

Die aktuelle Internetseite www.taxi-berlin.de – übersichtlich und funktional.

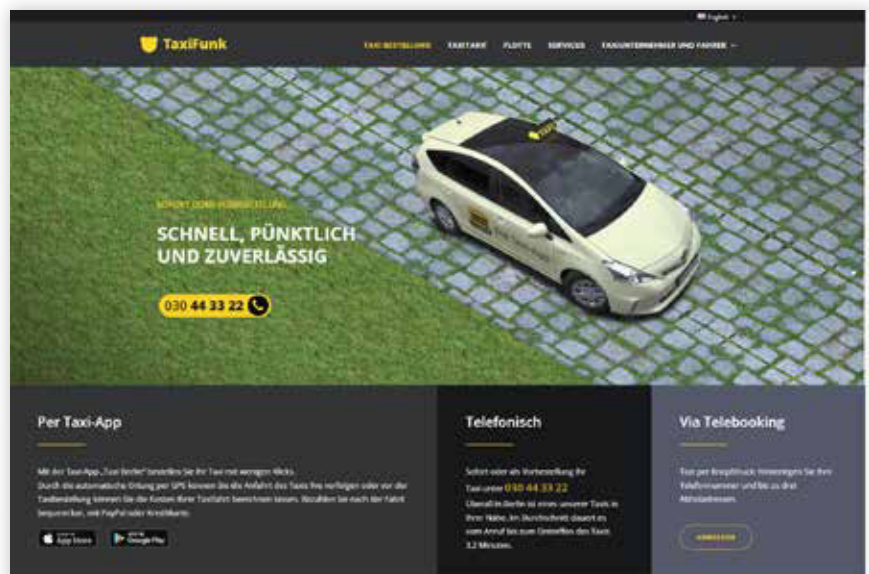


Die gleiche Seite im Jahr 2010

# TECHNISCHER FORTSCHRITT VOR UND HINTER DEN KULISSEN

Innovation ist allgegenwärtig. Bei Taxi Berlin fließt ein großer Teil der Funkgebühren in die technische Weiterentwicklung. Diesen Fortschritt erlebt man als Fahrer bei der Funkvermittlung – und online.

**F**ür junge Taxifahrer ist der Umgang mit Smartphone, Navi, PDA und sozialen Netzwerken nichts Besonderes. Schwer vorstellbar, dass es mal kein Internet gab und Endgeräte weder mobil noch digital waren. Anders geht es vielen Kollegen, die schon 20 Jahre oder länger im „helfelbeinfarbenen Gewerbe“ tätig sind. Sie kennen noch die Zeiten, in denen der Alltag im Taxi mit gedruckten Papierstadtplänen, Sprachfunk mit Mikrophon und ohne Kartenzahlung ablief. Das funktionierte auch. Das gesamte Taxigewerbe entwickelt sich aber weiter, und beim Taxifunk hat sich in den letzten Jahren so viel verändert, dass die heutige Arbeit bei Taxi Berlin mit der vor 20 Jahren nur noch wenige Gemeinsamkeiten hat. Der Begriff Digitalisierung mag im Taxigewerbe aktuell einen gewissen Beigeschmack haben, doch war und ist es doch hauptsächlich die



Auch die Seite der Marke Taxifunk, bekannt durch das gelbe Bärchenkopf-Logo, hat eine nahezu komplette Erneuerung durchgemacht.

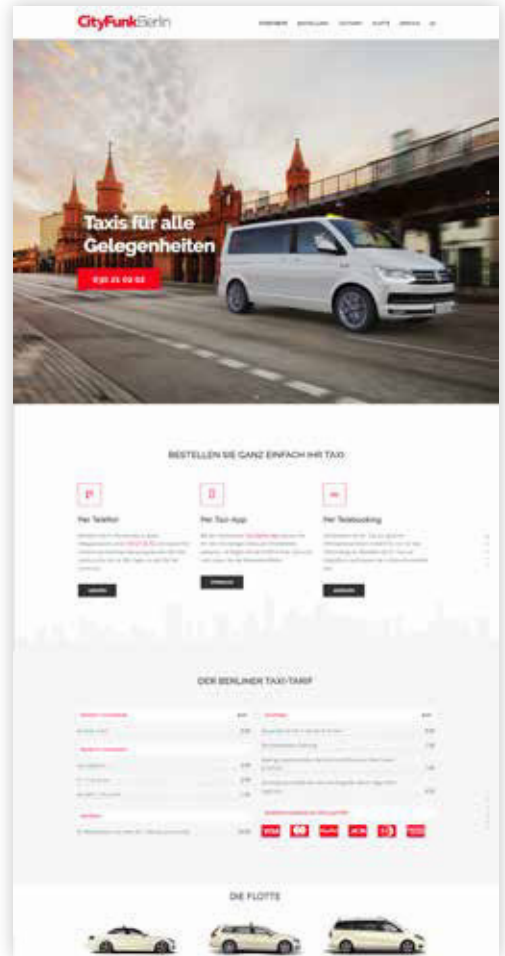
Digitalisierung, die sowohl die Hardware und die Software als auch die gesamte Kommunikation im Online- und Printmediendesign vorangebracht hat.

Für diese Weiterentwicklung steht Taxi Berlin mit seinen Marken Taxi-Funk (Bärchen), City-Funk, Würfel-Funk und Quality-Taxi beispielhaft. Der Fortschritt ist äußerlich gut an den Internetseiten abzulesen. Aus einstigen Websites mit teilweise verspielten – und aus heutiger Sicht überflüssigen – Elementen, die in Zeiten konstruiert wurden, in denen man zumindest ein Semi-Profi im Umgang mit HTML sein musste, sind heute moderne, ansprechende Onlineauftritte geworden, die gezielt nach den Bedürfnissen der Taxizentralen und den gestiegenen Ansprüchen der Kunden gestaltet und inhaltlich und

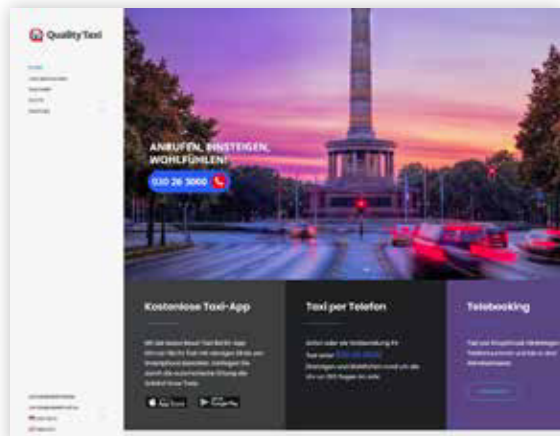
– sowohl bei Online-Auftritten als auch bei Smartphone-Apps – immer auch die Visitenkarte eines Anbieters und vermittelt einen Eindruck davon, wie viel Qualität ein Unternehmen seinem Auftritt nach außen beimisst. In unserer heutigen designverwöhnten Welt können Online- und Printmedienprodukte, die nicht mehr zeitgemäß erscheinen, schnell das Gegenteil von dem bewirken, was sie eigentlich transportieren sollen. Wirkt ein Produkt neben seinen Konkurrenzprodukten veraltet, entwickelt der Konsument bewusst oder unbewusst eine ablehnende Haltung.

Mit den vielfältigen technischen und funktionalen Verbesserungen kam deshalb sowohl bei den Internetseiten von Taxi Berlin und seinen einzelnen Marken als auch bei den Smartphone-Apps taxi.eu und Taxi Berlin auch die optische Weiterentwicklung – gemäß dem Motto „Design follows function“. Der Nutzer sieht an der modernen äußeren Erscheinung, dass eine App funktional gewachsen und interaktiver geworden ist. Informationen zum Nutzerverhalten und direktes Kundenfeedback eröffnen dem ambitionierten Dienstleister neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation.

Taxi Berlin ist damit in Zeiten wachsender Konkurrenz auch in diesem Bereich gut aufgestellt. Nicht nur die Dienstleistungsbereitschaft der Fahrerinnen und Fahrer hat sich deutlich gesteigert. Im Callcenter erhält der Kunde eine Dienstleistung, die Startup-Unternehmen mit ausschließlicher App-Vermittlung nicht bieten. Und mit technisch ausgereiften, funktional



Vom 90er-Jahre-Charme ist auch beim City-Funk nichts mehr zu sehen.



Die jüngste Marke bei Taxi Berlin, Quality Taxi, in neuem Gewand.

funktionell optimiert sind. So erhielten einzelne Inhalte andere Prioritäten, und mit gezielten Verlinkungen und Landing Pages, also Unterseiten im Internet, die Anfragen nach bestimmten Inhalten bündeln, wurden Themen einfacher zugänglich gemacht.

Auch die Smartphone-App taxi.eu, die 2010 ins Leben gerufen wurde und mit 60 Städten startete, hat nicht nur jede Menge Konkurrenz auf den Plan gerufen, sondern seitdem auch etliche Design-Weiterentwicklungen durchlaufen. Heute ist taxi.eu mit rund 200 Städten in weiten Teilen Europas verfügbar und belegt seit Langem einen Spitzenplatz. Die technische Weiterentwicklung umfasst die Förderung neuer Potenziale wie etwa eine bessere Informationsvermittlung und eine Orientierung an Kundenwünschen. Eine solche Investition lohnt sich für ein Unternehmen in vielerlei Hinsicht. Eine kundenorientierte Benutzeroberfläche ist

hochentwickelten und optisch auf dem neuesten Stand befindlichen Online- und App-Produkten wird die größte Taxifunkzentrale Deutschlands dem Anspruch „Verlässlich ist modern“ mehr als gerecht. ■ar



Vielen Kunden bekannt: die aktuelle Aufmachung der App taxi.eu

**TAXI BERLIN TZB GMBH**

Persiusstraße 7, 10245 Berlin  
Telefon: +49 (0)30 / 690 27 20  
Telefax: +49 (0)30 / 690 27 19  
E-Mail: info@taxi-berlin.de  
www.taxi-berlin.de

Öffnungszeiten Kundencenter  
und Technikcenter  
Mo, Di, Do, Fr 10.00 bis 17.30 Uhr  
Mi 10.00 bis 14.30 Uhr

Geschäftsführer  
Hermann Waldner

Presserechtlich verantwortlich für  
diese Seite: Hermann Waldner  
Redaktion: Axel Rühle (ar)  
Pressekontakt: presse@taxi-berlin.de