

Presseartikel

Taxizentralen zwischen Festgebühr und Plattform-Konkurrenz

Taxizentralen in der DACH-Region stehen vor einem strukturellen Problem: Während globale Mobilitätsplattformen mit datengestützten Marketing-Kampagnen Kunden binden und Fahrer motivieren, fehlt vielen Zentralen das Budget und das Werkzeug für vergleichbare Maßnahmen. Eine Webinar-Reihe mit Praxisbeispielen des maltesischen Softwareanbieters eCabs Technologies soll ab Februar 2026 zeigen, welche Handlungsoptionen bestehen.

Das Phänomen des Multi-Apping verschärft die Lage: Laut einer Studie von Bolt aus dem Dezember 2024 nutzen bis zu 84 Prozent der Bolt-Fahrer mehrere Apps parallel. Der Lyft Economic Impact Report 2024 beziffert den Anteil bei Lyft-Fahrern auf 72 Prozent. Für Taxizentralen bedeutet das: Fahrer, die formal angeschlossen sind, nehmen bevorzugt Aufträge anderer Plattformen an, wenn diese attraktiver erscheinen.

Die Ursache liegt nach Einschätzung von Branchenbeobachtern im Geschäftsmodell. Klassische Taxizentralen finanzieren sich über feste Monatsgebühren der angeschlossenen Unternehmer. Das Modell stammt aus einer Zeit ohne digitale Konkurrenz. Es generiert jedoch kein variables Budget für Kundenakquise oder Fahrer-Incentives. Plattformen wie Uber oder Bolt arbeiten dagegen mit Provisionen, aus denen sie Marketing-Maßnahmen finanzieren.

eCabs Technologies hat diese Entwicklung am eigenen Markt erlebt. Das Unternehmen betreibt seit 2010 eine Taxizentrale in Malta und musste 2017 auf den Markteintritt von Bolt reagieren. Nach eigenen Angaben vollzog eCabs 2018 den Wechsel von der Festgebühr zum Provisionsmodell. Die Betriebsdaten aus Malta zeigen messbare Effekte der eingesetzten Werkzeuge: Die Stornoquote sank von 14 auf sechs Prozent, die Auftragsannahme in Spitzenzeiten stieg um 19 Prozent. Nach Einführung einer dynamischen Preissteuerung erhöhten sich die Online-Zeiten der Fahrer um 18 Prozent.

Auch bei Partnerzentralen in anderen Ländern dokumentiert das Unternehmen Ergebnisse. In Bukarest stieg das Fahrtvolumen während einer Sommerkampagne 2025 um 14 Prozent, der Umsatz um neun Prozent. Bei einem griechischen Partner reduzierte sich die Einrichtungszeit für Rabattaktionen von drei Tagen auf 15 Minuten; erste Tests zeigten acht Prozent mehr Fahrten an Aktionstagen. Bei der Kundensegmentierung nach Buchungsverhalten erreichte eCabs nach eigenen Angaben eine Reaktivierungsrate von elf Prozent bei zuvor inaktiven Nutzern.

Digitalisierung in der Taxibranche auf das Niveau der globalen Plattformen:

Matthew Bezzina (CEO von eCabs, Malta) brachte dies 2025 pointiert auf den Punkt: „Respektieren Sie die Vergangenheit, aber bereiten Sie sich jetzt auf die Zukunft vor. Sie haben fünf Jahre Zeit. Damit appellierte er an die Branche, binnen weniger Jahre die Digitalisierung vollständig zu vollziehen, um gegenüber Mega-Plattformen bestehen zu können.

Das Webinar gliedert sich in vier aufeinander aufbauende Themenbereiche. Den Ausgangspunkt bildet die Finanzierung von Marketing-Maßnahmen – eine Grundsatzfrage, ohne deren Klärung weder Kundenbindung noch Fahreraktivierung möglich sind. Darauf aufbauend behandelt der zweite Block die Kundenbindung: Wie lassen sich Fahrgäste segmentieren, durch Push-Benachrichtigungen erreichen und mit automatisierten Kampagnen zurückgewinnen? Der dritte Bereich widmet sich der Fahreraktivierung durch gezielte Anreize wie Gutschein-Codes, Bonuspunkte und zeitbasierte Aktionen. Im vierten Teil geht es um die dynamische Preisgestaltung, also die Anpassung von Fahrpreisen nach Nachfrage, Tageszeit und Fahrzeugverfügbarkeit. Diese vier Bausteine greifen ineinander: Die Preissteuerung finanziert die Marketing-Maßnahmen, die wiederum Fahrgäste binden und Fahrer aktivieren. Wie das Zusammenspiel in der Praxis funktioniert, zeigt der Referent abschließend anhand eines konkreten Umsetzungsplans – mit Praxiselementen des maltesischen Vermittlungssoftware-Anbieters und Taxizentralenbetreibers eCabs.

Das Webinar dauert 90 Minuten, findet online per Google Meet statt und wird in deutscher Sprache durchgeführt. Die Teilnahme ist kostenfrei. Zwischen Februar und April 2026 stehen drei Termine zur Auswahl.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

- Termine: 26.02.2026 (15:30 Uhr), 18.03.2026 (9:30 Uhr), 14.04.2026 (15:30 Uhr)
 - Dauer: 90 Minuten
 - Format: Online (Google Meet), deutschsprachig
 - Referent: Michael Mühlin
 - Inhalte: Finanzierung der Marketing-Kampagnen, Kundenbindung, Aktions- und Bonussteuerung, dynamische Preisgestaltung, Beispielplan zur Umsetzung
 - Zielgruppe: Entscheider in Taxizentralen
 - Teilnahme: Kostenfrei
 - Anmeldung: <https://ecabstech.com/webinar-1/>
-

Über eCabs Technologies

eCabs Technologies mit Sitz in Malta entwickelt Dispatch-Software für Taxizentralen. Das Unternehmen wurde 2010 gegründet und betreibt selbst eine Taxizentrale in Malta. Die Software wird von Zentralen in mehreren europäischen Ländern eingesetzt.

Pressekontakt

Michael Mühlin - Business Development Consultant

Telefon: +49 1511 22 96 258 / E-Mail: michaelm@ecabstech.com

Druckfähiges Bildmaterial auf Anfrage.

Quellennachweise

Multi-Apping bei Bolt

Bolt The Ride-Hailing Economy December 2024 - [Link](#)

Multi-Apping bei Lyft

LYFT 2024 Economic Impact Report - [Link](#)