

Aufruf eines Berliner Taxiunternehmers



Das Taxi-Gewerbe hat **tödliche Gegner**: nicht nur in naher Zukunft die **Roboter**, sprich die „selbst-fahrenden Autos“, sondern v. a. die akut präsente **Mietwagen-Konkurrenz** – und deren Agenten und Dulder in der Regierung, die geschafft haben, die Aktivitäten von **Uber & Co.** durch die PBegG-Schlupfloch-Novelle zu 'legalisieren'. **Was tun wir dagegen? Schimpfen allein genügt nicht.** Aufklärungsarbeit – bei Politikern und beim Kunden – scheint nur wenig auszurichten. Es wird wohl nötig sein, dass wir vor unserer Tür kehren und **die eigene Leistung samt dem eigenen 'Image' aufpolieren** – und zwar nicht nur für Werbezwecke, sondern so, dass wir real besser werden und unser Ruf beim Kunden, – der, geben wir's zu, durchaus steigerungsfähig ist –, dass also unser Ruf beim Kunden nachhaltig steigt! Nicht zuletzt auch bei den Meinungsmachern in den Medien und bei den 'Entscheidern' in der Politik! Auch wenn manche nicht gern den eigenen Bauch betrachten... **Aber auch eine verstärkte Tarif- und (Anti-)Werbungs-Offensive** könnte helfen!

Fangen wir an mit der Nabelschau: Wo könnten wir besser werden? Welches also sind die **Haupt-Kritikpunkte**, die man sich als Taxifahrer immer wieder **von Kunden** anzufragen hat (Kunden, die immerhin noch Taxi-Kunden sind...)? Und was ist die Kritik **von Fahrern**, die die Software der alteingesessenen Akteure nutzen, und verlockt oder ökonomisch gezwungen sind, auf die modernere, besser funktionierende Software von Vermittlern umzusteigen, die leider auch Mietwagen zu Dumpingpreisen anbieten? Wo also muss faktisch etwas getan werden? Und was sollte – nach Einleitung realer Veränderungen – in der einer kommenden Taxi-Werbung image-wirksam 'rübergebracht' werden? Ich sage „kommend“, weil traurigerweise eine Werbung für Taxis praktisch inexistent ist, während



Mietwagen – die Taxi-Verdränger: zum Verwechseln ähnlich ...

die Konkurrenz – also hauptsächlich Uber, Free Now und Bolt – die Menschheit auf sämtlichen Medien flächendeckend mit Reklame bombardiert...

Wohlgemerkt: Es spielt keine Rolle, wie berechtigt die Kritik tatsächlich ist. Entscheidend ist die Wahrnehmung des Kunden und der Fahrer! Und die ist sicher nicht gänzlich unbegründet...

A) Häufige oder gelegentliche Beschwerden der Fahrgäste über Taxi-Fahrer und Taxi-Service:

1. „Bei der **Zentrale** war **ewig besetzt**. Und als ich der Frau in der Zentrale das und das erklären wollte, war sie **unfreundlich** und wollte mich nicht verstehen oder hat einfach aufgelegt.“

2. „Sie sind jetzt das x-te Taxi, das wir bestellt haben. Die **Taxis vor Ihnen sind nicht gekommen**. Wir stehen hier schon seit -zig Minuten in der Kälte / im Regen...“
3. „Der Fahrer hat mir **nicht geholfen**, mein schweres **Gepäck in den Kofferraum zu wuchten**. Der drückte einfach vorne auf den Knopf für den Kofferraumdeckel. / Der hielt mir bloß den Kofferraumdeckel auf und schaute träge zu...“ „Der Mann **wollte mir nicht helfen, meine schweren Einkaufstüten hochzutragen**, obwohl ich doch nicht mehr so kann...“



4. „Der **Fahrer hatte keine Ahnung von der Stadt** oder fuhr mit Absicht **Umwege**. Als ich mich beschwert habe und sagte, dass ich sonst immer erheblich weniger bezahle, regte er sich auf und wurde **aggressiv...**“ „Der Fahrer hatte keinen blassen Schimmer von der Stadt. Ich **konnte mich mit dem Mann über den Weg, den ich fahren und die Zwischenstationen, die ich machen wollte, nicht unterhalten, weil er die Straßennamen und Ziele nicht kannte**, obwohl die hier bisher jeder Fahrer kannte... Er hat mir auch nicht sagen könnten, was es kosten würde, wenn wir einen schnelleren, aber vielleicht längeren Weg, z. B. über die Autobahn, nehmen würden.“
5. „Der **Fahrer ist gefährlich gerast**. Und dann ist einer sogar bei Rot über die Ampel gefahren. Ich hatte Angst, habe mich aber nicht getraut, etwas zu sagen...“ Oder: „... als ich mich beschwert habe, hat er **dreist** erwidert, das wäre seine Sache.“
6. „Der **Fahrer hat laut seine Musik gehört**, und auf meine Bitte, die Musik leiser zu machen, nicht reagiert... / Der hätte mich ja vielleicht mal fragen können, was ich für Musik hören will, oder ob ich's lieber ruhig habe. Zahle schließlich 'ne Menge...“
7. „Der Fahrer hat dauernd laut **private Telefon-Gespräche** geführt.“
8. „Der Fahrer hat mich gnadenlos **zugetextet**, und dann wollte er mich auch noch anbaggern...“ „Mir war danach, einfach nur ein paar freundliche Worte zu wechseln, aber der Kerl hat nur **einsilbig und mürrisch** geantwortet und mich dann **angeschwiegen...**“
9. „Der Fahrer war **unfreundlich und frech**. Hat sich nicht mal für das Trinkgeld bedankt...“
10. „Der Fahrer war **schlecht gekleidet, müffelte** und machte einen ungepflegten Eindruck. Als Frau überlegt man sich da dreimal, ob man überhaupt einsteigen will...“
11. „Das **Auto war dreckig**, nicht nur außen, sondern leider auch innen...“ „Es hat nach Zigaretten-Rauch / nach Knoblauch gestunken.“ „Man hat noch den Mief von Fritten / von Döner gerochen.“
12. „Der Taxi-Fahrer hat ganz **schlecht deutsch gesprochen**. Ich **konnte** praktisch **nicht mit ihm reden** und ihm sagen, wo ich lang fahren will. Er ist irgendwas nach Navi gefahren. Und bis er die Adresse da mal richtig eingetippt hatte... Am Ende **hat das mehr gekostet als über meine gewohnte Strecke...**“
13. „Der Fahrer hat **keine Kreditkarten-Zahlung** annehmen wollen; statt dessen sollte ich mit ihm zur Bank... Auch wenn ich über andere Wege unbar zahlen wollte (z. B. eu-Payment), war der Vorgang oft von Problemen unterbrochen, so dass gelegentlich sogar Anrufe in der Zentrale nötig wurden...“
14. „Der Fahrer **wollte** mich für eine **kurze Strecke nicht mitnehmen**, obwohl es doch die 'Beförderungspflicht' gibt und obwohl ich Trinkgeld in Aussicht gestellt habe...“ „Der Fahrer hat sich

geweigert, mich für den Kurzstreckentarif zu fahren.“ „Der Typ hat mich zwar nach Hause gebracht, hat aber die ganze Zeit wegen der kurzen Strecke rumgemosert. Da sollte ich doch besser zu Fuß laufen...“

15. „Ich sage dem Fahrer genau, wie ich fahren will, aber der Typ **fährt doch glatt einen Mega-Umweg** über die Autobahn, schert sich nicht um meine Proteste und sagt, das müsse er so machen, weil das 'Navi' ihm dies vorschreibe... Als ich ihm am Ziel den Preis für meine gewohnte Strecke zahle, wird er bedrohlich und ausfallend. Bevor es zu Tötlichkeiten kam, bin ich dann rasch ausgestiegen. Nie wieder ein Taxi!“



Kollaborateure im eigenen Gewerbe: Konkurrenz-Reklame auf Taxitüren

16. „... Dem Kerl hätte ich bei derart frechem Betragen in der Taxi-App Null Punkte verpasst, aber **leider gibt es da keine Bewertungsfunktion** wie in den anderen Apps. Neulich sagte mir ein freundlicher Fahrer, man sollte sich in so einem Fall bei der Taxi-Zentrale oder beim Ordnungsamt beschweren. Aber wer hat schon für solche Aktionen Zeit? Außerdem tut doch eh keiner was...“
17. „Leider **kann** ich bei den älteren Apps zwar eine Bewertung zu einer Fahrt abgeben, aber ich kann **nicht das Profil eines Fahrers sehen**, der sich anbietet, um zu entscheiden, ob ich den will... Wenn es das gäbe, würde man viele **schwarze Schafe** gleich **erkennen** und die würden entweder immer weniger Aufträge kriegen, oder sich bessern...“

B) Häufige Kritik der Fahrer an den Apps oder den Funk-Zentralen:

1. „Wenn ich mich **mit dem Kunden verständigen** will, z. B. wie man sich vor Ort am besten zusammenfindet, dann muss ich **umständlich die Zentrale anrufen**, die mich warten lässt; die ruft dann den Kunden an; dann wieder die Zentrale mich. Und unterwegs gehen gerne wichtige Infos unter... Leider **verliert man auf** diese Weise auch oft **Kunden**, weil man sich mit dem Kunden nicht rechtzeitig verständigen kann. Der hat dann keine Lust zu warten und schnappt sich ein anderes Taxi. Wenn man dagegen rechtzeitig persönlich mit dem Kunden geredet hat, dann ist man nicht mehr ein anonymes Taxi, und die Leute warten dann auf einen, auch weil man sich zielsicher findet. **Man muss also dringend einführen, dass wir Fahrer auch bei den älteren Apps direkt mit dem Kunden sprechen können!** Bei den neuen geht das doch auch! Und z. T. sogar bei den alten, wie z. B. in Berlin bei den Touren für SIXT. Mindestens könnte man doch mal dem Kunden die Nummer des Taxi-Fahrers zur Verfügung stellen, damit der Kunde den Fahrer anrufen kann: ‘Sagen Sie mal, wieso dauert's denn so lang? Wo stecken Sie denn?’ Dagegen dürfte doch wohl nichts einzuwenden sein, von wegen Datenschutz und so...“
2. „Leider **kann** ich über die alten Apps **nicht den Kunden bewerten**, wenn der sich schlecht benommen hat. Ich **kann auch nicht** jemanden, den ich aus guten Gründen wirklich nicht mehr fahren will, **blockieren**, wie bei moderneren Apps. Leider habe ich auch die Erfahrung gemacht, dass die alte Funkzentrale, wenn ich mich über einen Kunden beschwere, gar nichts unternimmt,

außer auf Antrag der Behörden die Daten weiterzuleiten, während eine moderne App-Zentrale umgehend einen Problem-Kunden kontaktiert hat, worauf dieser sich mit mir in Verbindung gesetzt hat... Ich kann übrigens auch nicht sagen, dass die Bewertungen, die Kunden mir gegeben haben, irgendwie nennenswert missbräuchlich gewesen wären – das wird ja immer als Gegenargument für eine Einführung genannt...“

3. „Die Berliner **App ist oft viiiel zu langsam!** Die hat oft Geschwindigkeiten bei der Datenübertragung oder Datenverarbeitung, die vielleicht vor 10 Jahren noch o. k. waren... Das **macht leider**



nützliche Funktionen der App unbrauchbar... Z. B. kann man sich nicht darauf verlassen, wenn einem angezeigt wird, dass in einem Sektor bzw. an einem Halteplatz kein Taxi angemeldet ist; wenn man sich deshalb dort anmeldet, und dafür einen guten Platz woanders aufgibt, passiert es leider sehr oft, dass man dort dann nicht auf Platz eins landet; vielmehr findet man sich oft auf Platz zwei, drei oder vier wieder, einfach weil die App zu langsam ist... Sehr ärgerlich! Überhaupt gibt's da seit Jahren eine ganze Reihe von Punkten, wo die App einfach schlecht funktioniert. **Man reicht Listen von Verbesserungsvorschlägen ein,** kriegt gesagt, dass die Kritik 'zum Teil' berechtigt sei, **aber nichts ändert sich...** Bei den neueren Apps, da kommen alle paar Woche Updates mit Verbesserungen, die man – wie alle anderen Apps – schnell und bequem in einem Rutsch von den üblichen Plattformen runterladen und installieren kann, anders als die Berliner App z. B.“

4. „Bei den Apps, hinter denen keine Funkzentrale steht, gibt es leider **keinen Notruf-Service.** Wenn man also in einer Notlage ist – der Kunde will nicht zahlen, oder man wird ausgeraubt –, dann kann man keine Kollegen zu Hilfe rufen, was oft sehr hilfreich ist, bis dann irgendwann mal die Polizei kommt. Es gibt da auch z. B. **kein Fundbüro.** Allerdings kann einen da auch der Kunde direkt anrufen. Außerdem kümmert sich deren Verwaltung sehr schnell, wenn man Probleme mit einem Kunden hatte, und versucht, eine Lösung zu finden...“

C) Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität

Lösungen für die genannten Probleme müssen auf zwei Ebenen stattfinden:

1. Technische Lösungen (für alle Apps):

- Herstellung einer **Direkt-Kommunikation zwischen Fahrer und Kunden** (optional für den Kunden; für daten-sensible Kunden und besondere Probleme: weiterhin Bestell- und Gesprächsmöglichkeit über Telefon-Zentrale; interessant dabei für die Funk-Zentralen, die vielleicht nicht wollen, dass Kunden ohne sie direkt beim Taxi-Fahrer bestellen, wenn sie dessen Nummer bekommen haben, dass auch Direkt-Verbindungen über spezielle, nur temporär funktionierende Telefonnummern hergestellt werden können, wie dies in der Kooperation mit SIXT vorgemacht wurde)
- Einrichtung einer wechselseitigen Bewertungs- und Blockier-Möglichkeit** für Kunde und Fahrer (mit nötigenfalls anrufbarem Schiedsgericht)
- Modernisierung** bzw. Überarbeitung veralteter, langsamer und schlecht funktionierender App-Programmierungen bzw. Server-Leistungen

2. 'Menschliche' Lösungen:

Das „**Top-Quality-Taxi**“: Es empfiehlt sich dringend, eine **neue 'Klasse' von 'Taxi-Chauffeuren'** einzurichten und zu schulen, die einen **garantierten Top-Qualitätsstandart** bieten, die prioritär Aufträge vermittelt bekommen und prioritär bestellt werden können (wie z. B. die „VIP-B“-Taxis in Berlin, die v. a. von Hotels bestellt werden). Diese privilegierte Gruppe soll möglichst viele zum Beitritt reizen oder wenigstens zur Nachahmung motivieren, um das Image und die Auftragslage des Taxi-Gewerbes zu verbessern. Wenn der Kunde also ein „**TQ-Taxi**“ bestellt – wobei „**T**“ für „**Top**“ und „**Q**“ für „**Qualität**“ stünde- (nur ein Vorschlag für einen Namen!), wird ihm Folgendes zugesichert:

- a. ein Fahrer, der in Sachen **Höflichkeit, Freundlichkeit, Konversation und Schweigsamkeit, Sauberkeit, Geruchsfreiheit und Einhaltung der Vorschriften** (z. B. Kreditkarten-Annahme, Beförderungspflicht, Verkehrsordnung) in entsprechenden **Verhaltenskursen** geschult ist, also gedanklich sensibilisiert, aber auch praktisch (!) geübt
- b. ein Fahrer mit **Ortskundeprüfung** (mindestens einer elementaren, die es dem Fahrer ermöglicht zu verstehen, was der Kunde von ihm will, wenn dieser Vorstellungen zu Weg und Ziel äußert, die ihn in die Lage versetzt, in Notfällen wichtige Ziele verzögerungsfrei anzufahren (z. B. Krankenhäuser), und dem Kunden unterschiedliche Wege zu empfehlen: z. B. wenig teure Kilometer, aber lange Fahrtdauer vs. mehr teure Kilometer, aber kürzere Fahrtdauer)
- c. ein Fahrer mit **überprüften** (!), ausreichenden **Sprachkenntnissen**, 1. in **deutsch** und 2. in (mindestens elementarem) **Englisch** (in der deutschen Hauptstadt zumindest) sowie 3. ggf. einer weiteren Fremdsprache, die bestellt werden kann. (Wenn mangelnde Sprachkenntnisse vom Kunden moniert werden, muss dies zu Konsequenzen führen [Nachbesserung oder TQ-Status-Verlust], auch wenn eingewendet wird, dass dies „rassistisch“ sei.)
- d. ein Fahrer, der **korrekte Kleidung** trägt, die einem konsequenten 'corporate design' bzw. einer **professionellen 'Corporate Identity'** des Taxi-Gewerbes und in etwa einem 'Chauffeur-Image' entspricht; d. h. die **zugelassenen Farben** sind: elfenbeinfarben (beige), schwarz (oder auch dunkelgrau) und gelb (wie im Taxi-Logo), und weiß (als 'klassischer' Bestandteil der Chauffeur-Kleidung); an Kleidung und ggf. Kopfbedeckung ist allseitig **deutlich sichtbar das Taxi-Logo** angebracht (aufgedruckt, eingestickt, Ansteckschild)
- e. ein **neueres Fahrzeug der gehobenen Klasse**
- f. **Festpreis-Garantie** (sofern juristisch durchsetzbar): Der Fahrgast erhält per App oder SMS einen Preis zugesichert, der aus der kürzestmöglichen Strecke (am besten per Computer) errechnet wurde (Die Garantie verfällt, wenn es zu außergewöhnlichen Verzögerungen kommt. Das Taxameter läuft während der gesamten Fahrt und wird beim Erreichen des Festpreises abgeschaltet, sodass der Fahrer z. B. auch eine 'umwegige', aber schnellere Strecke wählen kann. Ist der Festpreis bei der Ankunft am Ziel noch nicht erreicht, gilt das Taxameter.)
- g. ein Fahrer, der von einem gewerbeeigenen Team **in Stichproben überwacht** wird (mit vertraglicher Zustimmung) und dessen Anerkennung bei wiederholtem negativem Feed-Back seitens der Kunden aufgehoben werden kann.



Muss jetzt Free now für Taxen werben?

Durch eine solche **neue 'TQ-Klasse' von Taxi-Fahrern** würden **vorbildlich hohe Qualitäts-Standards** gesetzt, Standards, die helfen könnten, den vielen Sorgen und Beschwerde-Punkten der Kundschaft den Wind aus den Segeln zu nehmen. Diese Qualitätsstandards im Taxi-Gewerbe, mustergültig vertreten von der 'TQ-Klasse' der Taxifahrer, sollten **in einer effektiven Werbekampagne image-wirksam vermittelt** werden! Und wahrscheinlich wird nur diese 'Klasse' von Taxi-Fahrern überleben, wenn in nicht allzu ferner Zukunft die selbstfahrenden Autos, sprich die Roboter, kommen. Denn einen guten Service von Mensch zu Mensch kann kein Automat ersetzen!



Uber-Reklame: auch offline allgegenwärtig

Finanzieren ließen sich die Schulungen teils aus Einkünften der Auftragsvermittler (Apps, Zentralen), teils aus Einnahmen aus dem Vertrieb von CI-konformer Kleidung, teils aus Abzügen aus bevorzugt vermittelten Aufträgen, teils aus Teilnahmegebühren.

Übrigens **wäre überhaupt eine breit angelegte, wirklich professionell gemachte Werbekampagne des Taxi-Gewerbes dringend von Nöten!** Wie sonst sollen die 'alten' Taxis gegen die massive, aufwendige, gefühlt allgegenwärtige Reklame der gehypten, „modernen“ Konkurrenz 'anstinken'?!

Verschärfte Sanktionen gegen Fahrer, die eine Tour nicht ausführen: Kunden beschwerten sich mit Recht, wenn sie ein Taxi bestellen, der Fahrer aber, der den Auftrag erhält, eine bessere Tour woanders her bekommt und den Kunden oft buchstäblich im Regen stehen lässt. Oft erfährt die Zentrale davon gar nichts, weil einfach ein anderes Taxi bestellt oder ein Mietwagen genommen wird (wonach der verärgerte Kunde wohl oft dem Taxi-Gewerbe auf Dauer verloren ist). Es **muss** also erstens **eine bequeme Möglichkeit für den Kunden geschaffen werden, seine Beschwerde zu Protokoll zu geben**, am besten, indem er das Profil des Fahrers abwertet; wenn sich das häuft, weiß der nächste Kunde sofort: Da bestelle ich doch gleich einen anderen... Zweitens muss die Sanktion dafür deutlich verschärft werden, also etwa über die in Berlin übliche halbe Stunde hinaus! Was kümmert es einen gewissen- und gedankenlosen Fahrer, wenn er statt der 7-Euro-zwanzig-Tour eine 55-Euro-Tour zum Flughafen abgreifen kann; er braucht dafür sowieso eine halbe Stunde...

Kontrollen gegen illegale Fahrer: Ein großer Teil der Beschwerden über Taxi-Fahrer geht sicher auf den – plausibel vermutbaren – hohen Anteil von illegalen Fahrern zurück. Leider hat die Polizei nicht genügend Personal oder Interesse, sich um das Problem zu kümmern. Also müssen hier **gewerbe-eigene Kontrollen** eingeführt werden, die mit der Polizei kooperieren: Bei Stichproben wird um Vorzeigen des P-Scheins gebeten. Wird dieses verweigert, wird das Fahrzeug der Polizei gemeldet und so lange verfolgt, bis eine Polizeistreife eingetroffen ist; alternativ wird das Fahrzeug (falls juristisch durchsetzbar und technisch umsetzbar) über die GPS-Daten nachverfolgt.

Dokumentation der Aktivitäten von Uber & Co.: Auch gegen die wuchernden, kriminellen Aktivitäten unserer lieben Konkurrenz mit den asozialen Arbeitsbedingungen, die Billigheimer von der Toyota-Staffel, könnten wir selber mehr unternehmen! Gibt es etwa **ein gutes Doku-Video auf Youtube**, das – vom Taxi-Gewerbe gemacht und finanziert! – der naiven Öffentlichkeit vor Augen führt, wie die 'Kollegen' ständig das Gesetz brechen, indem sie überall herumstehen und herumcruisen, wie die Kollegen ausgebeutet werden, wie sie damit nicht nur sich selbst, sondern indirekt auch Andere ruinieren...?! Nein. Warum schicken also die, die mit Taxis fette Umsätze machen, also die Funkzentralen-Besitzer, nicht **ein Team** auf die Straße, **das in Zivil Uber- und Free-Now-Fahrer**

fotografiert, filmt, protokolliert, interviewt, um aus dem Material eine überzeugende Dokumentation zu schneiden und zu kommentieren, mit der 'die Menscheit' über dieses 'mafiöse' Geschehen aufgeklärt wird, v. a. Leute, die – nicht wenige Politiker inklusive – immer noch meinen, Uber wäre in Deutschland doch verboten – oder aber dass alle Mietwagen- und Taxi-Fahrer tatsächlich nach Stunden- und Mindestlohn bezahlt werden und korrekt sozialversichert wären... (wobei doch jeder, der's wissen will, leicht ausrechnen kann, dass mit den erzielbaren Umsätzen nie und nimmer real der Mindestlohn gezahlt werden kann – schon gar nicht ein Mindestlohn von 12,- Euro! –, vielleicht aber doch noch mit 'kreativer' Pausenschreiberei...)?!



Lizenziert? Pro forma. Aber inkompetent: ohne Ortskundeprüfung!

D) Lösung des asozialen Taxi-Mietwagen-Krieges durch Tarif-Regulierung

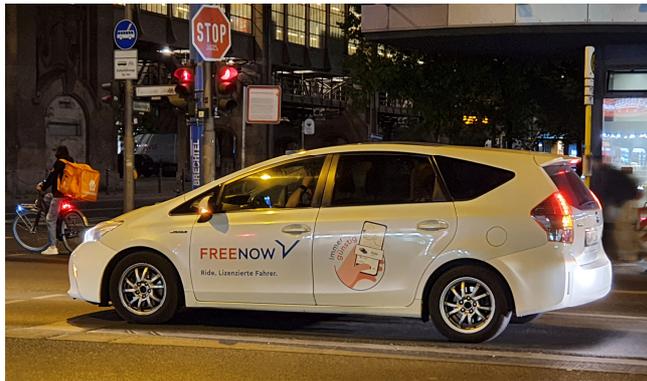
Das Erfolgsrezept von Uber & Co. ist die Ausnutzung der bisher **für Mietwagen geltenden Tarif-Freiheit**: Jederzeit können die **Taxi-Tarife unterboten** und damit **Kunden** den Taxen **abgeworben** werden; jederzeit können aber auch die Preise angehoben werden, wenn die Nachfrage erlaubt, den Kunden zu 'erpressen' (oh, wie schön wird das eines Tages sein, wenn alle Taxen tot-konkurriert sein werden!). Besagter Kunde aber merkt allerdings meist gar nicht, wie ihm geschieht. Er hat sich ja an Uber & Co. gewöhnt, weil sich bei ihm die Vorstellung verfestigt hat, Mietwagen wären billiger... Und wer kontrolliert schon dauernd, was nun wirklich grade preiswerter ist...?

Daraus entsteht – über weite Strecken – ein **mörderischer, asozialer Dumping-Wettbewerb**, der **auf dem Rücken der Fahrer ausgetragen** wird, logischerweise bei den Mietwagen mehr als im Taxi-Gewerbe. Man überlege: ab Oktober 2022 wird der Mindestlohn bei 12,- Euro liegen; d. h. ein Taxi-Unternehmer hat (bei 21 % Lohnnebenkosten) ca. 14,50 Lohnkosten pro Stunde zu bezahlen. Wie soll er da komplett legal bei Umsätzen im Bereich von 18,- pro Stunde plus/minus 2,- einen irgendwie tragfähigen Gewinn machen, muss er doch Provision an die Auftragsvermittler zahlen, Kraftstoff, andere Betriebsstoffe, Wartung und Reparatur, Rücklagen für Neukauf, Versicherungen, Mitgliedsbeiträge in berufsständigen Organisationen, Bürokosten, Umsatzsteuer, und, und, und... Ganz offensichtlich machen die Fahrer 'auf dem Papier' mehr Pause als real bzw. arbeitsrechtlich... Man will ja seinen Job nicht verlieren...

Und **bei Uber & Co.** ist die **Ausbeutung noch extremer**: 1. Man unterbietet die Taxi-Tarife; 2. man zahlt nicht irgendwo zwischen 5 und 10 % an eine Taxizentrale für die Auftragsvermittlung, sondern satte 25 % an Uber; 3. man zahlt nicht 7 % Märchensteuer, sondern 19 %... Wer bezahlt wohl diese Mehrkosten?? Ein Uber-'Kollege' benutzte da doch mal so unter uns die Bezeichnung „**moderne Sklaventreiberei**“... Und wir dachten doch immer, die 'Sklaverei' wäre abgeschafft (nicht zuletzt durch Gewerkschaften), und v. a. in Deutschland ginge alles rechtmäßig und sozial zu... Aber für zahlreiche Mietwagen-Fahrer gibt es keine Gewerk-

schaften: Sie sind ja „ihr eigener Boss“, also „freiberuflich“... Und der Auftragsvermittler hat keinerlei Verantwortung für sie... Und auch die, die angestellt fahren, sind kaum fähig oder willens, einen Arbeitskampf zu organisieren... Oder hat schon mal jemand die Ausgebeuteten demonstrieren oder streiken gesehen? Sie sind ja leicht und sofort ersetzbar, denn man hat ja gezielt **jegliche nennenswerte Qualifikation abgeschafft**, sofern es sie jemals gab (Stichwort Ortskundeprüfung)... Ob da wohl Absicht hinter steckt?

Wenn nun diesem bald schon 'mafiosen' Unwesen, dieser offenkundigen **Ausbeutung** –



Heranwinken und Einsteigen! Besonders nachts verlockend: Mietwagen mit heller Farbe und Werbung – Verwechslung mit einem Taxi gewollt ...

zumindest in unserem Deutschland – ein **Riegel vorgeschoben** werden soll, dann kann dies nur über **eine tarifliche Regulation des Marktes** passieren. Das neue Personenbeförderungsgesetz, **PBefG**, würde es Gemeinden erlauben, für Mietwagen „**Mindestbeförderungsentgelte festzulegen**“ (§ 51a). Warum also nicht den Markt klar strukturieren, so wie das ursprünglich (wohl) mal gedacht war und jahrzehntelang problemlos funktionierte:

- **Taxis als Teil des öffentlichen Verkehrswesens mit sozialer Verpflichtung** (etwa „Beförderungspflicht“ – im Unterschied zu Mietwagen) und daher preisgünstig für die breite Öffentlichkeit;
- **Mietwagen als gehobene Dienstleistung für eine anspruchsvollere Klientel** mit höheren Ansprüchen in Richtung auf 'Limousine mit Chauffeur', die natürlich entsprechend mehr kosten muss und kann!

Wie wäre es also, wenn Gemeinden, möglichst bundesweit konzertiert, eine **Tarifuntergrenze für Mietwagen „festlegen“** würden, die deutlich höher liegt als der übliche Taxi-Tarif?! Eine solche praktische Eingrenzung der Tariffreiheit der Mietwagen nach unten (nach oben muss sie offen bleiben, damit auch der Maybach bezahlt werden kann) würde den Markt sofort entzerren und den mörderischen Dumping-Wettbewerb beenden. Sowohl Taxi-Firmen als auch Mietwagenfirmen könnten dann – näherungsweise plausibel – auch den Mindestlohn bezahlen... Auch würde das die Sozialämter (die sogenannten „Job-Center“) und damit die **Staatskasse von Aufstockern entlasten**... Und nicht zuletzt die **Sicherheit der Fahrgäste steigern**, denn Fahrer(:innen) müssten dann nicht mehr 13 – 14 Stunden am Tag 7 Tage die Woche malochen, um als Junggesellen zu überleben, zwar nicht bis zum Umfallen, aber wohl bis zum Einschlafen am Steuer...

Leipzig ist hier mit leuchtendem Beispiel vorangegangen und hat einen Mindesttarif für Mietwagen eingeführt, der klar über dem Taxi-Tarif liegt. Absolut treffend begründet die entsprechende Richtlinie dies so: Auch „(...) tragen die Mindestbeförderungsentgelte dazu bei, die Möglichkeit eines ruinösen Wettbewerbs zwischen den Mobilitätsanbietern der

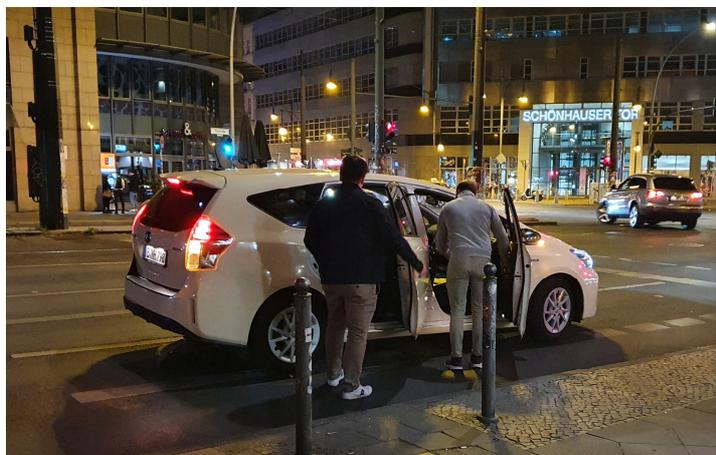
verschiedenen Verkehrsformen auszuschließen.“ (s. <https://www.taxi-times.com/leipzig-legt-mindesttarife-fuer-mietwagen-fest/>). Die Berliner Verkehrsbehörde kam allerdings nicht über ein „lautes Nachdenken“ hinaus (s. <https://www.taxi-times.com/berlin-mindesttarif-fuer-mietwagen-erst-2022/>). Aber wenigstens das...

Eine generelle Festlegung für eine **Tarif-Untergrenze für Mietwagen** sollte sich auch dann **daran orientieren, dass die entsprechenden Mehreinnahmen die Mehrkosten des Mietwagen-Gewerbes ausgleichen** (s. o.: Vermittlungsprovisionen, Umsatzsteuer), sodass diese Kosten nicht mehr aus der Tasche der Fahrer geholt werden müssen... Statt also etwa eine „Vorbestellfrist“ zu fordern, die die Gewinnspanne der Unternehmen noch mehr einschränken würde – und damit die de facto Ausbeutung der Fahrer verstärkt... –, sollten das Taxi- und das Mietwagen-Gewerbe gemeinsam eine solche **tarifliche Regelung des asozialen Taxi-und-Mietwagen-Krieges** fordern!

E) Juristische Maßnahmen zur Bekämpfung des Taxi-Mietwagen-Krieges: Verbot von Außenwerbung

Wenn ein Mietwagen, etwa von Uber oder Free now, leicht durch **Außenwerbung** von Passanten erkennbar ist, und zwar als eine Beförderungsmöglichkeit, so wird dies natürlich dazu führen, dass der Mietwagen bei Bedarf herbeigewinkt wird. In zahlreichen Fällen wird der schlecht verdienende Mietwagenfahrer der Versuchung nicht widerstehen können. Und der Kunde, insbesondere ein aus-

ländischer Kunde, wird nicht wissen, dass es dem Mietwagen verboten ist, Fahrgäste von der Straße weg aufzunehmen. **Die deutlich sichtbare Kennzeichnung als Mietwagen führt also dazu, dass zahlreiche Kunden den Mietwagen wie ein Taxi benutzen**, den Mietwagen also mit einem Taxi verwechseln. Und dies ist **laut PBefG sinngemäß klar verboten:**



§ 49 (4) Satz 5: „Annahme, Vermittlung und Ausführung von Beförderungsaufträgen, das Bereithalten des Mietwagens sowie Werbung für Mietwagenverkehr dürfen weder allein noch in ihrer Verbindung geeignet sein, zur Verwechslung mit dem Taxenverkehr oder dem gebündelten Bedarfsverkehr zu führen.“ (Ein weiterer Umstand, der zur Verwechslung führt, ist natürlich, dass auf entsprechenden Vermittlungsplattformen sowohl Taxis als auch Mietwagen angeboten werden und zwar betont als gleichwertige Beförderungsmöglichkeiten, die jeder gemäß seinem Bedarf, seinem Gusto und seinem Geldbeutel wählen kann.)

Bei der Verwechslung von Mietwagen mit Taxen **kommt es nicht allein darauf an, ob Taxis und Mietwagen rein äußerlich verwechselt werden**, also durch den Gebrauch Taxi-üblicher Zeichen oder Farben, **sondern darauf, dass Mietwagen wie Taxis benutzt werden (!), das heißt, zur unmittelbaren Beförderung von der Straße weg** und nicht nach Vermittlung über eine Zentrale. Und dabei ist es egal, womit die faktische Verwechslung absichtlich herbeigeführt wird, ob durch Farbe oder Werbung. Das Wesentliche ist: Es war die Absicht des



Gesetzgebers, die beiden Verkehrsarten deutlich auseinanderzuhalten, um damit auch eine schädliche Konkurrenz zu vermeiden. Deshalb muss logischerweise auch Außenwerbung auf Taxis verboten werden, die Mietwagen bewirbt!

Es ist kein Widerspruch, dass der folgende Satz 6 eine besondere, eindeutige Verwechslungsform, also die Verwendung von „den Taxen vorbehalten Zeichen und Merkmalen“, ausdrücklich und besonders verbietet. Satz 5 sagt klar, dass alles (!) zu unterbinden ist, was „zur Verwechslung mit

dem Taxenverkehr“ führt, also auch kennzeichnende Werbung, die zur Durchführung taxi-gleicher Dienstleistungen führt.

Es wäre also höchst wünschenswert, dass eine entsprechende Klage, besser eine Welle von **Klagen**, gegen die Kennzeichnung von Mietwagen durch Außenwerbung lanciert wird, und zwar **bis** diese **zum Erfolg** führt. Dieses wäre Aufgabe für Taxi-Verbände, am besten im Verbund mit Funkzentralen und größeren Taxiunternehmen!

Alternativ könnten in entsprechenden vom Taxigewerbe finanzierten Aktionen systematisch Mietwagenfahrer dazu verleitet werden, Winker von der Straße aufzunehmen, um dieses dann zu dokumentieren und zur Anzeige zu bringen! Sollte dieses nicht erlaubt sein, so müsste man sich damit begnügen, **entsprechende Verstöße durch Mietwagenfahrer** an einschlägigen Stellen zu **dokumentieren und zur Anzeige zu bringen**.

Aber, liebe Kollegen, es ist höchste Zeit, **nicht nur zu lamentieren und zu fordern, dass 'die Politik' alles regelt**. Wer weiß, was die zuwege bringt... Wir, das „Gewerbe“ und v. a. die Funk-Zentralen, müssen auch **selber aktiv werden!** Es sind nicht nur die Eisberge und Torpedos von außen, sondern auch der eigene Rost, der das Schiff zum Sinken bringt...!

Autor (ViSDP):

Hilmar H. Werner (*1956)

Selbstfahrender Taxi-Unternehmer (Berliner Konz. 8223) und Stadtführer

Autor verschiedener Fachveröffentlichungen zum Thema Mietwagen-Konkurrenz

(in unabhängiger Eigeninitiative, ergänzend zu den Initiativen des Bundesverbands Taxi und Mietwagen e. V. – BVTM)

www.PanoramaviewCars.com

www.BerlinerTourGuide.com

Tel.: 0172 387 56 55

Text erstellt am 29.9.2022 aus Anlass des 75. Jahrestags des BVTM