

Foto: Gäuboden Taxi

Gäuboden Taxi setzt auf digitale Bildschirme – Unterhaltung und Werbung für Fahrgäste.

Gäuboden-tested!

Bildschirme im Fond Straubing hat einige Taxiunternehmen – doch nur eines, das seit einigen Monaten einen speziellen Service an Bord hat: Sechs der Fahrzeuge von Gäuboden Taxi sind mit Bildschirmen im Fond ausgestattet. Diese bieten den Fahrgästen die Möglichkeit, das Wetter abzurufen, Spiele zu spielen oder den Fahrer zu bewerten. Darüber hinaus werden auf den Bildschirmen von Taxamedia Werbeclips regionaler Partner angezeigt. Wir haben mit Christian Seidel von Gäuboden Taxi über die Erfahrungen mit den neuen Screens gesprochen.

Wie kam es dazu, dass Sie sich für die digitalen Werbedisplays von Taxamedia entschieden haben? Gab es einen konkreten Anlass oder haben Sie aktiv nach neuen Einnahmequellen für Ihr Taxi gesucht?

Wir haben die Bildschirme das erste Mal auf der Taxi-Messe in Köln gesehen. Ich muss zugeben, ich war erst mal eher skeptisch, meine Frau fand die Idee, Taxis mit den Bildschirmen zu versehen, aber super. Da haben wir erst einmal sechs Taxis mit den Bildschirmen ausgestattet.

Wie aufwendig war der Einbau der Bildschirme in Ihre Fahrzeuge? Haben Sie selbst montiert oder den Einbau über Taxamedia bzw. eine Werkstatt organisiert?

Das haben wir selbst gemacht. In meinen Augen braucht man als Taxi-Unternehmer eine eigene Werkstatt – ohne die geht's nicht! Von Taxamedia hatten wir eine Anleitung bekommen, das hat sehr gut funktioniert.

Wie reagieren Ihre Fahrgäste auf die Bildschirme im Fahrzeug? Gibt es Rückmeldungen der Nutzerinnen und Nutzern – positiv oder kritisch?

Wie gesagt, ich war erst skeptisch. Aber die Fahrgäste fanden es von Anfang an toll. Wir haben auch ein kleines Spiel drauf – das hat sofort funktioniert.

Wird das Bewertungstool angenommen? Welche Vorteile sehen Sie darin?

Ja. Die Fahrgäste nutzen die Option, uns zu bewerten, sehr oft. Für uns ist das eine gute Möglichkeit, Rückmeldung für unseren Service zu bekommen. Bis auf eine Ausnahme – bei uns in Straubing ist das Gäubodenfest, immerhin nach der Münchner Wiesn, das zweitgrößte Volksfest in Bayern. Was uns da die Fahrgäste in das Bewertungs-Tool reingeschrieben haben, war zum größten Teil nicht mehr

Schulbus-Zubehör

Schulbus-Rollo
Springrollo für's Heckfenster mit Befestigungsteilen

Best.-Nr. 38103 60 x 60 cm € 187,-
Best.-Nr. 38105 40 x 40 cm € 109,-

Übelkeitstüten
- aus weißem Natronpapier
- mit eingeschweißter Plastikfolie
- Maße 12 x 8 x 23 cm; ca. 1,5 Liter

Best.-Nr. 38880 100 Stück € 50,-

Klappbares Schulbus-Schild
Standard aus Aluminium
- diebstahlsicher
- keine Aufbewahrungsprobleme
- klappert nicht
- waschanlagensicher
- passt an alle Bustypen
- **neue Ausführung**

Standard
Best.-Nr. 38113 40 x 40 cm € 32,-
Premium
Best.-Nr. 38112 40 x 40 cm € 40,-
Best.-Nr. 38102 60 x 60 cm € 59,-

Kein Eis-Verzehr
• Zweiseitig • Selbstklebend
Best.-Nr. 38420 4 Stück € 4,- 20 Stück € 17,-

Schulbus-Schild
starr/aus Hart-Aluminium
komplett mit Halteleisten
- 40 x 40 cm
- 60 x 60 cm

Best.-Nr. 38111 € 44,-
Best.-Nr. 38101 € 59,-

aus Magnet-Kunststoff
(haftet nicht auf Aluminium)
- 40 x 40 cm

für Fahrzeuge bis 6 Sitze
- 27 x 27 cm
- 25 x 25 cm

Best.-Nr. 38110 € 51,-
Best.-Nr. 38434 € 35,-
Best.-Nr. 38436 € 24,-

Qualitätsfolie selbstklebend
3M Reflexfolie, retroreflektierend
- 25 x 25 cm
- 40 x 40 cm

Best.-Nr. 38437 € 15,-
Best.-Nr. 38115 € 22,-

Kunststoff mit Saugnäpfen
für Kfz bis 6 Sitze m. 2 Saugnäpfen
- 25 x 25 cm

Best.-Nr. 38106 € 21,-

für Kfz bis 9 Sitze m. 4 Saugnäpfen
- 40 x 40 cm

Best.-Nr. 38107 € 29,-

Preise freibleibend zuzügl. MwSt. und Versand. Es gelten die Lieferbedingungen der HUSS-VERLAG GmbH unter www.huss-shop.de.

shop huss
HUSS-VERLAG GmbH · 80807 München
Tel. 089/32391-317 · shop@hussverlag.de
huss-shop.de

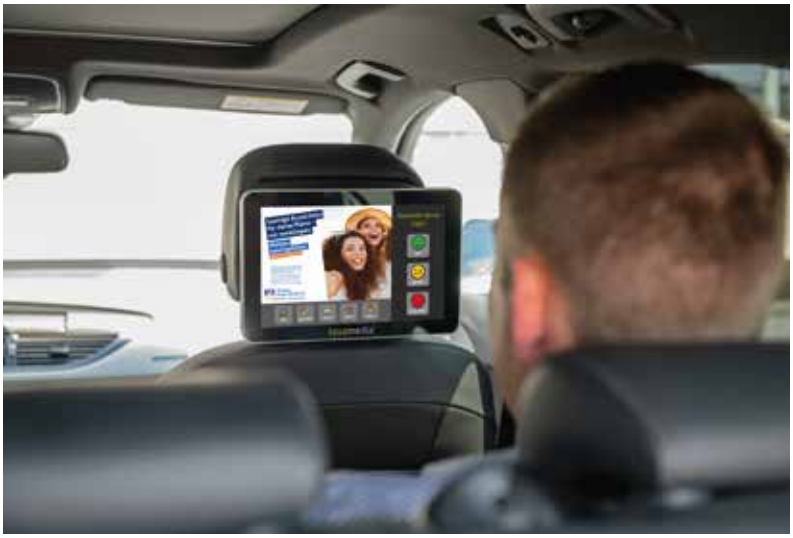


Foto: Taxamedia

Neben Werbung, Spielen und Infos bietet das Display auch eine Bewertungsfunktion für den Fahrer.

verständlich. Aber die Bildschirme haben auch diese Zeit gut überstanden – sozusagen Gäuboden-tested!

Nutzen Sie die Werbeflächen ausschließlich für externe Kunden oder auch für eigene Inhalte?

Zum Beispiel zur Bewerbung eigener Dienste, Fahrten für Unternehmen oder Krankenfahrten?

Wir bewerben tatsächlich auch unseren eigenen Fahrdienst. Aber sonst haben wir uns Partner gesucht, die wir kennen. So zum Beispiel eine Tankstelle, an der wir regelmäßig tanken, oder ein großes Wirtshaus. Insgesamt haben wir aktuell sieben regionale Werbepartner.

Wie einfach oder schwierig war es, regionale Werbekunden für die Displays zu gewinnen? Welche Branchen haben bei Ihnen Interesse gezeigt?

Am Anfang wussten wir nicht so richtig, wie wir da vorgehen sollen. Meine Frau hat dann eine Aufstellung gemacht. Unsere Taxis haben in 24 Stunden im Durchschnitt 30 Fahrten – da haben wir aber nur die Fahrten gezählt, die länger als zehn Minuten gedauert haben. Wir haben sechs Taxis mit Taxamedia-Bildschirmen ausgestattet, das dann mal 365 Tage. So konnten wir zeigen, dass über 65.000 Fahrgäste die jeweilige Werbung im Taxi sehen könnten. Dann war es eigentlich leicht, eigentlich haben alle, die wir gefragt haben, zugesagt. Wir haben zum Beispiel auch einen Zahnarzt, der auf dem Bildschirm für Zahnreinigung und Bleaching wirbt.

Welche Rolle spielt dabei die Unterstützung durch Taxamedia? Wurden Sie bei Gestaltung und Technik begleitet?

Das hat wirklich gut funktioniert. Bei Fragen sind sie immer ansprechbar gewesen. Es ist schon auch ein großer Vorteil, dass die mit ihrer Software auch immer eingreifen können.

Rechnet sich der Einsatz für Sie wirtschaftlich? Lässt sich der Aufwand durch zusätzliche Einnahmen ausgleichen oder sogar übertreffen?

Momentan kann ich sagen: Wir sind etwas im Plus. Aber wir haben uns entschieden, lieber ein gutes Verhältnis zu unseren Werbepartnern zu pflegen – und nicht, möglichst viel rauszuholen. In Zukunft werden wir uns noch zwei oder drei Werbepartner suchen, dann ist die Autoversicherung damit bezahlt.

Wie handhaben Sie die Inhalte und deren Pflege? Müssen Sie regelmäßig selbst etwas anpassen oder läuft das über die Plattform?

Das ist recht schnell gemacht. Das große Wirtshaus, das bei uns wirbt, hatte von sich aus nachgefragt, ob man nicht die aktuelle Wochenkarte darstellen könne. Jetzt tauschen wir am Wochenende immer die Speisekarte aus – der Wirt schickt uns die Datei, dann sind es ein paar Klicks.

Gab es technische Probleme im Betrieb oder Fragen zur Stabilität der Geräte? Wie zuverlässig läuft das System im Alltag?

Tatsächlich läuft alles völlig problemfrei. Nein, stimmt nicht ganz. Einer der Bildschirme war nach etwa zwei Wochen defekt – Taxamedia hat sich dann sofort um Ersatz gekümmert und uns den neuen Bildschirm zugeschickt.

Würden Sie anderen Kollegen empfehlen, sich mit dem Thema digitale Werbeflächen zu beschäftigen? Was sollte man vorher bedenken?

Unbedingt. Nur nicht im Raum Straubing (lacht). Nein, im Ernst, man muss natürlich auch die Lust mitbringen, sich etwas damit zu beschäftigen – zum Beispiel regionale Werbepartner suchen. Aber dann ist es ein unbedingter Mehrwert fürs Taxi! *tk*

Die Displays überstanden auch den Einsatz während des Gäuboden-Volksfestes klaglos – von einigen kryptischen Einträgen alkoholisierter Fahrgäste abgesehen.

