

# Konkurrenz im Taxigewerbe erreicht den App-Store

## Was bieten Smartphone-Anwendungen zur Taxibestellung?

Die industrielle Revolution geht weiter, auch im Taxigewerbe. Sprachfunk war vorgestern. Warteschleife bei der Taxifunkzentrale war gestern. Heute bestellt der smarte Kunde per Tele-Booking oder mit seiner App von seinem iPhone, iPad oder Android-Smartphone.

Auf Deutsch: Seit Taxi Berlin in Zusammenarbeit mit den Firmen FMS Austrosoft und OPN Technologies LLP im Oktober 2010 sein Taxi-Bestellprogramm „Taxi Berlin“ als App (Kurzbezeichnung für Applikation, also Computerprogramm für Smartphones, also für kleine telefonierende Computer) auf den Markt gebracht hat, hat nicht nur der einzige Berliner Konkurrent, die WBT, sein Konkurrenzprodukt „app4cab“ im Appstore etabliert.

Der Telekom-Konzern hat maßgeblich die Entwicklung der Konkurrenz-App „myTaxi“ gesponsert, die vor anderthalb Jahren für Hamburg veröffentlicht und im Frühjahr 2011 auf Berlin und andere Städte ausgeweitet wurde und seit einigen Monaten Wellen schlägt – obwohl sie weitgehend die Funktionen der Taxi-Berlin-App kopiert, dabei aber nicht den Service einer Funkzentrale bietet.

Somit gibt es in Berlin drei Anwendungen für die telefonierenden Kleincomputer der Firma Apple bzw. für etliche Smartphone-Modelle, um mit wenigen Fingerdruck-Anweisungen ein Taxi zu bestellen. Worin genau bestehen die Unterschiede für Fahrer und Fahrgäste?

Beginnen wir mit dem Vergleich aus Sicht der Fahrer: Wer sich etwa beim Würfelfunk als Teilnehmer registrieren lässt, muss seinen P-Schein vorlegen und einen mehrstündigen Funkkurs absolvieren, der mit einem winzigen Verständnistest endet. So hat das Personal der Funkgesellschaft jeden Teilnehmer zumindest schon einmal zu Gesicht bekommen und sich überzeugt, dass er einen gültigen P-Schein besitzt und sich so weit auf Deutsch verständigen kann, dass er nicht beim Fahren die Zeichensprache anwenden muss. Die Daten des Fahrers wie Wohnadresse usw. werden intern gespeichert, jedoch nicht an Dritte wie etwa Fahrgäste herausgegeben. Das Foto des Fahrers, das gleich vor Ort aufgenommen wird, kommt auf den Funkausweis, so dass die Übereinstimmung meist leicht zu belegen ist, ohne dass den Fahrgästen unnötig viele Daten des Fahrers zugänglich gemacht werden.

Eine ähnliche Erfassung der Fahrerdaten erfolgt auch bei der Anmeldung des Fahrers bei „myTaxi“: Der Kandidat muss das Berliner Büro der Hamburger Computerfirma Intelligent Apps aufsuchen, Führerschein, P-Schein usw. vorlegen, Bankverbindung hinterlegen

und sich vor Ort fotografieren lassen – bis dahin läuft es also ähnlich wie beim Würfelfunk bzw. bei Taxi Berlin. Er bekommt bei „myTaxi“ aber keinen Kurs, kaum eine Einführung und muss in keinem Test irgendwelche Kenntnisse oder Fähigkeiten belegen.

Doch was den Datenschutz betrifft, geschehen nun gänzlich andere Dinge – was nicht überrascht, wenn man bedenkt, was über die Mentalität der Verantwortlichen so alles bekannt ist. Das Hamburger Taxi-Bestellsystem „1touchtaxi“ wurde maßgeblich vom Konzern Deutsche Telekom aus dem Boden gestampft. Telekom und Datenschutz? Da war doch was, man muss gar nicht lange recherchieren. Nur zwei Zitate aus einer Meldung vom Online-Portal der Frankfurter Rundschau vom 19. August: „Der Datenskandal bei der Telekom weitet sich aus: Nach FR-Informationen hat die Telekom-Tochter T-Mobile ihren Kunden nicht nur über Jahre den Diebstahl von 17 Millionen personenbezogener Daten verschwiegen, sondern offenbar auch ihre eigenen Aufsichtsräte überwacht.“ [...] „Das ist der Hammer“, sagen Insider. Das Unternehmen leiste sich jeden Tag einen neuen Datenskandal. Ab jetzt könne man Konzernchef René Obermann die Rolle des größtmöglichen Aufklärers nicht mehr abnehmen, da er selbst zu dieser Zeit noch die T-Mobile-Tochter leitete. Die Betroffenen schalten nun ihre Anwälte ein und informieren die Staatsanwaltschaft über diesen ‚beispiellosen Bruch des Post- und Fernmeldegeheimnisses‘.“ Können Sie spontan sagen, zu welchem der Datenskandale der Telekom aus den letzten Jahren diese Meldung genau gehört?

So viel zum Datenschutzverständnis des Konzerns, der – seit der Privatisierung 1994 mehr von Geldgier als von Kundenorientierung getrieben – unter Softwareentwicklern schon mal mitteleidvoll als „die Telekomiker“ bezeichnet wird. Etwas sachlicher sieht Taxi-Berlin-Geschäftsführer Hermann Waldner das Problem: „Bei ‚myTaxi‘ breitet der Fahrer seine Persönlichkeit quasi wie einen Bauchladen vor sich aus. Der Fahrgast, der mit seinem Smartphone mal eben ein Taxi bestellt, hat von da an Foto und Mobiltelefonnummer des Fahrers bzw. der Fahrerin – aufgrund einer einzigen Beförderungssituation.“

Eine Fahrerin aus Wilmersdorf winkt auf die Frage nach „myTaxi“ nur müde lächelnd ab: „Ich gebe ganz bestimmt keiner Firma mein Foto und meine Handynummer, die dann beides an jeden wildfremden Fahrgast aufs iPhone schickt.“ Sie will damit keineswegs andeuten, ihre hauptsächlichsten Bedenken bestünden darin, dass sie als Frau von männlichen Fahrgästen belästigt werden könnte.

„Jeder von uns kennt die Fahrgäste, die nur meckern, und denen man nichts recht machen kann, egal wie sehr man sich bemüht. Soll ich mich von denen im Nachhinein auch noch anrufen und beschimpfen lassen, wenn die meinen, jemanden für ihre schlechte Laune bestrafen zu müssen?“ Auch ein Kreuzberger Kollege ist zwiegespalten: „Bis jetzt lief alles ganz gut, aber ich hab’ schon ziemlich leichtsinnig meine Daten mit Foto auf den Präsentierteller gestellt. Wollen wir mal hoffen, dass das nicht mal irgendwann nach hinten losgeht.“

Nun muss nicht gleich etwas nach hinten losgehen, um zu einem Problem zu werden. Oft genug finden sich Taxifahrer in der leidigen Situation: Sie haben für einen Funkauftrag ihre Position im Sektor oder am Halteplatz hergegeben, sind zügig zur Bestelladresse gefahren, stehen vor der Tür, und es passiert nichts. Der Name steht mal wieder nicht an der Klingel, und nach ein paar Minuten Warten passiert immer noch nichts. In dem, was nun geschieht, liegt der vielleicht größte Unterschied zwischen einem Auftrag vom Taxifunk und einem Auftrag von „myTaxi“.

Der Funker mit dem Auftrag aus der Zentrale drückt einen Sprachwunsch, wird wegen des Merkmals „auftragsbezogen“ bevorzugt gereiht, so dass die Zentrale sich schnell meldet und ihm nun mit einem Stab von Mitarbeitern und einer Palette an möglichen Hilfestellungen zur Verfügung steht. Taxi Berlin beschäftigt derzeit sechs Mitarbeiter im Innen- und Außendienst, die sich ausschließlich um Beschwerden und Kundenpflege kümmern, sowie rund 100 Callcenter-Mitarbeiter. Hat man einen von ihnen am Funkgerät, so ist das Problem meist schnell behoben – mal durch eine kleine Online-Recherche, mal durch eine Nachfrage beim Kollegen, der den Kunden am Telefon hatte, und mal durch einen Anruf beim Kunden, der – telefonisch, per AutoBooking oder eben per iPhone- oder Smartphone-App – bestellt hat und gegebenenfalls erklären kann, wo seine Abholadresse versteckt ist. Dieser Service ist selbstverständlich rund um die Uhr und ohne Aufpreis für jeden Fahrer da.

Und der Fahrer, der den Auftrag von „myTaxi“ hat? Der braucht den Auftrag nicht zu bezahlen – und hat ansonsten Pech, denn hier gibt es keine Funkzentrale, keinen Innen- oder Außendienst zur Fahrer- oder Kundenbetreuung, sondern der Fahrer wird – ebenso wie der Fahrgast – alleingelassen. Für den Anbieter ist es das Hauptanliegen, dass der Fahrer seine Gebühr für den zustande gekommenen Auftrag bezahlt hat – damit ist der Zweck der App erfüllt und der Fall erledigt. Man weiß ja schließlich, in was für Kosten man sich mit Service unnötig stürzen würde. Telekom und Service? Da war doch was.

Der Service für Kunde und Fahrer ist bei Taxi Berlin im Pauschalpreis inbegriffen, ganz egal, wie viel Arbeit ein Auftrag macht. Fahrzeuge im Mehrschichtbetrieb bei Taxi Berlin fahren schon mal 400 Aufträge und mehr pro Monat – das würde bei myTaxi über 300 Euro kosten.

Diese Zahl sagt noch nicht viel über die Preise „unter dem Strich“ aus, da sie unter anderem die Anschaffungskosten der Funkausrüstung nicht beinhaltet. Einen ersten Vergleich der Kosten bei den einzelnen Funkgesellschaften und bei „myTaxi“, die für Taxiunternehmer eine Rolle spielen, hat Richard Leipold aufgestellt, Schatzmeister und Erster Vorsitzender der Berliner Taxi-Vereinigung e.V. (BTV). Eine umfassende Tabelle sowie seinen Kommentar finden Sie auf Seite 34. Leipold kommt zu dem Schluss, dass die tatsächlichen Kosten pro Auftrag bei „myTaxi“ mit großem Abstand die höchsten sind, obwohl hier praktisch keine Dienstleistung über das Zusammenbringen von Fahrer und Fahrgast hinaus geboten wird. Am günstigsten ist laut Tabelle der Bärchen-Funk. Im Mittelfeld liegt der City-Funk – der mehr als alle anderen Gesellschaften bietet. So erhalten Unternehmer beispielsweise auf der Internet-Seite detaillierte Aufstellungen, welche Taxe in welchem Zeitraum wie viele Aufträge mit welcher Fahrtstrecke bekommen hat, um ablesen zu können, wie viel er unter dem Strich für sein Geld bekommen hat – ein Service, der „myTaxi“ mehr als fremd ist, da die Betreibergesellschaft an solchen Dingen nicht interessiert ist. Damit hat „myTaxi“ im Vergleich zu den Funkzentralen ein miserables Preis-Leistungs-Verhältnis.

Wie stellen sich die verschiedenen Apps aus Sicht der Fahrgäste dar? Die Online-Kritiken zu „myTaxi“, die dem User entgegenlachen, sind voll der Begeisterung und vermutlich deshalb an die Oberfläche befördert worden. Wer andere Erfahrungen macht und das Ganze in Folge lieber schnell gedanklich abhakt, wird sich vielleicht weniger die Mühe einer Online-Kritik machen. Ein vergleichendes Urteil werden nicht viele abgeben können. Einer, der es aus Erfahrung kann, ist Sebastian Z., Concierge eines renommierten Hotels in Fennpfuhl. Zu seinem breit gefächerten Tätigkeitsspektrum gehört unter anderem das schnelle Herbeizaubern von Taxen für die Gäste.

Nach seinen Erfahrungen mit „myTaxi“ gefragt, antwortet der Concierge kurz und klar: Sein Hotel hatte regelmäßig bei Taxi Berlin bestellt, im Frühjahr 2011 probierte er – mit iPhone auf dem Tresen – die App „myTaxi“ als Alternative aus. Die durchschnittliche Zeit, bis das Taxi eintraf, stieg von gut zwei Minuten auf rund 14 Minuten, worauf er das Experiment beendete und nun wieder zufriedener Kunde des Teams in der Persiusstraße ist.

Die Erfahrung des Hotel-Mitarbeiters verwundert nicht, wenn man die Zahlen über die Dichte der Taxen, die über die jeweilige App allein in Berlin mit Umland erreicht werden, betrachtet. Sie sprechen für sich: Bei Taxi Berlin sind es 4.500, mit der Null-Service-App „myTaxi“ sind in Berlin meist zwischen 60 und 120 angemeldete Taxen zu sehen.

Noch ein weiterer Aspekt spricht eher gegen „myTaxi“: Die Hamburger App öffnet einer unerwünschten Strömung, die von den Funkzentralen seit Jahren in mühevoller Arbeit bekämpft wird, mit einem Schlag wieder Tür und Tor: Wenn ein ausländischer

Fahrgast im Voraus Foto und Namen des Fahrers zu sehen bekommt, kann er den Auftrag widerrufen (oder absichtlich eine Fehlfahrt erzeugen), wenn der Fahrer zum Beispiel als Türke zu erkennen ist. Solche Fahrgäste haben etwa bei Taxi Berlin wenig Chancen: Wer ein Taxi mit deutschem Fahrer bestellen möchte, wird zu Recht abgewiesen. Auch Bestellungen, bei denen der Fahrgast ausdrücklich ein Taxi mit einer Fahrerin am Steuer verlangt, werden von den Funkzentralen nur in ganz bestimmten, begründeten Ausnahmefällen erfüllt – um kriminellen „Fahrgästen“ die Auswahl des potenziellen Überfallopfers nicht unnötig zu erleichtern.

Zwar wird sich im Ernstfall zurückverfolgen lassen, von welchem Smartphone aus die Bestellung erfolgte, doch im Zweifel nutzt dem Opfer das im Nachhinein wenig, besonders wenn das Telefon gestohlen oder verloren wurde – und wie viele Telefone in unbefugten Händen kursieren, ahnt jeder Funkteilnehmer, der täglich zu lesen oder zu hören bekommt, „Fahrgast hat Smartphone auf der Fahrt von X nach Y liegen lassen“. Dass die Bestell-Apps von Taxi Berlin und der WBT dem Fahrgast keine Informationen über Aussehen, Geschlecht und Nationalität des beauftragten Fahrers geben, bietet den Fahrerinnen und Fahrern somit entscheidende Vorteile in puncto Sicherheit gegenüber der App aus Hamburg.

Manche halten „myTaxi“ für die Bestellmethode der Zukunft, doch bedient die App bislang einen recht kleinen Kunden-Anteil, Tendenz nur schwach steigend. Zwar steigt die Zahl der Smartphone-Benutzer so rasant wie bei wenig anderen technischen Produkten in den letzten Jahren, doch sind Fahrgäste mit Wünschen, die sich ein Stück vom Durchschnitt abheben, praktisch von der Bestellung mit der App ausgeschlossen. Diese bilden aber einen großen Teil der Kundschaft – Taxi Berlin punktete in den letzten Jahren gerade mit Neuerungen wie VIP, VIP+, Storchentaxi, Kooperation mit der BVG, Taximanagement bei Großveranstaltungen und Messen, Eco-Taxi, Taxi International usw. Einer der größten Stammkunden des Taxigewerbes deutschlandweit ist die Deutsche Bahn AG mit ihren oft lukrativen Couponaufträgen.

Hermann Waldner sieht den Zuwachs auf dem Taxifunk-Markt durch „myTaxi“ daher gelassen – was auf den zweiten Blick nicht mehr überrascht: „Wir bedienen zum Beispiel die allermeisten Berliner Hotels. Solche Großkunden oder etwa die Deutsche Bahn – und auch andere große Firmen mit permanent hoher Nachfrage nach Taxen – könnten niemals von einem Anbieter wie „myTaxi“ auch nur zu einem Bruchteil bedient werden. Die würden auch sicher nach Alternativen suchen, wenn sie mit den Funkzentralen unzufrieden wären. Andere Kunden würden zu

Mietwagenanbietern abwandern. Aus solchen Erfahrungen lernt man, so dass wir unseren Großkunden heute eine Zahl an Fahrzeugen vorhalten, die nahezu jeden Bedarfsfall abdeckt. Hotels könnten es sich gar nicht erlauben, für ihre Gäste Taxen mit dem iPhone bei einem unzuverlässigen Anbieter zu bestellen. „myTaxi“ wird deshalb auf Dauer einen sehr geringen Marktanteil behalten, selbst wenn es – wie unsere App schon jetzt – europaweit verbreitet wird. Alle Erfahrungen zeigen mit großer Deutlichkeit: Qualität und Service setzen sich am Ende immer durch, und wir bauen gegenwärtig eine europaweite Zusammenarbeit auf: Beim Eurocab-Treffen in Berlin im Juni haben 90 Funkzentralen gemeinsam über künftige Aktivitäten beraten und werden dauerhaft kooperieren – als erstes bei der gemeinsamen Nutzung unserer iPhone- und Android-Apps.“

Gesagt, getan: Anfang September hat Taxi Berlin nachgelegt – mit der überarbeiteten Version 3.0.4. seiner Smartphone-Bestellsuite mit zahlreichen Verbesserungen. Die App der Firma Austrosoft funktioniert jetzt zusätzlich zum iPhone von Apple auch auf Smartphones auf Android-Basis wie z.B. von HTC – und erreicht europaweit mehr als 40.000 Taxen, die momentan gut 60 Funkzentralen angeschlossen sind. Mit dabei sind neben Berlin und Potsdam 26 weitere deutsche Städte, unter anderem Aachen, Augsburg, Bielefeld, Duisburg, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Leipzig, Ludwigsburg, München, Münster, Neumünster, Osnabrück, Stuttgart, Wuppertal und Würzburg und im Ausland unter anderem Graz, Linz, Salzburg, Wien, Basel, Genf, Lausanne, Zürich, Lyon, Antwerpen, Brüssel, Kopenhagen, Amsterdam, Rotterdam und Prag.

Eine Taxibestellung mit der Taxi-Berlin-App oder ihren Parallel-Apps von Austrosoft ist damit bereits in acht europäischen Ländern möglich: neben Deutschland auch in Österreich, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Dänemark, und Tschechien. Austrosoft-Geschäftsführer Michael Weiss erläutert sachlich, doch nicht ganz ohne Stolz: „In den nächsten Monaten werden laufend weitere Zentralen zugeschaltet. Damit haben wir in kurzer Zeit ein vollautomatisches Mobile-Booking-System auf die Beine gestellt, das die in Deutschland so gehypte „myTaxi“-Lösung völlig in den Schatten stellt. Zum Vergleich: Bisher waren dort nie mehr als 400 Fahrzeuge online.“

„myTaxi“ funktioniert laut Website derzeit in 13 Städten, während über die EuroCab-Gruppe jährlich bereits 120 Millionen Taxifahrten an über 40.000 Taxen europaweit vermittelt werden. Konkurrenz belebt das Geschäft, sagt man, doch „myTaxi“ ist bei genauerem Hinsehen nicht viel mehr als ein vermeintliches Konkurrenzchen.

Axel Rühle

Anzeigenannahme

030 - 26 93 970

Siehe auch Artikel auf Seite 24.