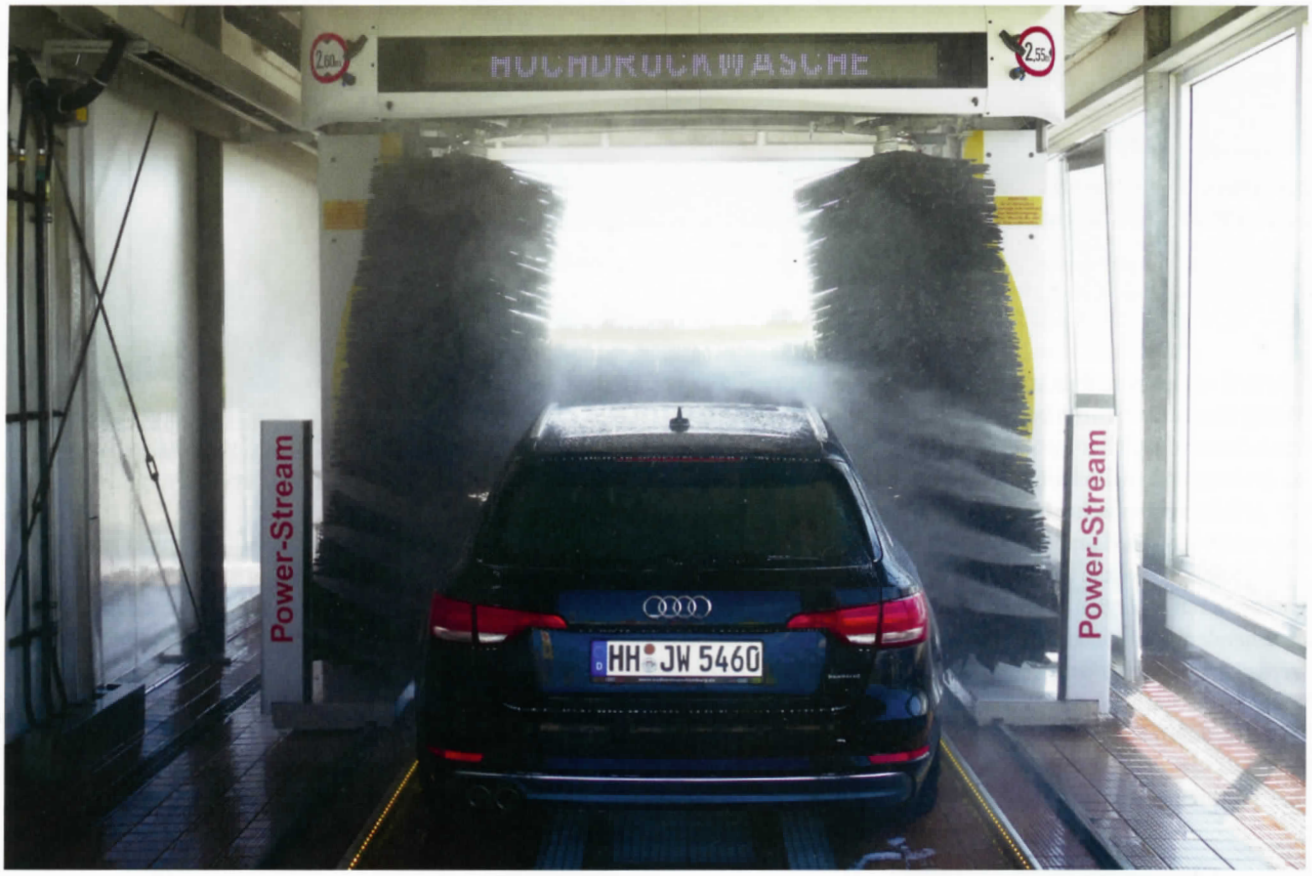
Praxisbericht: Christ Genius Vitesse an Shell-Tankstelle installiert

Wir verkaufen Wäsche aktiv

Vor-Ort-Termin: An der Shell-Station in Erkheim ist eine neue Christ-Portalwaschanlage Genius Vitesse mit Drive-in erfolgreich im Einsatz.



© alle Fotos: Hans Rongisch

André Pilz ist zufrieden mit seiner neuen Portalwaschanlage. Der Betreiber von vier Shell-Tankstellen im Allgäu verfügt über reichlich Erfahrung im Tankstellengeschäft. Seit 2004 betreibt der gelernte Kfz-Mechaniker Tankstellen. Am Anfang war es noch eine Station in München. Doch 2008 übernahm er eine Shell-Station im Allgäu, mittlerweile sind es vier Tankstellen. Mit dem Einbau der neuen Portalanlage Genius Vitesse an der Shell-Tankstelle in Erkheim startete Hersteller und Lieferant Christ am 1. April 2019. Die alte Anlage musste nach sechs Jahren weichen. Nach fünf Tagen Montagezeit wurde am 5. April erstmals gewaschen.

„Zusammen mit der alten Anlage wurde auch die Wasserrückgewinnung erneuert, jetzt sorgt die Fontis S von Christ für sparsamen Umgang mit dem kostbaren Nass", erzählt Fachberater und Verkäufer Paolo Micciché. Er ist bei dem Memminger Unternehmen Spezialist für Portalwaschanlagen, Waschstraßen und Waschparks und liefert auch die Details zur Anlage. Die „Neue" arbeitet mit oszillierendem Seitenhochdruck sowie 85 Bar Hochdruck in der Vorwäsche, Laufschriftanzeige und sie verfügt über Schaum, Wachs sowie Sonderwachse. Gewaschen wird mit Chemie von Christ.

Mit der Drive-in-Funktion, die die Genius Vitesse bietet, haben Betreiber Pilz und seine Stationsleiterin Julia Ganser bereits Erfahrungen gesammelt. Schon bei der vorherigen Anlage war es für die Kunden möglich, diese Funktion zu wählen und während der Wäsche im

Die glorreichen sieben Waschprofis: Christopher Wittmann, Simon Zettler (beide Christ), Florian Hassenpflug, Berit Köbe, Julia Ganser (alle Shell), Paolo Miccichè (Christ) und Pächter André Pilz (von links).

Fahrzeug sitzen zu bleiben. Zeitknappe Kunden wissen diesen Vorzug zu schätzen und dazu zählen rund 75 Prozent der Kunden, beobachten die Stationsmitarbeiter. Und es sind nicht nur Stammkunden, die Drive-in schon nutzen. Viele Kunden bleiben gerne im Fahrzeug sitzen, statt während der Wäsche im Regen oder in der Kälte zu stehen. Das ist allemal bequemer.

Die Tankstelle in Erkheim hat einen großen Anteil an Stammkunden, es gibt aber auch viel Durchreiseverkehr, so Pilz. Ein besonderes Werbekonzept für Drive-in existiert nicht, aber auf dem Display des Terminals an der Einfahrt zur Waschanlage wird der Kunde, nachdem er sein Ticket eingegeben hat, direkt gefragt, ob er sitzen bleiben möchte. Außerdem weisen die Mitarbeiter an der Kasse beim Verkauf der Wäsche darauf hin, dass der Kunde auf Wunsch auch im Fahrzeug verbleiben kann.

Pilz erklärt: „Wir verkaufen die Wäsche aktiv, unsere Mitarbeiter sind entsprechend geschult. Werbung ist zwar gut, doch die Werbeflut, der Kunden tagtäglich in vielen Bereichen ausgesetzt sind, führt dazu, dass sie oft nicht mehr darauf reagieren, deshalb setzen wir auf die direkte Kundenansprache." Auch in den Schulungsprogrammen von Shell informiert die Category Managerin für Car Wash, Berit Köbe, sei aktives Verkaufen ein Dauerthema. Außerdem fänden an seiner Station einmal im Monat Teambesprechungen statt, wo auf das Thema eingegangen wird, berichtet Betreiber Pilz. Die Stationsleiterin verfolge auch genau, ob die elf Mitarbeiter – vier Festangestellte, drei Teilzeitkräfte und vier Aushilfen – die Wäsche aktiv verkaufen.

EINHEITLICHES WASCHANGEBOT BEI DEN SHELL-TANKSTELLEN

Zusätzlich, so Ganser, sind die vier Waschprogramme neben dem Zahlteller einsehbar und ebenso auf einem Bildschirm

100 1919 2019
anuga

COLOGNE,
05. – 09.10.2019

AMAZING!

Meet old and new friends.
Priceless networking since 1919.

Tickets unter www.anuga.de/tickets
T +49 1806 002 200*
anuga@visitor.koelnmesse.de

*0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz;
max. 0,60 EUR aus dem Mobilfunknetz

koelnmesse

an der Kasse. Auf dem Monitor werden im Wechsel das Waschprogramm des Monats und die regulären Programme angezeigt. Außerdem sind die Waschprogramme auch draußen an der Waschanlage einsehbar. „Unsere eigenen Waschaktionen wechseln monatlich und zudem gibt es noch die Waschaktionen von der Shell, die im zweimonatlichen Rhythmus wechseln", erklärt Pilz. Natürlich wären bei der Anlage noch mehr Programme möglich, doch sowohl Shell als auch der Betreiber wollen das nicht.

Berit Köbe erklärt warum: „Wir wollen bei Shell ein einheitliches Waschangebot machen, das darf sich zwar in Nuancen unterscheiden, wichtig ist aber die Wiedererkennung der Marke Shell und des Programms. Bei vier Programmen kann der Kunde stufenweise die Qualität seiner Wäsche wählen." Die Programme wurden zusammen mit Christ konfiguriert.

„Wir haben gemeinsam mit der Shell eine sehr gute Optimierung der Programme gefunden", findet Micciché, „und die erfreuen sich großer Beliebtheit, weil sie sehr übersichtlich und dementsprechend die Unterschiede sehr gut erkennbar sind." „Die Kunden erwarten ein vergleichbares Angebot von Shell, das überall in Deutschland gewährleistet sein soll", weiß Shell-Bezirksleiter Florian Hassenpflug und Berit Köbe ergänzt: „Unsere Waschkunden nehmen das wahr. Sie verstehen die Programme, sie verstehen die Maschine und den Umgang damit. Es gibt einen hohen Anteil an Stammkunden, die auf eine hohe Wiedererkennung setzen." Und für Betreiber Pilz ist es letzten Endes wie bei einer Speisekarte – je mehr Auswahl man hat, desto schwieriger ist es, sich zu entscheiden.

Die Wartung der Waschanlage überlässt der Betreiber der Firma Christ. Als sehr sensibles Thema betrachtet Pilz die Reinigung der Anlage. „Es macht wenig Sinn Wäschen in einer schmutzigen Anlage zu verkaufen. Welcher Kunde assoziiert schon eine schmutzige Anlage mit einer sauberen Wäsche. Wir reinigen die Anlage regelmäßig." Ein Ersatztankwart kümmert sich um die Sauberkeit der Anlage, wobei die Grundreinigung durch Christ erfolgt.

Der exakte Fahrplan für die Wäsche darf an der Anlage nicht fehlen.

Hier kann der Kunde zwischen Drive-in und draußen warten wählen.

„Im Jahr verkaufen wir 9.000 Wäschen zum Durchschnittspreis von 8,89 Euro", verrät Pilz. „An meiner Anlage in Kaufering, die vergleichbar viele Wäsche hat, liegt der Durchschnittswaschpreis bei deutlich über zehn Euro. Der Waschpreis hier wird gesenkt durch die Basispflege, weil wir das Problem haben, dass Außendienstmitarbeiter nicht das Budget für eine Wäsche haben, das sie eigentlich gern hätten. Die dürfen oftmals nur acht bis neun Euro für eine Wäsche ausgeben." Privatpersonen gönnen ihren Autos meist eine bessere Wäsche. Die teuerste Wäsche bei Pilz kostet 15,99 Euro. „Durch die extrem ländliche Lage ist die Bereitschaft, für eine Wäsche mehr auszugeben, eher gering im Vergleich zu städtischen Einzugsgebieten", weiß Christ-Fachberater Micciché.

Der Wettbewerb ist für Pilz relativ übersichtlich. Die SB-Wäsche sieht er nicht als Konkurrenz. Wer an einer SB-Anlage wäscht, der will für eine Basiswäsche keine 8,99 Euro ausgeben. „Viele junge Leute waschen an SB-Anlagen aus Angst, dass in der Waschanlage etwas beschädigt wird", fügt Julia Ganser hinzu. Dem kann Pilz nur zustimmen: „Viele Kunden verbinden auch noch die Fahrt durch eine Waschanlage mit Kratzern, abgerissenen Spiegeln oder defekten Scheibenwischern." „Es gibt ganz klar die Aufteilung zwischen Waschanlage und SB-Wäsche", weiß Expertе Micciché, „Ich fahre schon aus Zeitgründen immer in die Waschanlage." Aus Kundenbefragungen wissen wir, so Berit Köbe, dass der Kunde sehr genau abwägt, welche Art von Wäsche für sein Fahrzeug in Frage kommt. So stellen sich bei Kunden die Fragen: Habe ich Vertrauen in die Waschstraße, möchte ich im Fahrzeug sitzen bleiben oder aber wähle ich die Portalanlage an der Tankstelle um die Ecke, wo ich mehrere Dinge erledigen kann?

Kompakt angeordnet: Geschäftsbedingungen, Einfahrttipps, Start und Not-Aus.

Im schönen Allgäu gelegen: eine der vier Shell-Stationen von Pächter André Pilz.

Überschaubar und erprobt: Vier Waschprogramme sollen die Pflegewünsche der Kunden komplett abdecken.

„Für Kunden, die es eilig haben, ist Drive-in wichtig", erläutert Category Managerin Köbe. Shell setzt voll auf Drive-in, um dem Kunden den größten Komfort zu bieten. Köbe: „Die Kundenanforderungen sind vollkommen individuell, der Situation ihres Autos entsprechend entscheiden sie, welches Waschangebot sie aufsuchen." Für alle Kunden steht aber die Sauberkeit von Waschanlage und Auto an erster Stelle.

„Viele Kunden erwerben eine Wertkarte zum Aufladen", berichtet Pilz, „dann müssen sie später bei der Wäsche nicht in den Shop kommen. Außerdem sparen sie bei der Wertkarte zehn Prozent." Bei dem Angebot „Zehn plus eins" kauft der Kunde zehn Wäschen und bekommt eine geschenkt. Bei der aktuell laufenden Waschaktion kauft der Kunde zwei Wäschen und bekommt die dritte gratis dazu. „Das Angebot wird sehr häufig genutzt", verrät Stationsleiterin Ganser.

Lange Wartezeiten sind kein Problem in Erkheim. „Die Anlage ist schnell, gut ausgestattet und bietet viele Optionen, so können wir das, was gefordert wird, sehr gut erfüllen", befindet Key-Account-Manager Christopher Wittmann von Christ. Und auch die manuelle Vorwäsche ist nicht notwendig bei dem Hochdruck, mit dem die maschinelle Vorwäsche arbeitet", weiß Shell-Managerin Köbe. „Die Anlage hat mit ihrer Leistung in der Umgebung ein Alleinstellungsmerkmal", erklärt Fachberater Paolo Miccichè.

Und gewaschen werden kann fast rund um die Uhr. Die Shell-Tankstelle hat 24 Stunden geöffnet. Nur in der Zeit von null bis vier Uhr ist der Nachtschalter in Betrieb. In dieser Zeit kann nicht gewaschen werden. Sonn- und feiertags hingegen ist die Wäsche möglich. *ron*