

## 1. Was ist ein Businessplan?

---

Der Begriff Businessplan kommt aus dem Englischen und kann wörtlich mit „Geschäftsplan“ übersetzt werden. In einem Businessplan stellen Sie als zukünftiger oder bereits bestehender Taxi- oder Mietwagenunternehmer in schriftlicher Form Ihre Firmenidee vor. Dabei beurteilen Sie das Marktpotenzial, legen Ihre Unternehmensstrategie dar, errechnen den nötigen Kapitalbedarf und erstellen eine Finanzplanung für die ersten Jahre.

Ein gut erstellter Businessplan macht gegenüber Außenstehenden deutlich, dass mit Ihrem Konzept Geld zu verdienen ist. Er ist somit die Grundlage und Voraussetzung für Gespräche mit Banken, Genehmigungsbehörden, Geschäftspartnern oder potenziellen Teilhabern.

Gleichzeitig ist Ihr Businessplan auch eine Orientierungshilfe und ein „To-do-Ratgeber“. „To do“ kommt ebenfalls aus dem Englischen und bedeutet frei übersetzt: Was muss alles und in welcher Reihenfolge erledigt werden? Ein gelungener Aufbau Ihres Businessplans sorgt dafür, dass Sie all Ihre nötigen Aufgaben nach und nach abarbeiten können.

Selbst nach den Gesprächen mit Banken etc. sollte Ihr Businessplan nicht in der Schublade verschwinden, denn Sie verzichten sonst auf ein hervorragendes Kontroll-Instrument: Immerhin haben Sie in Ihrem Businessplan eine mehrjährige Umsatz- und Kostenprognose aufgestellt. Wenn Sie diese Planzahlen regelmäßig mit Ihren tatsächlich erreichten Zahlen vergleichen, sehen Sie zeitnah Übereinstimmungen oder Abweichungen und können – wenn nötig – sofort reagieren.

## 2. Wozu braucht man einen Businessplan im Taxigewerbe?

---

Auf den ersten Blick scheint der Schritt in die Selbstständigkeit im Taxi- und Mietwagengewerbe sehr einfach. Nach erfolgreicher Prüfung bei der IHK erwerben Sie die Fachkunde-Urkunde. Damit und mit Erfüllung bestimmter subjektiver Voraussetzungen sind Sie berechtigt, Taxi- und Mietwagenkonzessionen zu betreiben.

Viele Taxi- und Mietwagenunternehmer waren vor ihrer Selbstständigkeit jahrelang als Taxifahrer beschäftigt und glauben nun, dass das damit erworbene Branchenwissen der Ortskunde in Kombination mit dem Lernstoff aus dem Fachkundekurs ausreicht, um ein erfolgreiches Taxi- oder Mietwagenunternehmen zu führen. Meist beginnt man in so einem Fall mit einer Einzelkonzession und finanziert das Taxi als Neu- oder Gebrauchtfahrzeug über den Hersteller bzw. Händler.

In vielen Regionen ist die Anzahl der Taxikonzessionen beschränkt, so dass dort der Erwerb nur über die Übertragung einer bereits bestehenden Konzession möglich ist. Je nach Region müssen Sie dafür eine Summe im mittleren fünfstelligen Bereich investieren. Vielleicht reichen Ihnen dafür Ihre Ersparnisse in Kombination mit einem privaten Darlehen aus dem Verwandten- oder Bekanntenkreis. Dann verlangt niemand einen Businessplan.

Aber auch in diesem Fall sollten Sie sich unbedingt einen Businessplan erstellen, denn hinter den von Ihnen ermittelten Zahlen steckt vor allen Dingen eines – der Beweis Ihrer Unternehmerqualitäten.

Bedenken Sie bitte, dass der Gesprächspartner, dem Sie Ihren Businessplan präsentieren, nicht so tief in der Materie steckt wie Sie. Sie sollten deshalb auf die nachfolgenden Ausführungen nicht verzichten, auch wenn sie Ihnen als völlig selbstverständlich erscheinen.

## 1. Die Zielgruppendefinition

---

Die Kunden und somit die Zielgruppe Ihres Taxi- oder Mietwagenunternehmens sind natürlich Ihre Fahrgäste. Vereinzelt und ergänzend zur Personenbeförderung können Sie mit Ihren Fahrzeugen auch Sachbeförderungen als Kurierdienst durchführen oder Dienstleistungen wie Lotsenfahrten, Starthilfe und Überführungsfahrten anbieten. Unterscheiden Sie Ihre Zielgruppe deshalb in:

- Fahrgäste im Gelegenheitsverkehr (spontane Taxinutzer),
  - Fahrgäste mit regelmäßigen Fahrten (Geschäftsleute mit festen Transferfahrten, Krankenfahrten zu Dialyse- und Bestrahlungseinrichtungen, Kinder- und Schülerbeförderungen),
  - Auftraggeber für Kurierdienste (Firmen, aber auch Unterstützung für etablierte Kurierdienste, wenn diese überlastet sind),
  - sonstige Auftraggeber für Fahrzeugüberführungen, Lotsenfahrten oder Starthilfe (letzteres oft auch im Auftrag des ADAC),
  - Stammkunden: Weisen Sie auf bereits vorhandene Stammkunden hin (die Sie beispielsweise mit der Übernahme eines bestehenden Betriebs mit einkaufen werden bzw. eingekauft haben oder von Ihrer bisherigen Tätigkeit als angestellter Fahrer mitbringen).
-

## Praxisbeispiele

### **Taxi- bzw. Mietwagenbetrieb in einer Großstadt**

Mit unserem Taxiangebot wollen wir alle potenziellen Fahrgäste unserer Großstadt ansprechen. Wir sind aufgrund unserer unterschiedlichen Fahrzeugarten in der Lage, mit dem jeweils passenden Fahrzeug den Hotelgast zu seinem Geschäftstermin zu fahren, die alte Dame zum Arzt, den Manager zum Flughafen, den Partygänger in die Disco, den Patienten zur Strahlentherapie oder das Kind in den Hort.

### **Taxi- bzw. Mietwagenbetrieb im ländlichen Bereich**

Die Firma XY hat in unserer Gemeinde ihren Deutschlandsitz und eine hohe Besucherfrequenz. In persönlichen Gesprächen mit den Verantwortlichen des Finanzcontrollings wurde uns der Wunsch übermittelt, Taxifahrten per monatlicher Sammelabrechnung unter genauer Angabe der Kostenstelle durchführen zu lassen. Dazu zählen auch Kurierfahrten. Da wir dies durch eine spezielle Fahrtenabrechnungssoftware erfüllen können, wurde uns von der Firma XY eine Zusammenarbeit bereits zugesagt.

### **Zielgruppe Patienten**

Aufgrund der Altersstruktur innerhalb unserer Gemeinde konzentrieren wir uns auf die Zielgruppe „Ü 60“ (über 60 Jahre alt). Unsere Fahrzeuge ermöglichen einen leichten Einstieg bzw. erlauben die Beförderung in einem Rollstuhl. Durch entsprechende Rahmenvereinbarungen mit den Krankenkassen und