

Das große Treffen

Im Frühjahr hatte die Wap WaschBär® Systemzentrale nach Kassel zum Symposium eingeladen unter dem Motto „Das sollten Sie wissen“.



Zahlreiche Partner waren der Einladung gefolgt und erlebten interessante Stunden.

Das Programm war konsequent auf die betriebliche Praxis ausgerichtet, mit einem Mix aus technischen und unternehmerischen Themen. Die Auswahl der Referenten garantierte professionelle Informationen und das von früheren Veranstaltungen her bekannte Grand Hotel La Strada bot dazu den idealen Rahmen.

Erfahrungsaustausch in entspannter Atmosphäre

Beim Willkommenstrunk wurden am Vorabend im Foyer des Hotels erste Kontakte geknüpft. Wiedersehensfreude gab es bei denen, die sich bei früheren Veranstaltungen bereits kennengelernt hatten, bevor dann das phantasievoll angerichtete Buffet mit internationalen Schmankerln die Gaumen inspirierte. Während dem Essen und den restlichen Abend über entwickelten sich intensive Gespräche, wobei die Fahrzeugwäsche selbstredend zu den Favoriten zählte. Dass sich dieses mittlerweile obligatorische, abendliche Beisammensein zu einem wichtigen Forum für den Austausch von Erfahrungen unter Kollegen entwickelt hat, wurde von den Teilnehmern denn auch lobend hervorgehoben.



Interessierte Zuhörer

Nach einem ausgiebigen Frühstück fand man sich anderntags zum Symposium zusammen. Organisator und Moderator Jo.Ernst Menne zeigte sich erfreut über die Anzahl der Teilnehmer und bedankte sich für deren Kommen, bevor er das Mikrophon Kurt Herbinger übergab, dem Leiter des Bereichs CarWash. Dieser informierte die Teilnehmer über aktuelle Entwicklungen im Hause ALTO, bevor er einen Film über den dänischen Mutterkonzern zeigte. Anlass dafür war das 100-jährige Firmenjubiläum gewesen. Der Konzern – so Herbinger – sei heute mit aktuell 4.900 Mitarbeitern in 130 Ländern vertreten und habe im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 790 Millionen Euro erzielt.

Projekt Zukunft: Erfolg durch Innovation ...

Weiter ging's mit dem CarWash-Entwickler Roland Bosler. Der hatte die Frage zu beantworten, was sich hinter den neuen *Technologien B3 und V8* verbirgt. Dabei fiel es ihm nicht schwer, das Interesse des Forums mit Stichworten zu wecken wie Verbrauchssenkung und Energieeinsparung, längeren Laufzeiten durch Schonung der Komponenten und Reduktion der Kosten durch verlängerte Wartungsintervalle.



Roland Bosler

Bosler, der die B3-Technologie als Basis für die Technik V8 und für *EcoWap* bezeichnete, betonte in diesem Zusammenhang die vielfältigen Möglichkeiten des Programms durch die Kombination mit Solarenergie oder Wärmepumpen, einer effizienten Steuerungstechnik, dem optimierten Hochdrucksystem und in Verbindung mit dem Online Management.

Das Thema Wärmepumpen zu vertiefen, das bei ALTO CarWash unter dem Begriff ThermoWap

gebündelt ist, war dann Aufgabe des Projektbeauftragten Uwe Gross zusammen mit einem Spezialisten des CarWash Technologiepartners Ochsner, der seit 35 Jahren Wärmepumpen entwickelt, produziert und international vertreibt.

Ausgehend von der Feststellung, dass die Margen von den Energiekosten zunehmend „aufgefressen“ zu werden drohten, weil die höchsten Kosten bei einer Fahrzeugwaschanlage – neben den Raten an die Bank – die Heißwasserbereitung verursacht, stellten die Referenten die Frage nach einem Ausgleich und nannten als grundsätzlich denkbare Reaktion die Reduktion der Programmlaufzeiten, die Senkung der Wassertemperatur und die Einsparung von Reinigungsmitteln, bis hin zur Schließung von Waschplätzen während der kalten Jahreszeit oder die Abschaltung der Fußbodenheizung.



Uwe Gross

Dass Preiserhöhungen von der Kundschaft wenig akzeptiert, die Reduktion von Temperatur und Chemie eine verschlechterte Waschqualität und die Sperrung beziehungsweise Abschaltung der Fußbodenheizung das Aus für den Waschbetrieb und damit ein generelles Einnahmen- Aus bedeuten würde, so dass derartige Maßnahmen nicht empfehlenswert seien, stehe – so die Referenten – außer Zweifel. Deshalb seien alternative Energieträger das Gebot der Stunde, beispielsweise die Wärmepumpe.

Deren Funktionsweise wurde von den Referenten dann anschaulich am Beispiel des allbekannten Kühlschranks erläutert. Aus dessen im Grunde einfachen, physikalischen Prinzip ergäben sich – so die Vortragenden – entscheidende Vorteile für Betreiber von Fahrzeugwaschanlagen und nannten

konkret die hohe Kosteneinsparung, den 24-Stunden-Betrieb auch bei Bewölkung, die einfache Nachrüstung bei flexibler Installation und geringem Platzbedarf, die überschaubare Investition mit einer raschen Amortisation bei vergleichsweise niedrigem Aufwand an Energie für den Betrieb.



Ottmar Längle

Nach diesem Ausflug in die Energietechnik beschrieb Ottmar Längle, der Leiter des ALTO Projektteams, die verschiedenen Möglichkeiten, die CarWash für die Aufbereitung von Anlagen bietet, die in die Jahre gekommen sind. Laut Längle reicht dies von der optischen, über die technische bis hin zur kompletten Überarbeitung. In Form von einzelnen Modulen wird diese nach einem Check des Ist-Zustandes auf der Basis eines detaillierten Angebots in relativ kurzer Zeit zum Festpreis durchgeführt.

Versicherungen: Theorie und Praxis ...



Dr. Krainhöfner

Spezialisten der Allianz-Versicherung leiteten dann von den technischen auf Themen des Anlagenmanagements über. Sie stellten den Zuhörern den neuen Rahmenvertrag vor, den die Allianz zu-

sammen mit der Zentrale für die Partner des Wap WaschBär® ausgearbeitet hat. Darin sind die diversen Risiken enthalten, die der Betrieb einer Fahrzeugwaschanlage mit sich bringt. Dazu kam der Hinweis, dass in einem „Pool“ ein geringeres Risiko besteht, im Fall gehäufter Schäden von einer Gesellschaft ausgeschlossen zu werden. Das Allianz-Schadensmanagement setzte sich darüber hinaus für individuelle Lösungen ein und das zu günstigen Tarifen.



Heinz Oberhag

Man blieb beim Thema, denn im Anschluss daran schlug die Stunde des Geschädigten: Heinz Oberhag, Pionier der SB-Wäsche, Mehrfachbetreiber und Sprecher des Partnerbeirats schilderte in Wort und Bild eindrücklich das Horrorszenario, das sich dem Betrachter nach der Zerstörung einer seiner Anlagen durch zweihundert Fichten mit bis zu 40 Meter Höhe bot, die der Orkan Kyrill im Januar 2007 auf einer Breite von einhundert Metern in kurzer Zeit gefällt hatte. Nach diesem Crash – so Oberhag – musste er mit seinen Versicherern so manche unliebsame Erfahrungen machen.

Während er die Versicherungen gegen Feuer, Einbruch und Diebstahl, Leitungswasser, Sturm, Umwelt und Betriebsunterbrechung als obligatorisch bezeichnete, sei nach seiner Erfahrung die Versicherung gegen Hochwasser, Elementarschäden und Glasbruch noch immer eher die Ausnahme. Grundsätzlich – so der Referent launig – sollte aber eine Versicherung unbedingt vermieden werden: die Unterversicherung! In solch einem Fall verwiesen die Versicherer gern auf das Kleingedruckte in ihren Allgemeinen Bedingungen, ja, es drohte gegebenenfalls sogar der Verlust des Versicherungsschutzes. Oberhag unterstellte, dass circa 60 (!) % der Versicherten in Deutschland als Folge

der *EURO-Umstellung* unterversichert seien.

In diesem Zusammenhang zitierte er den letzten Absatz aus einem Versicherungsschein, mit der Aufforderung, dem Versicherer Gefahrerhöhungen zeitnah anzuzeigen, verbunden mit dem Hinweis, dass man ansonsten Gefahr läuft, den Versicherungsschutz zu verlieren.

Anhand von konkreten Beispielen demonstrierte Oberhag dann die Gefahren, die von einer nicht regelmäßig aktualisierten Versicherung ausgehen. Manch einer aus der Runde der Zuhörer dürfte sich nach diesem Vortrag um einen kurzfristigen Termin mit seinem Versicherungsvertreter bemüht haben.

Auf der Höhe der Zeit: gestern, heute und morgen ...

Dann trat Erwin Hagenlocher ans Rednerpult. Was dieser Referent dann seinen Zuhörern in knapp eineinhalb Stunden zum Thema *Anlagenmanagement gestern, heute und morgen* bot, war Unterhaltung vom Feinsten, gepaart mit dem großen Erfahrungsschatz und geballten Sachwissen aus Jahrzehnten als Pionier der SB-Wäsche. Hagenlocher, bis zu seiner Pensionierung im vergangenen Jahr, dreißig Jahre lang in leitender Position im Vertrieb und Service von Wap und später Nilfisk, betreibt mit seiner Gattin Christel vier Wap WaschBär® Anlagen im Großraum Stuttgart.



Erwin Hagenlocher ...

Ausgehend von der Frage, ob der Begriff *Manager* für den Betreiber einer Fahrzeugwaschanlage nicht zu hochgestochen sei, ging Hagenlocher der Definition des Wortes nach und kam dabei auf das Englische *to manage*, was im Deutschen soviel wie *geschickt bewerkstelligen* bedeutet. Dieses geschickte

Bewerkstelligen, so Hagenlocher, sei die Aufgabe des Betreibers, unter Berücksichtigung sämtlicher Umstände und unter Auslotung sämtlicher Möglichkeiten. Insofern könne man mit Fug und Recht von *Anlagenmanagement* reden.

Der Blick zurück, auf den Betrieb *gestern*, brachte manch altgedienten Betreiberkollegen zum Schmunzeln. Denn Hagenlocher erzählte von den ersten Anlagen, die im Umkreis von 10 bis 20 Kilometern damals noch keinen Wettbewerb kannten. Die Kosten für Heizöl, Strom, Wasser und Entsorgung bezeichnete er nach heutigen Maßstäben als durchaus moderat. Die Sorge um die Zufriedenheit der Kunden trieb ihn nicht um, denn – so der Referent – wer sei schon zwölf Kilometer zur nächsten Anlage gefahren, nur weil er unzufrieden war. Da sei man dann – murrend zwar – doch wieder zur Anlage am Ort gekommen. Den Kunden sei es damals finanziell gut gegangen. Die Technik sei neu gewesen und von diesem Faszinosum des Neuen habe man stark profitiert. Er habe damals den Mut gehabt, in einem Ort mit 4.000 Einwohnern eine 4-Platz-Anlage zu installieren.

Heute dagegen sei das Anlagennetz dichter, man sei oft förmlich eingekreist vom Wettbewerb. Die Faszination des Neuen sei nicht mehr sehr ausgeprägt und die Kunden seien materiell nicht mehr so gut gestellt wie ehemals, hinzu komme die Sorge um die Zukunft. Deshalb fingen die Kunden – so Hagenlocher – an zu sparen, man erkenne das daran, dass die Geschwindigkeit, mit der sie beim Waschen ums Auto gehen, schneller werde ...

Beim Blick in die Glaskugel sehe er, Hagenlocher, was das *Morgen* betrifft, ein großes Fragezeichen. Unerlässlich sei seiner Meinung nach allerdings eines: „Der WaschBär® muss WaschBär® bleiben!“ Vieles sei ungewiss, aber eines wisse er sicher, nämlich dass die Betreiber sich noch mehr anstrengen müssten. Es gebe nach wie vor sehr viele Möglichkeiten, eine Anlage gut zu organisieren und zu managen, zeigte sich Hagenlocher überzeugt. Allerdings genüge nicht das Erkennen dieser Möglichkeiten, vielmehr müsse man diese auch realisieren, das *Tun* sei entscheidend. Hier gebe es zwei Alternativen, die eine, grüne, repräsentiere das Management nach vorn nach dem Motto: Ich möchte mehr Umsatz, mehr Gewinn, mehr Ertrag, mehr Kunden. Die andere, die rote,

das sei Management nach hinten, das seien die Sparrer. „Man kann sich auch zu Tode sparen“, bemerkte Hagenlocher trocken. Es gelte die Balance zu finden zwischen Grün und Rot und wer das schaffe, der habe es wirklich geschafft.



... fesselte seine Zuhörer

Anhand einer Folie demonstrierte der Referent, was er meint, wenn er systematisches Management von den Anlagenbetreibern einfordert. Da gab es zwei grau unterlegte Blöcke. In dem einen zeigte ein grüner Pfeil nach oben, während in dem anderen ein roter Pfeil nach unten zeigte. Grün bedeute i.O., rot dagegen Vorsicht. Dann ordnete Hagenlocher verschiedene Begriffe den beiden Blöcken zu und betonte, dass dreimal *Freundlichkeit* neben dem grünen Pfeil beileibe kein Schreibfehler sei, sondern die wichtigste Voraussetzung für den erfolgreichen Betrieb. Denn wer *Freundlichkeit* konsequent auf seiner Anlage realisiere, der habe es geschafft. Im Übrigen sei *Freundlichkeit* auch noch kostenlos zu haben.

Unmittelbar danach griff Hagenlocher zu einem Handy, das er vor sich auf dem Rednerpult liegen hatte und meinte erklärend, er werde jetzt für einige Minuten vom Referenten zu einem Kunden mit einem Problem. Gerade habe der die Telefonnummer auf dem Schild an der Containertür entdeckt. Dann wählte Hagenlocher eine Nummer, ein Ruf-ton ertönte aus der Mitte der Zuhörerschaft und es meldete sich – Christel Hagenlocher, die dort saß. Spontan entwickelte sich zwischen dem „Kunden“ und der „Betreiberin“ ein Dialog, der von den beiden derart authentisch und originell dargeboten wurde, dass die Zuhörer immer wieder in schallendes Gelächter ausbrachen. Dabei blitzte hinter allem Humor das hervor, von dem Erwin Hagenlocher gesprochen hatte: *Freundlichkeit!*

In der Folge griff sich der Referent immer wieder ein Thema aus der Kiste mit seinem Erfahrungsschatz. Die Teilnehmer bekamen Tipps zum erfolgreichen Umgang mit Versicherungsvertretern, hörten von einer pfiffigen und in jeder Hinsicht ertragreichen Cross-Marketing-Idee mit Kfz.-Versicherungen und konnten praktische Ratschläge zur wirksamen Müllreduzierung mit Hilfe eines Holzspalters beziehungsweise einer Videoeinrichtung mitnehmen. Und der Tausendsassa erklärte den aufmerksam lauschenden Kollegen und Gästen auch noch, wie man die Reduktion des Zeittakts an der Anlage den Kunden aktiv *verkauft*.

Eine gute Anlage ist ...

Abschließend fragte Erwin Hagenlocher provokant in die Runde, was *eine gute Anlage* sei und gab selbst die Antwort: „*Nehmen wir mal drei Zahlen. Umsatz 162.000.- Euro, Kosten 92.000.- Euro, Gewinn vor Steuern 70.000.- Euro. Das ist eine gute Anlage.*“ Es sei durchaus machbar, dies zu erreichen, meinte er und resümierte „*160 Umsatz – 92 Kosten – 70 vor Steuern, da haben sie Freude dran*“. Voraussetzung dafür seien aber Aktivitäten und das Nachdenken über das, was nach vorne bringt und was zurückwirft, sonst funktioniere es nicht.

Die Zuhörer bedankten sich bei Erwin Hagenlocher mit anhaltendem Beifall für den fulminanten Vortrag und die vielen Anstöße, die sie mit nach Hause nehmen konnten.

Aber nicht genug damit, ging Hagenlocher im Anschluss daran noch auf seine Erfahrungen mit einer Steuerprüfung ein, die vor kurzem bei ihm stattgefunden und ihm ganz neue Erkenntnisse über die aktuelle Vorgehensweise der Steuerprüfer vermittelt hatte.

Am späten Nachmittag erst konnte der Moderator die Veranstaltung beenden und durfte von den Teilnehmern das Kompliment entgegennehmen, dass diese sich in den zwei Tagen bestens betreut, unterhalten und informiert gefühlt hatten. Heinz Oberhag, der Sprecher des Partnerbeirats, bezeichnete in einer eMail die Veranstaltung als *super gelungen* und sprach den Organisatoren, den Co-Referenten sowie den teilnehmenden Partnern und Gästen im Namen des Beirats offiziell seinen Dank aus.

Im übrigen hätte dieser Bericht sein Ziel erreicht, wenn er mehr Partner als bisher motiviert, sich zum nächsten Treffen anzumelden, um persönlich mit dabei zu sein.

Toll gemacht

Ein externes Statement zum sehr gelungenen Symposium des Systems Wap WaschBär® am 25./26.3. in Kassel.



Thomas Seidenstücker

Das Streben nach Perfektion hat im Hause Alto Deutschland offenbar Tradition. In erster Linie im Bereich der SB-Fahrzeugwäsche. Am 25./26. März bewies das Führungsteam um Kurt Herbing und Jo.Ernst Menne im La Strada Hotel zu Kassel, dass man auch perfekt organisierte Treffen mit hohem

Nutzwert für seine Wap-WaschBär® Partner umsetzen kann. Besonders erfreulich die Premiere, zu diesem Forum auch Pressevertreter einzuladen. Denn das ermöglichte uns Journalisten einen offenen Blick hinter die Kulissen sowie umfassende, ungefilterte und nicht weichgespülte Informationen zur Lage im System und Neuerungen im Bereich der Waschtechnik.

Lobenswert, wie es der Organisationsmannschaft gelang, einen sehr abwechslungsreichen Themenmix zu stricken, der von neuer Waschtechnik über Energiekostensparnis, Möglichkeiten des Anlagen-Facelift, Versicherungsfragen bis zu Praxiserfahrungen eines SB-Mehrfachbetreibers informierte und zu keiner Zeit lange Weile aufkommen ließ oder für schwere Augenlider bei den Anwesenden sorgte.

Energiekosten senken

Einziges Manko, dass (obwohl bis auf den letz-

ten Platz besetzt) nur etwa 54 Teilnehmer des Partnersystems den Weg ins zentral gelegene Kassel fanden und auf diese Weise ihr Interesse für die Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven des eigenen Unternehmens bekundeten. Klare Aussage in der Dokumenta-Stadt: Wer künftig erfolgreich sein SB-Center betreiben will, muss sich zügig und intensiv den Themen Energieverbrauch und Heiztechnik widmen. Denn vor allem die Energiekosten fressen die Margen auf und sind neben den Finanzierungsaufwendungen die höchsten Kosten für den Anlagenbetreiber! Klasse, dass es nicht bei Ermahnungen blieb und es im Nachgang gleich Lösungsperspektiven gab. Beispielsweise zur Installation einer Wärmepumpe als ergänzende Energiequelle zum konventionellen Heizkessel. Kooperationspartner von Alto ist diesbezüglich ein führendes Unternehmen der Branche. Dort entwickelte man eine spezielle Luft-Wärmepumpe, die eine (für den Waschvorgang völlig ausreichende) Vorlauftemperatur von 65°C erreicht. Langfristig sollen sich so bis zu 70 Prozent der heutigen Heizkosten einsparen lassen! Kein Wunder, dass der zuständige Projektbeauftragte in den Kaffeepausen stets mit Fragen gelöchert wurde.

Gedanken machen

Kaum weniger interessant und bedeutsam ist die Thematik Refresh alter Anlagen. Das heißt neue Optik, höhere Zuverlässigkeit und innovative Technik mit dem Ziel, das Personal der Anlage zu motivieren und gleichzeitig positive Effekte für die Loyalität oder Gewinnung neuer Washkunden zu realisieren. Offenbar lohnt sich hier das Invest in ein paar Gedanken, weil sich das Facelift der Anlage bereits oft durch die effizientere Technik amortisiert.

Doch was nützt das alles, wenn man unterversichert ist? Erschreckende Erkenntnisse zum Versicherungsschutz beinhaltete der Vortrag von Heinz Oberhag, dem Sprecher des Partnerbeirats, dessen Anlage durch den Orkan Kyrill komplett zerstört wurde. Fatal für alle, die das Kleingedruckte in den Versicherungsunterlagen bis dato nicht gelesen haben und nach der Euroumstellung die Versicherungssummen nicht anpassen ließen. So könnte sich die Versicherungsgesellschaft bei einer Unterversicherung komplett aus der Regulierung zurückziehen oder zahlt nur ein Bruchteil der tat-

sächlichen Schadenssumme. Hier heißt es also Obacht geben, weil eine Angleichung des Versicherungsschutzes in der Regel nicht viel mehr kostet, aber im Ernstfall über Bankrott oder Fortführung des Unternehmens entscheidet.

Blick in Nachbars Garten

Einen markanten Glanzpunkt des Symposiums setzte der rhetorisch perfekt agierende Erwin Hagenlocher, der gewiefte Pionier der SB-Fahrzeugwäsche und erfolgreiche Mehrfachbetreiber, zum Ende des Veranstaltungstages, als er packende Episoden vom Kundenumgang an den eigenen SB-Anlagen erzählte und dabei in die Rolle des Washkunden schlüpfte. Quintessenz Hagenlochers: Die Freundlichkeit, Sauberkeit, Funktionsfähigkeit und der Service vor Ort entscheiden auch künftig über den Erfolg des SB-Washcenters. Allein mit diesen wenigen und meist kostenneutralen Dingen sowie einem intelligenten, ideenreichen Marketing lässt sich regional eine Ausnahmestellung erreichen. Daran sollten die Wap-Washbär® Partner arbeiten, um sich auch künftig im Wettbewerbsumfeld behaupten zu können.

Thomas Seidenstücker (36) ist seit 1999 Redakteur für alle technischen - und servicerelevanten Themen beim Fachmagazin AUTOHAUS in München. Vor seinem Quereinstieg in den Journalismus absolvierte er von 1993 bis 1997 ein Studium der Kraftfahrzeugtechnik an der Westsächsischen Hochschule (FH) in Zwickau.

Diäten:

der geglückte Versuch von
Parlamentariern, die eigenen,
fetten Einkünfte durch einen
Begriff zu verschleiern,
der den gewöhnlichen Bürger
an magere Schonkost und
Hungerkur erinnert.

Ron Kritzfeld *1921
Dt. Aphoristiker