

SB-Sauger: Belebung für das Waschgeschäft



Das Autowaschgeschäft ist in den vergangenen Jahren immer professioneller geworden. Nicht zuletzt, weil in der „Autowäsche“ immer mehr „Autopflege“ steckt. Dabei spielen SB-Sauger bei der Entwicklung eine nicht ganz unbedeutende Rolle.

„Wer sein Auto wäscht, möchte auch den Innenraum sauber haben“, lautet die Antwort der meisten Betreiber auf die Frage nach der Bedeutung von SB-Saugern für das Waschgeschäft. Keiner möchte auf Sauger verzichten, ganz gleich, ob seine Waschanlage an einer Tankstelle angeschlossen ist oder selbständig als Waschstraße oder Waschkamp betrieben wird. Staubsaugen ist allen Unternehmern in der Branche wichtig. Das erklärt auch, warum immer mehr Betreiber in leistungsfähige SB-Sauger investieren, und hoffen, so den Umsatz insgesamt zu beleben. Doch stimmt das? Kann man mit Saugern den Erfolg des Waschgeschäftes beeinflussen?



Zentrale Sauganlagen auf dem Vormarsch

Seit mehr als zwei Jahrzehnten kennen wir sie: Zentralsauger an urbanen Waschstraßen. Leistungskräftig aber teuer in der Anschaffung und zudem noch mit hohen Betriebskosten – so zeichnete sich das Bild solcher Anlagen aus der Vergangenheit. Schließlich schaltete man eine zentrale Sauganlage morgens an und am Abend wieder aus. In den 10-12 Stunden dazwischen verbrauchten die Aggregate mehr als 50 Kw Strom pro Stunde – egal ob jemand saugte oder nicht.

„Die Zeiten sind längst vorbei“, erklärt uns Oliver Bremer, Geschäftsführer der Air Control Sauganlagen GmbH und ergänzt: „Alle führenden Anbieter arbeiten mit frequenzgesteuerten Steuerungen und erkennen, an wie vielen Saugerstellen gerade gearbeitet wird. So kann immer die angeforderte Leistung bereitgestellt werden. Mit Vollgas läuft die Anlage nur noch, wenn an allen Plätzen gesaugt wird. Darüber hinaus sind die Anlagen bei Vollast sparsamer geworden.“

Wann rechnet sich eine zentrale Absaugung?

Diese Frage stellen sich immer mehr kleinere und mittlere Unternehmen. Gibt es Lösungen, die für kleinere Betriebe interessant sind? Dazu Jürgen Gast, Leiter des Bereiches Absaugtechnik bei der ESTA Apparatebau GmbH: „Seit genau

mer Zeit kommen immer wieder Anfragen nach Absauganlagen für SB-Waschparks, Tankstellen und kleineren Waschstraßen. Wir liefern Filtereinheit, Seitenkanalverdichter und Steuerung in einer kompakten Anlage aus. Diese kann auch im Freien aufgestellt werden und hat je nach Leistung, die Möglichkeit 8-16 Saugerstellen anzuschließen. Wer größeren Bedarf hat, stellt 2 oder 3 solcher Anlagen auf.“

„Mit Investitionen zwischen 2.500 und 3.500 Euro pro Saugerplatz sollte man rechnen“, bestätigt uns Thomas Bunz, Betreiber von 3 Waschstraßen, für den Zentralsauger erste Wahl sind. „Man muss bedenken, dass zur reinen Absaug-Technik immer die Verrohrung und die Anbringung der Schläuche hinzukommen. Benötigt man einen Stahlbau oder lässt sich die Anlage am Gebäude anbringen? Soll der Kunde bezahlen oder gibt es Staubsaugen gratis dazu? Das alles wirkt sich auf den Preis aus“, erklärt Bunz und bekräftigt die Vorteile: „Ich muss nicht jeden Sauger einzeln leeren, habe immer die optimale Leistung, in den letzten 10 Jahren ist es einmal passiert, dass die Anlage aufgrund einer Störung einen halben Tag stand.“

Muss Leistung bezahlt werden?

Keine Frage, erbrachte Leistung muss honoriert werden und Investitionen wollen amortisiert sein. In diesem Punkt sind sich alle Unternehmer einig, doch beim Weg dahin gibt es zwei grundlegend verschiedene Ansätze: kostenloses oder bezahltes Staubsaugen?

Haben Sie Platz für kostenlose Sauger?

In zahlreichen Gesprächen und Telefonaten mit Betreibern konnten wir heraushören, dass die Nutzung von kostenlosen Staubsaugern deutlich höher ist als bei kostenpflichtigen. Während an Waschstraßen mit Bezahltsaugern zwischen 35% und 50% der Waschkunden auch saugen, liegt der Anteil bei kostenlosen Saugern zwischen 65% und 80%. Wichtig: Staubsauger in Indoorhallen werden stärker frequentiert als im Freien! Hier liegen die Werte jeweils im oberen Bereich der Bandbreite.

So viele Sauger benötigen Sie:

Um zu ermitteln, wie viele Saugerplätze Sie benötigen, sollten Sie den Nutzungsgrad, die Maschinenleistung/h, die angenommene Zeit, die ein Kunde am Platz verbringt und das verfolgte Konzept berücksichtigen. Planen Sie kostenpflichtige Sauger und rechnen damit, dass jeder Kunde ca. 20 Minuten am Platz verbringt, so müssen Sie davon ausgehen, dass jeder Platz pro Stunde 3 Mal belegt wird. Wenn Ihre Anlage in Spitzenzeiten 100 Autos pro Stunde schafft, brauchen Sie bei kalkulierter Nutzung von 50%, mindestens 17 Saugerplätze. Soll kostenloses Saugen angeboten werden, errechnet sich ein Bedarf von 27 Plätzen. Mehr Infos dazu finden Sie im Schaukasten.

	Anzahl der Wäschen p.Stunde	Saugen ist kostenpflichtig				Saugen ist kostenlos			
		100	50	40	20	100	50	40	20
Dauer in Minuten	So viele Kunden saugen:	50%	50%	50%	50%	80%	80%	80%	80%
	Kapazität pro Sauger/h	So viele Saugplätze werden benötigt							
10	6,00	8	4	3	2	13	7	5	3
12	5,00	10	5	4	2	16	8	6	3
15	4,00	13	6	5	3	20	10	8	4
18	3,33	15	8	6	3	24	12	10	5
20	3,00	17	8	7	3	27	13	11	5
25	2,40	21	10	8	4	33	17	13	7

Anzeige

Die Neue Formel Car Care

Maximale Power mit unserer neuen Premium-Linie

 www.facebook.com/ChristCarwashShop

Christ
CAR CARE

www.christ-carwash-shop.de
Hotline: 0 83 31/857-4880
chemie@christ-ag.com



Intensiv-Duftschaum

Hydrophobes Shampoo

Nano-Glanzpolitur

High-Level Trockner

2 in 1 Konservierer

Ein Systemvergleich

Um beide Geschäftsmodelle miteinander vergleichen zu können, hilft manchmal eine kleine Gegenüberstellung. Die nachfolgende Tabelle dient der Veranschaulichung und ist nicht als Empfehlung, sondern als interpretationsfähiger Denkanlass gedacht:

Unternehmen 1 möchte die Anlage mit einer kostenpflichtigen zentralen Absauganlage versehen und rechnet wie folgt:

Maximale Waschleistung: 100 Pkw pro Stunde
 Maximaler Saugerbedarf: 50% der max. Waschleistung
 mittlere Verweildauer: 20 Minuten pro Auto
 rechnerischer Bedarf: 17 Saugerplätze
 (bleibt ein Kunde nur 15 Minuten, reichen 13 Plätze)

Selbst bei Hochbetrieb reichen rein rechnerisch 17 Saugerplätze in diesem Fall aus. Die angenommenen Werte basieren auf Erfahrungswerten anderer, vergleichbarer Unternehmen.

Zwei erfahrene Unternehmer planen ein neues Waschstraßen-Projekt und gehen dabei unterschiedlich vor. Beide Unternehmen setzen eine Waschtechnik ein, die in Stoßzeiten bis zu 100 Autos waschen kann.

Unternehmen 2 möchte die Anlage mit einer kostenlosen zentralen Absauganlage versehen und rechnet wie folgt:

Maximale Waschleistung: 100 Pkw pro Stunde
 Maximaler Saugerbedarf: 80% der max. Waschleistung
 mittlere Verweildauer: 20 Minuten pro Auto
 rechnerischer Bedarf: 27 Saugerplätze
 (bleibt ein Kunde nur 15 Minuten, reichen 20 Plätze)

Bei Hochbetrieb werden rein rechnerisch 27 Saugerplätze in diesem Fall benötigt. Die Nutzungsquote von 80% wurde uns von Betreibern, die nach diesem Prinzip arbeiten bestätigt.

Saugen in der Halle verleitet viele Kunden dazu, diese häufiger zu nutzen. Zusatzangebote wie Verkaufsautomaten verlängern den Aufenthalt der Kunden – Mattenreiniger in ausreichender Anzahl führen dazu, dass sich die Verweildauer verkürzt.

Ein kleiner wirtschaftlicher Vergleich: Angenommen werden in beiden Fällen 60.000 Wäschen im Jahr:

Unternehmen 1	1 € für Saugen	Unternehmen 2	1 € im Waschpreis
Saugereinnahmen	30.000 €	Sauger bereits eingepreist	60.000 €
Stromkosten max.	3.000 €		4.800 €
Rohertrag	27.000 €	dauerhaft pro Jahr	55.200 €
Invest.: 17 x 3.500 €*	59.500 €	Invest.: 27 x 2.500 €	67.500 €
		Mehrinvestition Technik einmalig	8.000 €

* Wird Saugen als kostenpflichtige Leistung bereitgestellt, müssen die einzelnen Plätze mit entsprechenden Münzprüfern oder Kartenlesern ausgestattet werden. Darüber hinaus benötigen Sie Sperrventile an jedem Saugerplatz. Das verteuert die Anschaffungskosten pro Platz deutlich.



Fazit: Verfolgen Sie bei Ihrem Saugerkonzept auf jeden Fall eine klare Linie. Ob Sie kostenlose Saugerplätze anbieten oder fürs Saugen Geld verlangen, muss an jedem Standort individuell entschieden werden. Auf jeden Fall sollten Sie ein eindeutiges System verfolgen, das für Ihre Kunden transparent ist. Berücksichtigen Sie: Wenn an einem Standort zu wenig Platz für ausreichend Saugerplätze ist, kann sich kostenloses Saugen kontraproduktiv auswirken. Staus vor den Saugern sind vorprogrammiert und Kettenstillstand und Umsatzeinbußen möglicherweise die Folge.

Übrigens: Bei einer 2016 im Rahmen des carwash Profi 2016 durchgeführten Umfrage wurde „kostenlos Saugen“ als einer der meisten Verbesserungswünsche von den Waschkunden genannt. ♦

Edwin Grabowski

Aktuelle Frage



Seien Sie aktiv dabei, wenn die Autowaschbranche Zeichen setzt!

carwashinfo fragte im Februar:

„Haben Sie Angst vor einem Hackerangriff in Ihrem Betrieb?“

Jeder Zweite in der Umfrage meint, dass man sich zwar abgesichert habe, jedoch ein mulmiges Gefühl bleibt. 27% sagen, dass ihr Unternehmen nicht ausreichend vorgesorgt habe. Jeder zehnte Teilnehmer findet, dass Hackerangriffe ihn überhaupt nicht tangieren. Nur 11% sind davon überzeugt, sehr gut gegen die Angriffe aus der Cyberwelt gewappnet zu sein.



carwashinfo fragt im März/April 2017:

„Wer nicht wirbt, der stirbt! Welche Werbeform ist für Sie die wichtigste?“

QR-Code scannen oder

www.carwashinfo.de anklicken

Keine Anmeldung erforderlich! Vielen Dank!

Anzeige



„Kann SB-Wäsche einfacher werden?“
 Mit dem SelfTecs-Konzept und dem einzigartigen Farbsystem von WashTec.

Erleichtern Sie Ihren Kunden die SB-Wäsche:

- SelfTecs vereint Waschen und Pflegen in einem Schritt.
- Das WashTec Operating Panel mit Farbsystem führt durch den gesamten Waschprozess.

Jetzt informieren!

Telefon: +49 821 55 84-0 | E-Mail: washtec@washtec.de

www.washtec.de

