



Gleiten statt Schrubben

Scheibenwischer | Klare Front- und Heckscheiben sind für jeden ein Sicherheitsgewinn. Wenn nun das Wischblatt nicht mehr sauber arbeitet, muss es gewechselt – und vorher gekauft – werden.

Klare Sicht | So heißt es bei einigen Flottenkunden des Onlinehändlers, die alle drei bis sechs Monate ihre Wischblätter bestellen und austauschen

Nur wer sieht, kann reagieren. So logisch diese Aussage ist, so oft endet die Erkenntnis dann im Auto, wenn der Scheibenwischer mal wieder mehr schrubbt als über das Glas gleitet. Der Gummi ist porös und muss gewechselt werden. Hier kommt Andreas von Lochow ins Spiel. Der Norddeutsche ist Gründer und Geschäftsführer des Automotive Internet Shop und damit Herr über 40.000 Scheibenwischer-Paare. Über die Internetseite Scheibenwischer.com landen nach eigenen Angaben gut 100.000 Kunden auf dem virtuellen Marktplatz für Wischblätter. Wobei eines der größten Hindernisse darin besteht, das passende Modell für sein Fahrzeug zu finden. Die bekannten Kataloge im Baumarkt sind hier oft nur mühsam als Ratgeber hilfreich.

Einfachheit | Also hat von Lochow einen eigenen Konfigurator programmiert, der Auto und Scheibenwischer sekundenschnell zusammenbringt. „Dieser einfach zu bedienende und stets aktuelle Konfigurator zählt zu unseren Alleinstellungsmerkmalen“, erklärt von Lochow stolz. Hierzu zählen auch der Preis und die Abwicklung der Lieferung. Diese kann auch für Flottenkunden angepasst werden. „So kann ein Fuhrparkleiter eine Sammelbestellung bei uns abrechnen und die Scheibenwischer an die einzelnen Dienstwagenfahrer versenden lassen“, erklärt von Lochow. Gut jeder zehnte Kunde ist

Großabnehmer. Was sich nicht nur in der Menge, sondern auch in der Häufigkeit der Bestellungen zeigt. „Wir haben Kunden wie die Johanniter oder den Samariterbund, die präventiv alle drei bis sechs Monate ihre Scheibenwischer austauschen. Das Gros der Firmenkunden kauft jedes Jahr neue Wischblätter“, berichtet der Geschäftsführer. Dabei spielt der Verschleiß nicht die Hauptrolle, wenn die Wischer plötzlich mehr schmieren als reinigen. „Das UV-Licht setzt dem Gummi zu, der dann schneller altert. Wenn Fahrzeuge also draußen stehen, altern die Scheibenwischer schneller als in der Garage“, so von Lochow. Schmutz oder Eis auf der Scheibe tun ihr Übriges, um dem Wischer-Trio in Front und Heck die Arbeit zu erschweren. In der Regel werden aber die Autofahrer erst dann aktiv, wenn eben der erste Schnee



Foto: Privat

Flotten-Profi | Früher managte Andreas von Lochow selbst den Flotteneinkauf, dann ging es zum Online-Gebrauchtwagenhandel



Harte Arbeit | Mit dem Laub gelangt der Schmutz auf die Scheibe. Dieser erschwert die Arbeit des Wischblatts

oder Dauerregen die Helfer fordert und bisweilen überfordert.

Fax-Order | Dann wird bestellt – über die Hälfte der Order gehen per Smartphone ein – außer bei den Firmenkunden. „Da wir hier viele Behörden haben, liegt der Anteil von Bestellsfaxen ungewöhnlich hoch“, so von Lochow. Bei Rückfragen kümmert sich ein Mitarbeiter im Callcenter speziell um die Großkunden. Einen speziellen Onlinebereich für Flotten samt eigenem Flotten-Kontakt gibt es ebenfalls bei den Hamburgern. Zudem erhalten Fuhrparks ab fünf Fahrzeugen Sonderkonditionen. Schließlich weiß von Lochow um die Anforderungen von Gewerbekunden, denn er war gut dreizehn Jahre als Berater für Flotten (The Car Consultants) unterwegs. Später folgte ein Ausflug in den Online-Autogebrauchthandel (Autoda), schließlich der Onlinehandel für Wischblätter, den er seit 2010 betreibt.

Foto: Elena Elisseeva/Panthermedia