



# Vorwort

**Liebe Leser,**

das Taxi ist so gut, wenn es diese Dienstleistung noch nicht gäbe, sie müsste glatt erfunden werden. Zum Glück ist das schon geschehen, wir können die Bequemlichkeit eines Fahrzeuges mit Fahrer, das uns auch noch rund um die Uhr nahezu überall zur Verfügung steht, schon längst nutzen. Und fast alle erwachsenen Menschen haben das schon getan, zumindest in unseren Breiten.

**Dann ist ja eigentlich alles gut. Aber dennoch gibt es Probleme.**

Das Taxigewerbe steht zweifelsfrei unter starkem Druck. Dafür gibt es viele verschiedene Gründe. Steigende Kosten, neue technische Möglichkeiten, eine Vielzahl neuer Mitbewerber, die mit Macht und Geld auf den Markt drängen – alles Dinge, die sich nicht ändern oder verhindern lassen. Der Fortschritt konnte noch nie aufgehalten werden, Macht und Geld gehen Hand in Hand ihre eigenen Wege und jeder Anbieter einer Dienstleistung oder eines Produktes muss sich der Konkurrenz stellen.

Das will der Markt. Darin steckt aber auch Ihre Chance als Fahrerin oder Fahrer. Sie müssen einfach nur besser sein. Der Kunde wird immer die für ihn persönlich beste Alternative wählen. Im günstigsten Fall macht er dies freiwillig, weil er das so möchte. Und genau hier kommen wir zum Thema dieses Buches, die Taxifahrt ist eine Dienstleistung, der Fahrer ein Dienstleister. Sie haben es in der Hand, ob die Fahrt mit Ihnen eine gelungene Dienstleistung darstellt oder eben nicht.

### **Das ist der Schlüssel zum Erfolg.**

Insgesamt betrachtet ist das auch das einzige Mittel, auf das Sie als Fahrer direkten Einfluss haben. Leider gibt eine Vielzahl von Kundenrückmeldungen Auskunft darüber, dass das oftmals nicht so richtig klappt. Dass die Dienstleistung zu wünschen übrig lässt oder diese Bezeichnung erst gar nicht verdient. Damit schaden Sie sich nur selbst und sorgen für ein schlechtes Image Ihrer Branche. Die folgenden Seiten werden Ihnen eine Hilfe für ein besseres Verständnis des Begriffs Dienstleistung sein. Sie erhalten Tipps und Anregungen für Ihre tägliche Arbeit, die ganz sicher zu mehr Zufriedenheit bei Ihnen und Ihren Kunden führen und dann unterm Strich auch zu mehr Geld in Ihrer Börse.

Die Dienstleistung ist für alle Menschen gleich. Ob Sie ein Fahrer oder eine Fahrerin sind, ob Sie sich als divers erkannt haben oder Ihre Identität noch suchen, dies alles spielt für Ihre Arbeit keine Rolle. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde auf eine Nennung aller Geschlechter verzichtet, es werden stets alle Menschen angesprochen, auf Kundenseite wie auch auf Seiten des Dienstleisters.

Viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg bei der Umsetzung.

Ihr

Jürgen Goltze

**D**as Taxi ist zunächst ein Angebot an Menschen, die von A nach B möchten. Keinesfalls ist das Taxi das günstigste Angebot. Wenn wir einmal annehmen, dass die Fahrt zum Flughafen 50 Euro kostet, dann kann Ihr Fahrgast sicherlich billiger zum Ziel kommen. Wir nehmen weiter an, dass die S-Bahn fünf Euro kostet, d. h., Sie und Ihre Dienstleistung erwirtschaften den zehnfachen Fahrpreis. Dafür muss es Gründe geben bzw. sollte es gute bis sehr gute Gründe geben.

Die Zahlen sind willkürlich und von Ort zu Ort verschieden, das Prinzip ist aber gültig. Mit Ihnen zu fahren kostet deutlich mehr als der „schlichte“ Transport mit anderen Verkehrsmitteln. Dieser Unterschied muss für den Kunden messbar, fühlbar oder sonst wie greifbar sein. Sonst wird er sich diese Ausgabe sparen.

*Sie haben einen Kalorienbedarf von  $x$ . Diesen müssen Sie täglich zu sich nehmen, das fordert Ihr Körper und hält Sie am Leben. Sie können diesen Bedarf mit einer einfachen Mahlzeit aus dem Supermarkt oder dem Schnellrestaurant decken. Was Sie vermutlich oft genug tun. Ganz bestimmt gehen Sie aber auch hin und wieder in Ihr Lieblingsrestaurant. Warum machen Sie das? Dort zahlen Sie vielleicht den zehnfachen Preis und sind hinterher ... satt? Nein. Sie machen das aus anderen Gründen.*

- Das Essen schmeckt einfach besser.
- Das Ambiente gefällt Ihnen so gut.
- Die Bedienung ist so nett und Sie schätzen den angenehmen Kontakt.
- Sie gehen hinterher raus und sind satt, zufrieden und glücklich. Dafür nehmen Sie den höheren Preis in Kauf. Und er ist es Ihnen wert.

In etwa genauso verhält es sich mit Ihrer Dienstleistung. Das Kundenerlebnis muss so gestaltet sein, dass dieser hinterher rundum zufrieden ist. Denn er kommt nur wieder, wenn er den Wunsch danach verspürt.

## IHRE DIENSTLEISTUNG

Ihre Aufgabe als Dienstleister besteht im Wesentlichen darin, für dieses Erlebnis zu sorgen. Als Taxifahrer nehmen Sie den Kunden Arbeit ab, Sie schaffen bequeme Umstände und vereinfachen die Hauptsache, den Weg von A nach B. Zum Teil werden diese Kriterien durch die Beschaffenheit des Taxis an sich begründet. Taxis sind ständig auf Abruf verfügbar, Taxis fahren auf direktem Wege von hier nach da, Taxis bringen die Kundschaft meist bis vor die Haustür, Taxis fahren zu Zeiten, an denen der Kunde das möchte...

Diesen Teil der Dienstleistung regelt der Gesetzgeber und sorgt damit schon für ein ordentliches Fundament. Den Rest erbringen Sie durch Ihre Arbeit. Und das ist gar nicht wenig und durchaus anspruchsvoll, wenn Sie die gute oder sehr gute Dienstleistung bieten möchten.

Für Verdruss sorgt hin und wieder ein weiterer Punkt. Die Laune des Dienstleisters, Ihre, darf die Qualität der Leistung niemals beeinträchtigen. Sie sind ein Mensch, haben gute und schlechte Tage, ganz normal, aber die Arbeit, für die Sie bezahlt werden wollen, darf davon nicht abhängen. Ihr Befinden ist im Arbeitsumfeld unwichtig. Sie können arbeiten oder Sie können zu Hause bleiben, aber wenn Sie sich auf den Weg zur Arbeit machen, dann leisten Sie bitte die erforderliche Qualität.

*Dass die Fußballmannschaft des Kochs gestern verloren hat, ist Ihnen doch auch völlig egal, wenn Sie auf Ihre Lieblingsnudeln warten. Zu Recht. Und wenn die Nudeln dann nicht so toll sind, hat das sofort Einfluss auf Ihre Zufriedenheit. Auch zu Recht.*

Im Taxigewerbe gilt das analog: Für die Kundenzufriedenheit ist der Fahrer verantwortlich.

Ich bin davon überzeugt, dass die Bereitschaft dem Kunden zu helfen und ihn ansprechend zu bedienen die wichtigsten Kriterien überhaupt sind. Wenn Sie in dieser Sache besonders stark sind, wenn es Ihnen gelingt, die Wünsche Ihrer Kundschaft zu erkennen und zu erfüllen, dann haben Sie gewonnen.

Die Sicherheit im Verkehr ist wichtig, kompetent sollten Sie natürlich sein und zur Dienstleistung gehört immer auch das stimmige Gesamtbild.

**D**ie Wichtigkeit eines vorzeigbaren Taxis ist jetzt schon beschrieben worden, zweifelsfrei ist aber ein anderer Bestandteil Ihrer Dienstleistung noch viel wichtiger: Sie. Der Taxifahrer stellt den zentralen Punkt im Service Ihres Gewerbes dar. Ohne Sie ist alles nichts.

Möglicherweise fühlt sich Ihr Arbeitstag nicht immer so an, aber Sie bleiben der wichtigste Faktor im Gelingen der Dienstleistung. Und so wie Sie sich verkaufen, wird am Ende jeder Fahrt über Sie, Ihre Leistung und vielleicht sogar über das ganze Gewerbe geurteilt. Sie entscheiden und Sie haben es in der Hand. Erfreulicherweise bedeutet das, dass Sie Ihren Erfolg steuern können. Sie sind nicht irgendwelchen Mächten ausgeliefert, Sie entscheiden über das Kundenerlebnis und es ist Ihre Arbeit, die Früchte trägt. Oder eben nicht.

Derzeit werden Autos noch von Menschen gesteuert. Und vermutlich wird das auch noch eine ganze Weile so bleiben. Die Herausforderungen des Straßenverkehrs sind zu komplex, als dass sie mal eben von Maschinen übernommen werden können. Gutes und sicheres Fahren erfordert jemanden, der das kann. Das ist doch schon mal ein Pluspunkt für Sie.

Zudem haben Menschen gerne mit Menschen zu tun, das ist so eine Eigenart von denen, auch wenn man das nicht immer merkt. Und genau DAS ist Ihre Chance, machen Sie sich unersetzlich; sorgen Sie durch Ihre Arbeit dafür, dass der Kunde auf Ihren Service nicht verzichten will. Dann kommt er wieder, was für Ihren Erfolg zwingend notwendig ist. Er freut sich vielleicht sogar auf Sie, will Sie behalten und setzt sich womöglich sogar für Ihren Erhalt ein. Was er ja schon tut, wenn er wieder kommt. Aber wenn es Ihnen gelingt, ein fester und verlässlicher Bestandteil in den Bedürfnissen der Menschen zu bleiben, machen Sie viele Alternativen überflüssig. Der Wunsch nach anderen Lösungen kommt gar nicht erst auf, Sie bleiben im Geschäft.

### **Das ist schon mal eine ganze Menge Verantwortung für Sie.**

Wer Verantwortung trägt, braucht für seine Entscheidungen und Handlungen Kompetenzen. Ihr Beruf erfordert gleich eine ganze Reihe davon. Und erstaunlicherweise kann man das Meiste davon nirgendwo lernen, muss es also mitbringen oder sich durch Erfahrung aneignen. Einer-

## DER MENSCH AM STEUER

seits haben Sie relativ geringe Zugangsvoraussetzungen zur Tätigkeit, andererseits stellt Ihr Berufsalltag eine Menge Herausforderungen an Sie, denen Sie menschlich und fachkompetent begegnen müssen. Viele Menschen empfinden den täglichen Kontakt zu bekannten Kollegen im Arbeitsumfeld schon als durchaus anstrengend. Viele von diesen Leuten haben klar umrissene Aufgaben, die sich täglich wiederholen und recht wenig Spielraum erfordern.

Sie hingegen treffen auf völlig unbekannte Kunden, die jeweils völlig neue und ziemlich unberechenbare Wünsche an Sie stellen. Es bleibt in der Regel bei der Beförderung von A nach B, das ist schon klar, aber der Spielraum der Dienstleistung ist enorm, die Wünsche des einzelnen Kunden sind vielfältig. Und das dann auch noch mehrfach täglich, je öfter, desto besser. Sie wissen noch nicht einmal, wann Sie leisten müssen, die Tür geht auf und Sie stehen im Mittelpunkt des Geschehens.

Zudem sind Sie Dienstleister, die Ansprüche an Sie und Ihr Verhalten, Ihre Kompetenz und die Darbietung Ihrer Leistung sind hoch, zumal Sie auch noch vor Ort und direkt bezahlt werden. Der ständige Vergleich zwischen Kosten und erbrachter Leistung drängt sich also geradezu auf.

Sie benötigen viele Qualifikationen und werden vermutlich nicht ausreichend entlohnt. Aber genau an dieser „Schraube“ wollen wir ja drehen, die Dienstleistung muss einen hohen Qualitätsanspruch erfüllen, um nachgefragt zu werden, und wenn die Nachfrage steigt, wird automatisch die Bezahlung besser.

Zu Ihren Kernkompetenzen:

■ Ortskunde

■ Autofahren

■ Dienstleistungsbereitschaft

Das sind die Fähigkeiten, die Sie in der Hauptsache mitbringen müssen. Die Ortskunde und Ihre Fahrkünste stellen fachliches Können dar, das haben Sie schon oder erreichen es demnächst durch Ihre Erfahrung. Die Dienstleistungsbereitschaft ist etwas, was Sie mitbringen müssen. Im Grunde eine Frage Ihrer Haltung zum Beruf. Neben einer positiven