch das ist nicht mehr alltäglich – hatte das Unternehmen keine eigene Waschanlage. Stattdessen wusch ein Mitarbeiter in Rente die im Betrieb reparierten Fahrzeuge über Nacht von Hand. "Das war schon aus Altersgründen auf Dauer keine Lösung mehr", sagt Jäger. Als dann Ende 2016 die einzige Tankstelle mit Waschstraße im weiten Umkreis den Betrieb einstellte, ergriff Jäger die Gelegenheit, die Marktlücke zu schließen, und beschloss auf dem benachbarten Gebrauchtwagen-Stellplatz eine neue Waschstraße zu errichten.

Wartungsfreie Waschanlage

Rund 200.000 Euro hat das Autohaus dafür investiert. Mit 120.000 Euro entfiel ein Großteil davon auf den Neubau einer Halle und deren Erschließung. Die Waschanlage selbst, eine WashTec Soft Care Pro Classic, kostete 80.000 Euro. "Ausschlaggebend war für mich, dass dieses Modell weitgehend wartungsfrei ist und durch den Riemenantrieb keine Korrosionsschäden auftreten können", sagt Jäger. Als Preistreiber erwiesen sich die Anforderung, dass die Anlage groß genug für Nutzfahrzeuge wie den Ford Transit sein sollte, und die Bauauflagen zum Umweltschutz.

Ein Jahr Verzögerung durch Auflagen

Diese schreiben in Baden-Württemberg seit einigen Jahren zwingend einen geschlossenen Wasserkreislauf vor. Damit wurde eine Wasseraufbereitungsanlage nötig. Ein Ölabscheider, der eine Motorwäsche ermöglicht hätte, war von vornherein ausgeschlossen. Zudem gab es auch Einwände wegen der möglichen Lärmbelastung. Allein diese verzögerten das Projekt um rund ein Jahr, obwohl sich das Autohaus schon vorsorglich zum Einbau teurer, besonders leiser Trocknungsdüsen entschieden hatte. Obendrein wurden die Öffnungszeiten auf 7.00 Uhr bis 20.00 Uhr beschränkt und Staubsauger neben der Anlage verboten.

Der Bau der Anlage selbst verlief dann weitgehend reibungslos. "Die Zusammenarbeit zwischen WashTec und unserem regionalen Hallenbauer hat gut geklappt", lobt Jäger. So habe der Hersteller zum Beispiel umfassende Anlagenpläne frühzeitig an den Bauträger weitergegeben und darüber hinaus bei der Abstimmung mit den Behörden von Anfang an mitgeholfen.

10.000 Euro Umsatz in drei Monaten

Trotz der teuren Auflagen macht sich die Investition für das Autohaus Schmid rasch bezahlt. Unter anderem, weil sich Jäger durch die fehlende Konkurrenz auf keinerlei Preiskämpfe einlassen muss. Zudem sind dadurch Einzugsgebiet und Kundenstamm sehr groß. "Die Kunden nehmen das neue Angebot sehr gut an", sagt Jäger. Der Umsatz beläuft sich allein in den ersten drei Monaten auf mehr als 10.000 Euro. Gleichzeitig hat sich der Umsatz der firmeneigenen Tankstelle verdoppelt, weil viele Kunden, die eigentlich nur ihr Auto waschen wollten, gleich auch tanken. Ein weiterer Nebeneffekt der Waschanlage: Die Zahl der potenziellen Kunden, die mit dem Autohaus in Kontakt kommen, hat

STECKBRIEF: DIE AUTOHAUS SCHMID GMBH

Am 1950 gegründeten Standort Vöhringen hat die Autohaus Schmid GmbH derzeit 12 Mitarbeiter. Pro Jahr verkauft der Ford-Vertragspartner dort rund 130 Neu- und 180 Gebrauchtwagen. Die Werkstatt verzeichnet dabei rund 15 Durchläufe pro Tag. Direkt am Standort befindet sich neben der neuen Waschanlage auch seit Langem eine firmeneigene öffentliche Tankstelle.

Wirtschaftlich sieht sich der Familienbetrieb derzeit gut aufgestellt: "Das Betriebsergebnis stimmt, die Dieselkrise ist an uns vorübergegangen und die Modellpalette von Ford war noch nie so breit und modern", sagt Geschäftsführer Markus Jäger. Zudem sei das Verhältnis zum Hersteller recht gut und beispielsweise die Vorgaben zur CI maßvoll.

Diese Situation hat dem Unternehmen Anfang des Jahres erstmals ermöglicht, zu expandieren und den Ford-Standort Rottweil mit 15 Mitarbeitern zu übernehmen. Und der Wachstumskurs geht weiter: Anfang 2019 übernimmt die Autohaus Schmid GmbH in Balingen einen weiteren Ford-Markenbetrieb, der aufgrund von Nachfolgeproblemen zum Verkauf stand.

sich deutlich erhöht.Parallel zu den Zusatzerträgen konnte Geschäftsführer Markus Jäger an der Ausgabenseite kürzen, weil der Zeitaufwand pro Wäsche wesentlich geringer ist und damit die Personalkosten für die Reinigung nach einer Reparatur wegfallen. Dank der Wasseraufbereitungsanlage sind zudem die Kosten für Wasser und Abwasser deutlich niedriger als bei der Handwäsche. Daneben konnte das Autohaus die Außenreinigung aus dem Vertrag mit dem Gebrauchtwagen-Außbereiter streichen. Die Einsparungen und zusätzlichen Einnahmen sind aus Sicht von Jäger aber nicht entscheidend. "Das Wichtigste ist letztlich der bessere Service gegenüber unseren Kunden", fasst Jäger zusammen.



DIE WICHTIGSTEN DATEN

Typ: WashTec Soft Care Pro Classic

■ Gesamtinvestment: 200.000 Euro

■ Waschanlage: 80.000 Euro

Halle: 120.000 Euro

• Waschhöhe: 2,60 Meter

■ Waschbreite: 2,38 Meter

- Ausstattungsdetails: WheelJet-Hochdruck-Radwäscher mit XL-Tellerbürsten, Seitenhochdruck, Dach- und Seitentrockner, Münzprüfer, AquaPur-Wasserrückgewinnungsanlage, Unterbodenwäsche, Aktivschaum, Wachspflege, ShineTecs-Glanzpolitur
- Preisgestaltung: 7 bis 14 Euro; einzeln, mit Zehnerkarten oder mit Wertkarten über 50. 100 oder 200 Euro bezahlbar



Das zwölfköpfige Team am Standort Vöhringen

Geschäftsführer Markus Jäger ist mit der Kundenresonanz sehr zufrieden.

33

www.autoservicepraxis.de AUTO SERVICE PRAXIS 01/2019