

Autowaschen International

Washin' USA



Im Rahmen unserer Serie „Autowaschen international“ haben wir uns dieses Mal in den USA umgesehen, genauer gesagt im Bundesstaat Florida. Wir wollten uns ein Bild darüber machen, ob die Waschgewohnheiten der Amerikaner wirklich noch mit der Vorstellung von Billigarbeitern mit den auf den Rücken geschnallten Staubsaugern übereinstimmen, oder ob die moderne Autowelt jenseits des Teichs doch größeren Einfluss auf die Waschbranche hat.





In den USA, wo alles etwas anders und vor allem größer ist als in Europa, haben wir uns auf die Spuren der Autowäsher begeben, um den Standard des dritten Jahrtausends zu entdecken. Unsere Reise führte uns nach Florida, den Sonnenstaat der USA, der im Südosten des ca. 300 Millionen Einwohner zählenden Landes liegt.

Florida selbst hat 17 Millionen Einwohner und es fühlt sich an, als hätten sie genauso viele Autos. In dem Land, wo selbst der Rasenmäher eines Einfamilienhauses 4 Zylinder hat, kann man unter 6 Zylindern nicht einmal anfangen, von „Auto“ zu sprechen. „German cars“ sieht man in Florida jedoch eher selten, unter fünf Prozent schätzt man den Anteil der deutschen Eliteautos. Aber auch die großen SUVs und Vans werden regelmäßig gekehrt

und gepflegt. Der Amerikaner legt auch gerne selber Hand an und wäscht sein Auto im Vorgarten. Verboten ist die Autowäsche im Vorbereich des Privathauses – zumindest in Orlando – nicht. Gesehen wird es allerdings trotzdem ungern, wenn man den Aussagen der Kommune glauben darf.

Etwa 500 Waschstraßen im Sonnenstaat

Der enormen Anzahl der Autos stehen verhältnismäßig wenige Autowaschanlagen gegenüber. Genaue Zahlen konnten wir leider nicht erfahren, aber laut Aussage Ed O'Hanrahans, von Hanna USA, gibt es in Florida nur ca. 500 Autowaschstraßen und rund 2.500 Portalanlagen, welche meist an Tankstellen angeschlossen sind. Enormen Zuwachs hatten

in den letzten Jahren vor allem die Selbstbedienungsanlagen. Auch werden jedes Jahr ca. 50 neue Waschstraßen eröffnet. Im Gegensatz zu Deutschland ist die Traumanlage allerdings keinesfalls mit Innenreinigungsbändern ausgestattet.

Viel Liebe zum Detail

Schon von Weitem können wir die neue Autowaschstraße sehen. Zusätzlich zeigen die großen, typisch amerikanischen Schilder dem Autofahrer, dass hier gewaschen wird, und zwar sofort. Hier ist der Kunde König, von der Einfahrt bis zur Ausfahrt. Es ist alles gut und verständlich ausgeschildert. Innerhalb weniger Sekunden findet sich jeder Neukunde mit der Anlage und dem System zurecht. Denn darauf legt Ed O'Hanrahan, unser Gesprächspartner, großen Wert.

Seiner Meinung nach will der Autofahrer nämlich keinen Selbsterfahrungs-Trip machen, er will einfach ein sauberes Auto: schnell und unkompliziert.

Das Auge wäscht mit. Und egal ob es sich um die Architektur des Gebäudes handelt, die Anordnung der Saugerplätze oder einfach nur die Hinweisschilder, alles hat ein einheitliches Erscheinungsbild. Die Farbpalette des CI (Corporate Identity) findet sich auf dem ganzen Gelände wieder. Selbst die Wartebänke für die Kunden haben den Anschein, als wären sie extra hierfür entworfen worden.

Ab 6 Dollar ist man dabei

Für umgerechnet knapp 4,50 Euro erhält man schon die Basiswäsche, welche Soft Cloth Wash (sanfte Textilwäsche), Rinse

(Spülen) und Power Dry (Trocknung) beinhaltet. Programm 2 – Deluxe Express Wash – gibt es für gerade mal 9 Dollar, also knapp 7 Euro, hier gibt es dann zusätzlich Triple Foam Conditioner (Dreifach Schaum Sprüher) und Clear Coat Sealer (Wachsversiegelung). Das Premiumprogramm für 12 Dollar (knapp 9 Euro) beinhaltet noch extra Unterbodenwäsche, Räderwäsche, Reifenglanz und Total Vehicle Protectant (Schutzschicht für das ganze Auto).

Für weitere 4,50 Euro bekommt der Kunde eine Nachtröcknung per Hand und eine spezielle Reifenpflege, die ebenfalls vom hauseigenen Personal aufgetragen wird.

Außer den Expressprogrammen gibt es auch die Full Service Programme, die ab 15 Euro aufwärts erhältlich sind. Ähnlich

wie in Europa gehen auch hier die Preise für Sonderleistungen bis in den dreistelligen Bereich.

Innenreinigung selbst gemacht

Neben des zur Genüge vorhandenen Personals, hat der Washkunde aber auch die Möglichkeit, selbst den Innenraum seines Fahrzeuges zu saugen. Hierfür stehen auf dem Gelände über 20 Einzelstaubsauger kostenlos zur Verfügung. Weitere SB-Geräte sind Heißschaumreiniger für Teppiche und Duftsprüher für den Innenraum.

Verkaufsvorgang

Der Kunde fährt die großzügig angelegte Einfahrt bis zur großen Preistafel vor. Übersichtlich aufgeteilt in nur 3 Programme für den Expresskunden

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 40





und ebenfalls nur 3 Programmen für den Full Service Kunden, wählt er seine Autowäsche. Nachdem er sich entschieden hat, fährt der Fahrer sein Auto auf einer der zwei Spuren bis zum Automatikschalter vor, bezahlt mit Kunden-Kreditkarte oder gar bar und bekommt eine Quittung. Die freundliche Bedienführung leitet den Autofahrer ohne Komplikationen durch das Menü. Nach Entnahme der Quittung öffnet sich die Schranke und gibt den Weg zur Waschanlage frei. Hier kann der Washkunde das in den USA übliche Trinkgeld in einen dafür vorgesehenen Behälter geben. Das Personal sieht anhand der Quittung, welche Wäsche das Fahrzeug bekommt und legt los. Die große helle Halle, mit den Kunststoff-Paneelen an den Seitenwänden, sieht

sehr modern und einladend aus. Die Komponenten sind ähnlich wie bei uns in Europa angeordnet. Die Anlage ist sowohl mit aufgeschäumtem als auch textilem Waschmaterial ausgestattet. Der Textilbesatz wird exklusiv für Hanna in USA gefertigt, das aufgeschäumte Material teilweise aus Italien importiert, wobei beides unserem gewohnten Standard entspricht.

Umweltschutz

Die Sache mit dem Umweltschutz wird, rechtlich gesehen, etwas lockerer gehandhabt als in Europa, dennoch wird bei einem Neubau empfohlen, eine Wasseraufbereitungsanlage einzubauen. Allerdings spielt für den Betreiber hierbei vor allem das Finanzielle eine

Rolle, da der Wasserpreis sehr stark schwanken kann.

Qualitätsanspruch

Der Amerikaner hat im Grunde den gleichen Anspruch an die Autowäsche wie der Europäer. Ganz oben auf der Liste steht die Sauberkeit des Autos und der Felgen. Im Verhältnis zum Einkommen muss der US-Bürger im Gegensatz zum deutschen Autofahrer für die Autowäsche jedoch nur die Hälfte bezahlen. Die Schätzung des Betreibers für die Häufigkeit der Autowäsche liegt bei durchschnittlich 10 Mal pro Jahr. ☘

Roland Wunder, Jeanette Birtles
Fotos: Kjetil Birtles

Deutsch-amerikanische Freundschaft

v.l.n.r.: Roland Wunder, Daniel Ron, Ed O'Hanrahan, John Ron, Jeanette Birtles



Baujahr: 2013
Fläche: 3.000 qm
Hallenlänge: 45 Meter
Technik: Hanna
Waschchemie: Sun Seal
Wasseraufbereitung: Water Recovery Systems