

### Ziel des Posters

In der Politik gibt es ein Sprichwort: Man legt sich mit zwei Berufsgruppen nicht an: Wirten und Taxifahrern. Der Grund: Zum einen arbeiten Taxifahrer mit dem Querschnitt der Gesellschaft zusammen und wissen, was die Wähler denken, fühlen und wie sie Politik wahrnehmen. Zum anderen können Taxifahrer in Gesprächen und Erfahrungsberichten tagtäglich dutzende Bürgerinnen und Bürger beeinflussen. Diese Tatsache können wir uns in unserer Branche zunutze machen. Dieses Poster soll Ihnen dabei helfen, mögliche Fragen von Kunden zu beantworten oder vielleicht sogar selber mit Kunden zu sprechen und auf die Belange der Branche aufmerksam zu machen. Denn in naher Zukunft könnte die Politik sich dazu entschließen die Gesetze zu ändern, die unsere Branche stark machen.

### Wieso sollten sich die Gesetze ändern?

In der Politik herrscht starker Druck, effektiv auf die Digitalisierung zu reagieren. Digitalisierung wird von vielen Menschen zwangsläufig mit Fortschritt in Verbindung gebracht. Darüber hinaus investieren Unternehmen wie Uber oder Automobilhersteller Millionensummen in die Beeinflussung von Politik und Öffentlichkeit. Auch besteht der aktuelle Bundestag aus vielen neuen, auch sehr jungen Politikern, die den Konzepten von Uber und Co aufgeschlossener gegenüber sind. Eine Antwort von Politikern auf die Digitalisierung ist eine Öffnung der Märkte, sodass es digitale Anbieter leichter haben, auf die Märkte zu gelangen.

### Was können Sie konkret tun?

Wie oben beschrieben, treten Sie tagtäglich in Kontakt mit dutzenden Kunden. Wir wollen Sie jedoch nicht animieren, jeden Fahrgast mit unseren Problemen zu belästigen. Allerdings kommt das Thema häufig auf. Sie können die Argumentationshilfen gerne nutzen, um Fragen Ihrer Kunden zu diesen Themen zu beantworten.

Darüber hinaus kommt es durchaus vor, dass Sie Personen befördern, die sich sehr wohl für unsere Branche interessieren. Auch Politiker, Bundestagsabgeordnete oder Lokalpolitiker fahren häufig Taxi. Wenn Sie diesen direkt die Position der Branche verdeutlichen, können wir alle nur davon profitieren. Wichtig ist es hierbei vor allem die Stärken unserer Branche deutlich zu machen!

### Unsere Stärken

Es ist wichtig, nicht immer nur auf andere Unternehmen zu schimpfen. Viel wichtiger und sympathischer ist die Klarstellung unserer Stärken!

#### Erreichbarkeit

Wir sind über jeden Kommunikationskanal jederzeit erreichbar!



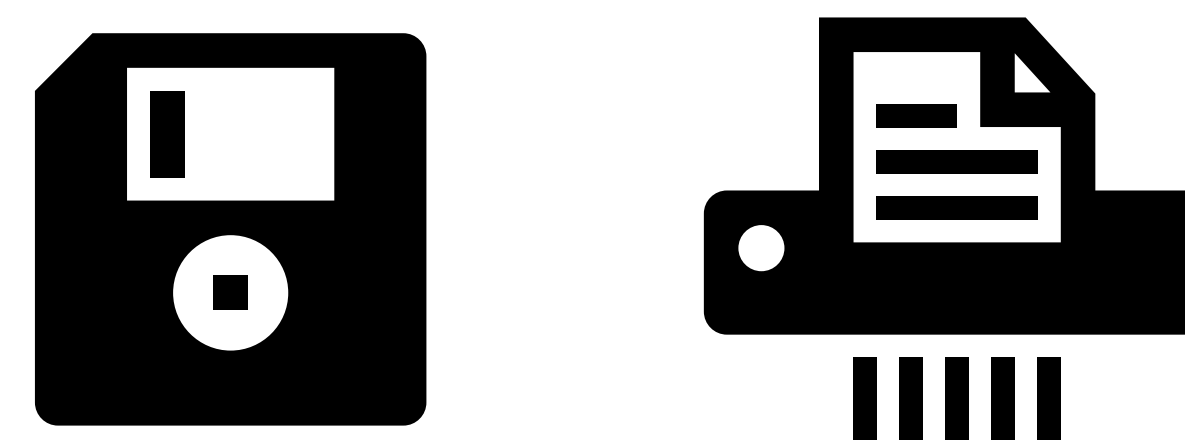
#### Taxi für Jedermann

Wir befördern jeden Menschen. Insbesondere jedoch diejenigen, die sich selber nicht mehr fortbewegen können. 1/3 unserer Fahrgäste sind bewegungseingeschränkte Menschen.



#### Datensicherheit

Taxi-Unternehmen garantieren, absolut vertraulich mit sensiblen Kundendaten umzugehen. Auch die brancheneigenen Applikationen löschen Kundendaten unmittelbar nach der Fahrt. Die Konkurrenz geht ausgesprochen lapidar mit ihren Kundendaten um! Die Verschwiegenheit des Fahrers gibt es auch noch dazu!



#### Verlässlichkeit!

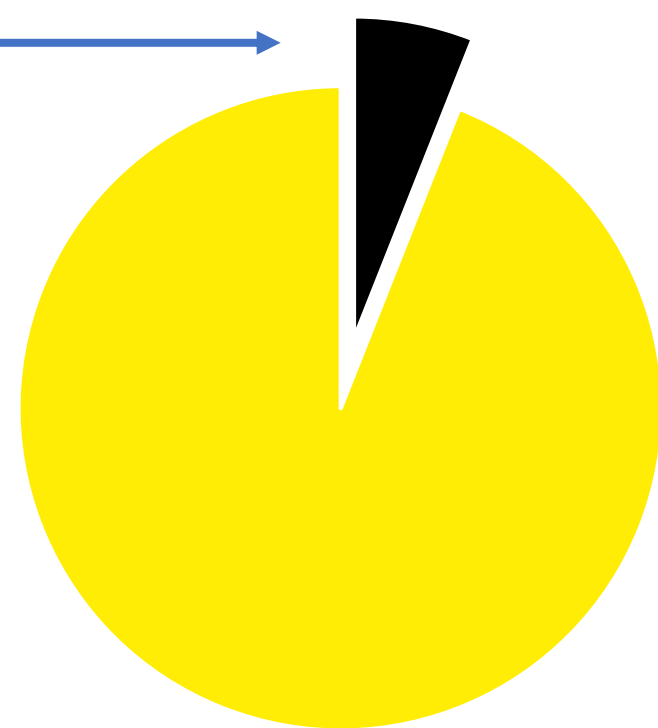
Taxifahrer sind ausgebildet! Sie kennen den schnellsten Weg, wissen, wie man sicher fährt, kümmern sich um ihre Kunden, wissen, was im Notfall zu tun ist, sind ärztlich geprüft und halten Ihre Taxis immer auf bestem Stand!



Wir sind 250.000 Frauen und Männer

**Konzept:** Das Geschäftsmodell, das vor allem in den USA und China (Didi) genutzt wird, vermittelt Kunden an private Fahrer mit Privatautos. Hauptnutzer des Dienstes sind Menschen zwischen 18 und 35 Jahren mit hoher Bildung und mittlerem bis hohem Einkommen.

\*Nur 6% der über 65 jährigen kennen und/oder nutzen Uber und Co.



Die Bevölkerungsgruppe, die am meisten auf Personenbeförderung angewiesen ist\*, wird von Uber und Co. nicht berücksichtigt. Hierauf darf man sich jedoch nicht ausruhen. Denn die nachwachsende Zielgruppe erfährt Uber und Co. als durchaus attraktiv. Das Hauptkriterium der jungen Nutzer für ein Uber, Didi oder Lyft ist der im Vergleich zum Taxi niedrigere Preis pro Fahrt!

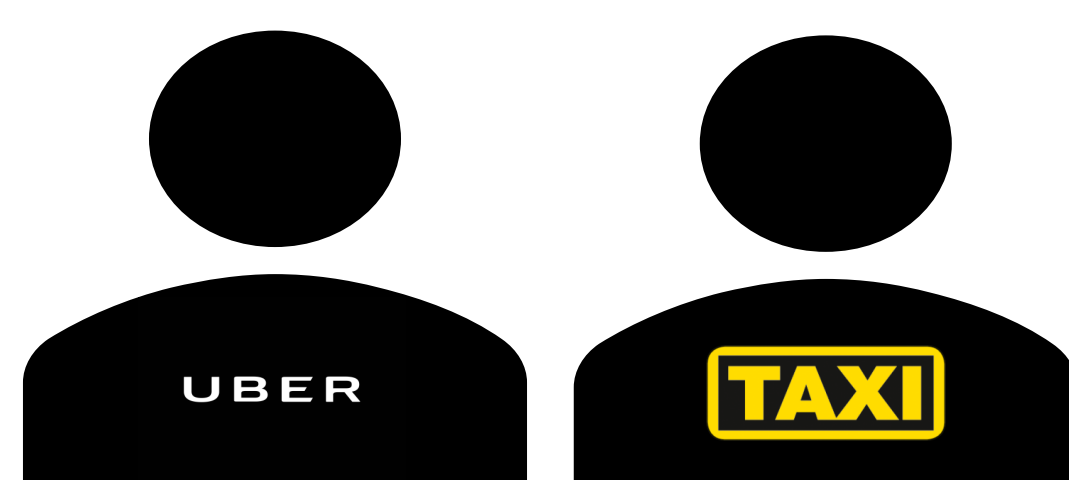
Doch wie entsteht der niedrige Preis?

1. Viele der Fahrten sind (immer noch) fremdsubventioniert. Die Unternehmen steuern Gelder hinzu, um den Markt zu übernehmen
2. Die Kosten für den Fahrer werden auf einem Minimum gehalten, das fast immer unter Mindestlohn-Niveau liegt
3. Im Preis sind die Abnutzungskosten für die Fahrzeuge nicht mit inbegriffen

Der niedrige Preis also ist künstlich erzeugt und hat nichts mit dem „digitalen Paket“ zu tun, dass die Unternehmen bereitstellen. Früher oder später werden die Preise wieder angehoben.

### Monopolbildung

Das Kriterium allerdings, was am meisten gegen diese Unternehmen spricht, ist ihr Hang zur Monopolbildung. Hinter den Unternehmen steckt so viel Geld, dass sie mit wenig Mühe große Teile des Marktes aufkaufen können. Sobald sie einmal eine Vormachtstellung haben, bestimmen sie auch Preise und Konditionen. Das, gepaart mit dem Willen zur Profitmaximierung, kommt dem Verbraucher am Ende teuer zu stehen. Preise werden steigen und die Grundversorgung wird sich auf rentable Regionen wie Ballungsräume beschränken. Unrentable Fahrten werden nicht mehr stattfinden, der ländliche Raum wird nicht mehr abgedeckt und der Kunde bleibt auf der Strecke!



- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| ❖ Nicht planbares Gehalt             | ✓ Ausgebildeter Fahrer                               |
| ❖ „Digitales Prekariat“              | ✓ Ortskunde geprüft                                  |
| ❖ Keine Arbeitnehmerrechte           | ✓ Zuverlässig  |
| ❖ Kein Recht auf Gewerkschaft        | ✓ Geregelttes Einkommen, Versicherung                |
| ❖ Kündigt im Schnitt nach einem Jahr | ✓ Hilfsbereit  |
| ❖ Arbeitet weit unter Mindestlohn    | ✓ Beförderungspflicht, Betriebspflicht, Tarifpflicht |