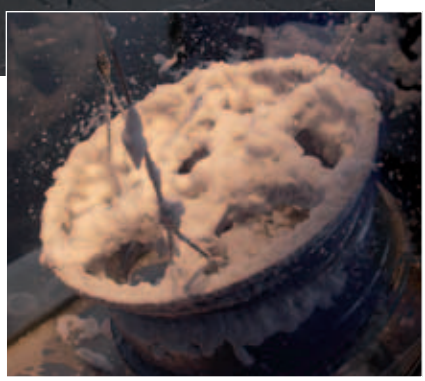
Bilder: Dieter Väthröder

Waschchemie

Schaumschläger

Die Chemiebranche zeigte auf der Automechanika neue Rezepturen für bessere Reinigungsergebnisse, aber auch Konzepte für ein erfolgreiches Waschgeschäft.



Standhaft: Der Felgenschaum von Dr. Stöcker bleibt stabil und haftet lange für ein sauberes Ergebnis.

Die Waschchemie steht unter Zeitdruck. Da die Portalanlagen immer schneller werden, bleibt der Chemie weniger Zeit zum Einwirken. Doch die Effizienz der Reiniger hat sich zwischenzeitlich unter anderem durch den Einsatz neuer Rohstoffe deutlich erhöht. Wenn man den Vorgang der Autowäsche von der theoretischen Seite her betrachtet, ist da zunächst der Waschkreis nach Sinner zu nennen: Hier wirken als Faktoren die Mechanik, die Einwirkzeit und Temperatur sowie das Reinigungsmittel. Die Chemie macht mit 40 Prozent einen wesentlichen Anteil der Reinigungswirkung aus. Wenn man allerdings ihren prozentualen Anteil an den Waschkosten betrachtet, liegt dieser bei lediglich fünf Prozent. So lag das Hauptaugenmerk der Chemieunternehmen, die in Frankfurt ihre neuesten Kreationen präsentierten, auf der schnellen Reinigungswirkung, aber auch auf glänzenden Endergebnissen durch neue Trockner und Konservierer, natürlich alles VDA-konform. Darüber hinaus zeigten einige Hersteller das passende Verkaufs- und Werbekonzept gleich dazu.

So zeigte Dr. Stöcker unter anderem den neuen Glanzkonservierer AcrylProtect forte, dessen polymere Bestandteile mit dem Auftrag auf den Lack eine Schutzschicht bilden und Lackunebenheiten ausgleichen. Da das Mittel nicht einpoliert werden muss, verlängern sich auch die Waschzeiten nicht. Viel Aufmerksamkeit erregte der neue Felgenschaum, der stark haftend auf der Felge wirkt statt abzulaufen. Die passenden Werbemittel liefert Dr. Stöcker gleich dazu, um für entsprechende Aufmerksamkeit an der Waschanlage zu sorgen. Der Betreiber kann wählen zwischen saisonal abgestimmten Plakaten und Bannern oder sein Kampagnen-Motiv im Online-Werbedesigner selbst gestalten. Unterstützen kann er die Kampagnen mit einer Giveaway-Aktion, das umfangreiche Sortiment kleiner, nützlicher Beigaben aus dem Dr. Stöcker-Sortiment sorgt für mehr Kundenbindung. Darüber hinaus gab es eine neue Serie mit Shopartikeln für den

Bild: Caramba

Das Caramba Concept 6.2 sorgt systematisch für mehr Umsatz an der Waschanlage.

Ideale Ergänzung: SB-Automaten für Pflege- und Reinigungsmittel von Dr. Stöcker.

Endverbraucher und eine Profi-Serie für die Fahrzeugaufbereitung. Neu waren außerdem SB-Automaten mit Pflegemitteln, die an Waschplätzen für zusätzliche Umsätze ohne Personalaufwand sorgen.

Lackmassage

Überschäumendes zeigte Kärcher mit dem Schaumpolish RM 837, das sowohl in der Portalanlage als auch am SB-Waschplatz zum Einsatz kommen kann. Der Schaum wird über die jeweilige Waschbürste einmassiert und bildet einen schützenden und glänzenden Pflegefilm, der auch kleine Kratzer im Lack ausgleicht. Für den SB-Waschplatz hat Kärcher einen neuen alkalischen Felgenreiniger entwickelt, der als Schaum lange haftet und stark reinigt. Eine grüne Färbung erleichtert den gleichmäßigen Auftrag, der ohne Lanzenwechsel mit der Standard-Hochdrucklanze durchgeführt wird. Das Programm ist auf bestehenden SB-Anlagen problemlos nachrüstbar. Christ drückt mit dem Glanztrockner Premium aufs Tempo. Ein molekularer Nanoeffekt bewirkt Selbstorganisationseffekte der Wassermoleküle an der Lackoberfläche und sorgt für größeren und schnelleren Wasseraufriss. Die maschinelle Trocknung wird beschleunigt und bringt bessere Ergebnisse. WashTec-Tochter Auwa bindet künftig die Reifenpflege in das Waschgeschäft mit ein. TireIntense heißt das Reifenglanz-und pflegemittel, das über den TireShiner an der Waschanlage aufgetragen wird. Damit die Felge mithalten kann, hat Auwa mit PreLavan WFA einen Felgenreiniger entwickelt, der bei aller Reinigungskraft die Betonoberflächen in der Waschhalle schont, die sonst von herkömmlichen sauren Reinigern angegriffen werden. Gegen Insektenrückstände, sonstige hartnäckige Verschmutzungen wie Vogelkot und Harz, aber auch Winterschmutz und somit das ganze Jahr einsetzbar ist PreLavan2, das über maschinelle Vorsprüheinrichtungen oder manuell aufgebracht werden kann.

Glänzende Aussichten auch bei KAW Kiehl, wo innerhalb des Kiehl micron Systems für optimale Trocknung und Glanzkonservierung drei neue Produkte präsentiert wurden. Der Hochglanztrockner Micron Dry, das Micron Wax als Glanzkonservierer, beide als Superkonzentrat, und der Micron Foam Polish 2.0 sorgen auch bei harten Wasserqualitäten für konstanten Glanz, bilden dabei keinen harten Schichtaufbau. Da auch pflegende Substanzen für Kunststoffe und Textilien enthalten sind, eignen sich die Mittel ebenso für die Cabriopflege. Kiehl zeigte außerdem das völlig neue Waschbürstenmaterial ProMicro aus Microfaser, das alle Probleme mit bisherigen Waschmaterialien beseitigen, dafür beste Reinigungsergebnisse und optimalen Polierreffekt bringen soll.

Waschen mit Konzept

Last not least zeigte Caramba seine Kompetenz rund um Werkstatt und Waschbetrieb. Unter dem Motto „Ihr Plus-Faktor für mehr Erfolg“ stand nicht nur das RMS Aqua-System mit Polymersiegel-Technologie im Fokus. Das VDA-konforme und abscheidefreundliche System umfasst Vorreiniger, Shampoo, Superschaum, Glanzwäsche, Siegelwachs, Siegeltrockner, Siegelpolitur und Siegelschaumwachs. Vielmehr galt die Aufmerksamkeit dem ganzheitlichen Blick auf das Waschgeschäft, wie mit dem Update des Concept 6.2, ein auf die Bedürfnisse eines Waschanlagenbetreibers maßgeschneidertes Konzept mit mehreren Bausteinen zur Qualitätsverbesserung, Frequenzerhöhung, Mitarbeiterschulung und vielem mehr. Bislang nur für Pkw-Anlagen verfügbar, zeigte Caramba auf der Messe erstmals das NFZ Exklusiv-Konzept für Nutzfahrzeug-Waschanlagen. In beiden Fällen kommen die Caramba-Spezialisten in den Waschbetrieb, erfassen den Ist-Stand bei Technik, Personal und Chemie und erarbeiten Verbesserungspotentiale, etwa durch Mitarbeiterprofessionalisierung, Qualitätsverbesserung, Frequenzerhöhung und Kundenbindungsmaßnahmen. Der Caramba-Service übernimmt auf Wunsch auch Dienstleistungen wie die Führung eines Betriebstagebuches oder die labortechnische Bruchwasseruntersuchung. Das umfangreiche Marketingpaket sorgt mit aufmerksamkeitsstarken Plakaten, Werbebannern und Saison-Aktionen für mehr Frequenz und unterstützt die geschulten Mitarbeiter beim Verkauf von mehr Premium-Wäschen.

Dieter Väthröder