

# Schäumend vor Wut

Die Taxizentralen laufen Sturm, weil der Stuttgarter Autobauer Daimler sich an My Taxi beteiligt hat. Die Aufregung zeigt vor allem, dass die Branche im Umbruch ist.

Von Susanne Preuß

STUTTGART, 2. Februar.

Der Feind ist klitzeklein. Sekunden dauert es nur, bis die gelbe App mit dem markanten „T“ auf das Telefon geladen ist – und schon ist Taxifahren noch bequemer geworden. Die Anwendung My Taxi kann das nächste Taxi heranzoteln: eine prima Sache für den eiligen Kunden. Die Taxizentralen aber werden damit ausgebootet. Der Frust darüber ist bisher kaum an die Öffentlichkeit gedrungen, doch jetzt gibt es einen neuen, prominenten Feind: Daimler. Ausgerechnet der Stuttgarter Autokonzern, der mit seiner Marke Mercedes so eine Art Hoflieferant für die Taxibranche in Deutschland ist, hat sich an My Taxi beteiligt. Die Nachricht schlug ein wie eine Bombe, und der deutsche Taxizentralen-Verband BZP fackelte nicht lange, sondern schrieb an Daimler-Vorstand Dieter Zetsche einen empörten Brief. „Gleich vorweg, um eventuelle Ausfälle in den nachfolgenden Passagen erklären zu können: wir schäumen vor Enttäu-

schung und Wut“, heißt es zu Beginn eines zweiseitigen Briefs. Er endet mit einer Art Kriegserklärung an Zetsche: „Wir erwarten von Ihnen nun persönliche Maßnahmen – und sei es, offen zu sagen, dass die Verbindung Ihres Hauses zu uns bei Ihnen keinen Stellenwert mehr hat.“ Eine Woche danach ringt man im Hause Daimler noch um eine Sprachregelung. „Wir nehmen das sehr ernst“, sagt ein Konzernsprecher.

Die Angelegenheit ist hochgradig brisant. Die Taxibranche als Ganzes betrachtet ist ein bedeutender Kunde für Mercedes. Fünf Prozent aller Neuwagen mit Stern gehen in Deutschland an Taxi-Unternehmen, schätzt Thomas Grätz, Geschäftsführer des BZP. Bestätigt wird das von Daimler nicht. Dort wird lediglich der hohe Marktanteil hervorgehoben: Rund zwei Drittel aller Taxen seien Mercedes-Autos, 70 Prozent davon entfallen auf die noble E-Klasse. Aber die Verkäufe allein sind es ohnehin nicht: „Das Gewerbe ist ein großartiger Multiplikator. Und es ist noch viel mehr: die Taxiflotte ist für Mercedes ein wunderbarer Langzeitversuch“, erklärt Jürgen Hartmann, Chefredakteur des Fachblatts „Taxi heute“. So viele Kilometer, so viele Starts und Stopps wie die Taxen muss kaum ein Privatauto aushalten – weshalb Langzeitmängel an den wichtigen Modellen dank der Taxibranche schnell erkannt werden. „Mercedes ist unheimlich kulant, auch über die Garantiezeit hinaus werden Probleme still und leise und schnell gelöst“, berichtet Hartmann aus der Branche: „Allein daran erkennt man, dass die Taxibranche eine sehr hohe Bedeutung haben muss für Daimler.“

Die Aufregung der Taxizentralen trifft Daimler unerwartet, zumal nicht nur ein solcher Brief an Zetsche eintraf, sondern danach noch drei weitere. Aus Sicht des Multimilliarden-Konzerns ist es kleines Geld, das für My Taxi ausgegeben wurde – zusammen mit der Telekom, der Staatsbank KfW und Lars Hinrichs, dem Gründer der Netzwerkplattform Xing, hat man 10 Millionen Euro investiert. Die Beteiligung ist aus Sicht von Daimler eine logische Weiterentwicklung moderner Mobilitätsangebote. Mit Car 2 Go, einem Mietwagen-System, das die flexible Autoleihe mit minutengenaue Abrechnung ermöglicht, hat der Stuttgarter Konzern vor vier Jahren den Grundstein für neue Mobilitätskonzepte gelegt. Die Smart-Flotten, die Car 2 Go mittlerweile in einem Dutzend Großstädten plazierte hat, sollen längerfristig nur das Kernstück eines ganzen Bündels von Angeboten sein. Mit My Taxi könne man sich etwa eine gemeinsame Abrechnung vorstellen, heißt es bei Car 2 Go. Letztlich, sagt ein Sprecher, ziehe man sogar am gleichen Strang: Man macht es den Kunden so leicht wie möglich, sich spontan für das eine oder andere Verkehrsmittel zu entscheiden. Gestützt wird diese These ausgerechnet von den Taxizentralen, die anfangs Car 2 Go als Provokation sahen: In den Städten mit solchen Carsharing-Systemen habe der Taxiverkehr tendenziell eher zugenommen, gibt BZP-Geschäftsführer Thomas Grätz zu.

Die Taxi-Zentralen, deren Zorn Daimler abbekommt, sind indes nur scheinbar identisch mit dem Taxigewerbe. Vor allem für die Fahrer selbst, seien sie nun selbst im Besitz einer Konzession oder nur im Auftrag tätig, kann die Nutzung der App durchaus ein Wettbewerbsvorteil sein.

Und sogar innerhalb des zersplitterten Gewerbes der Taxizentralen gibt es unterschiedliche Positionen. Während in einigen Städten die Fahrer mehr oder weniger stark unter Druck gesetzt werden, auf die Verwendung der App zu verzichten, haben andere längst die Flucht nach vorn angetreten und ihrerseits erfolgreich eigene Software entwickelt. Diese Chance wurde beim Bundesverband offenbar nicht erkannt. „Wir haben das Projekt beim BZP schon vorgestellt, als es erst eine Idee war“, sagt Sven Külper, einer der beiden My-Taxi-Erfinder: „Insgesamt waren wir fünfmal dort, auch als die Software schon fertig war. Dann kam ein offizielles Nein. Das ist jetzt gute zwei Jahre her.“ Selbst im vergangenen Sommer noch spielte BZP-Geschäftsführer Thomas Grätz die Bedeutung der Taxi-Apps herunter: „Ich halte das für einen Hype, der nun nach viel Euphorie am Anfang und einem guten Marketing abklingt“, sagte er der Zeitschrift „Focus“. Den Schwarzen Peter bekommt jetzt Daimler: „Entscheidend ist“, so heißt es in dem Brief des Taxizentralenverbands, „dass ohne Absprache, ohne Information und mit eindeutig das Taxi- und Mietwagen-gewerbe und seinen Verband schädigenden Methoden vorgegangen wird und der BZP als erklärter Freund ihres Hauses vor der Branche als Depp dasteht.“ Ein bisschen neidisch blickt man bei Daimler angesichts solcher emotionaler Ausbrüche nach München, wo BMW das eigene Carsharing-Angebot ganz offen gegen das Taxi-Gewerbe positioniert: „Maximilian-Siegestor für 2,10 Euro – und Sie müssen nicht mit dem Fahrer reden“, heißt es auf einem Plakat in der bayerischen Landeshauptstadt. Auf Kunden in der Taxibranche braucht BMW keine Rücksicht zu nehmen.