

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
Einführung	9
1 Der Verkehrsmarkt in Deutschland	10
1.1 Mobilität in Deutschland	10
1.2 Vorurteile und Fakten	16
2 Image – mehr als ein Bild	23
2.1 Der Image-Begriff	23
2.2 „Corporate Image“ – das Firmenbild in der Öffentlichkeit	24
2.3 „Corporate Identity“ – Unternehmen mit Persönlichkeit	26
3 Das Fahrzeug als Visitenkarte des Unternehmens	29
3.1 Das Fahrzeug als Träger der CI	30
3.2 Sauberkeit des Fahrzeugs	32
3.3 Abfahrtskontrolle	36
3.4 Sicherheitskontrolle	40
3.5 Regelmäßige Überprüfungen und Fristen	42
3.6 Verhalten bei Mängeln am Fahrzeug	43
4 Der Fahrer als Repräsentant des Unternehmens	44
4.1 Der erste Eindruck	44
4.2 Verhalten des Fahrers als Fortsetzung des positiven Eindrucks	48
4.3 Vorschriften zur Beförderung bestimmter Personengruppen	54
4.4 Umgang mit Konflikten	64
5 Gründe für ein marktorientiertes Verhalten	71
5.1 Neue Konkurrenten im Gelegenheitsverkehr	72
5.2 Konzessionen und Ausschreibungsverfahren im ÖPNV	74
5.3 Qualitätssicherung zum Erhalt des Arbeitsplatzes	75
5.4 Ökonomische Folgen eines Rechtsstreits	76
6 Ausblick	78
7 Wissens-Check	79

Allgemeiner Zustand		
Anforderungen/ Problembereiche	in Ordnung	nicht in Ordnung
Beschädigungen außen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit Scheiben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmenlogo erkennbar/ vorhanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit außen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geräuschentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Graffiti (innen und außen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit innen (Sitze, Rückenlehnen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschädigungen innen (z.B. Haltestangen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rutschgefahr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Funktion Entwerter/ Fahrscheinautomat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Funktion Haltestellenwunsch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lautstärke Durchsagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beleuchtung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unrat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 Der Fahrer als Repräsentant des Unternehmens

4.1 Der erste Eindruck

- ▶ Sie sollen sich Ihres Eindrucks auf den Kunden bewusst werden. Sie sollen in der Lage sein, den von Ihnen vermittelten ersten Eindruck aktiv zu gestalten

Abbildung 16:
Positiver erster
Eindruck
Quelle: Volvo

Als Fahrer sind Sie der wichtigste **Repräsentant** Ihres Busunternehmens. Mit Ihrem Fahrzeug – der „Visitenkarte“ – weisen Sie sich aus.



Im Kontakt mit dem Kunden nehmen Sie die zentrale Rolle ein. Ihr **Auftreten** und **Verhalten** entscheidet maßgeblich über die Zufriedenheit des Kunden mit der erbrachten Beförderungsleistung – und damit auch mit dem Unternehmen, das diese erbringt.

Äußere Erscheinung

Die äußere Erscheinung ist fast immer das Erste, was an einem fremden Menschen wahrgenommen wird. Entsprechend sollte jeder Fahrer darauf achten, in der Öffentlichkeit ein „gutes Bild“ abzugeben. Zentrale Bedeutung haben hierbei

- ordentliche und saubere (im Idealfall: einheitliche) Kleidung
- gepflegte Gesamterscheinung.

In und um Ihren Bus herum werden Sie stets als **Vertreter** des Unternehmens wahrgenommen. Der Kunde unterscheidet nicht, ob Sie gerade im Dienst sind oder Pause haben: Sie werden **immer** (mitunter auch in Ihrer Freizeit!) als **Botschafter Ihres Unternehmens** gesehen. Hierzu trägt verstärkt auch eine einheitliche Dienstkleidung bei, die als Teil der Unternehmenspersönlichkeit auf den Kunden wirkt.

Einheitliche Firmenbekleidung deutet auf ein **professionell geführtes Unternehmen** hin. Dies schafft **Vertrauen** auf Kundenseite.

Im Konfliktfall hilft ein solches Erscheinungsbild außerdem, die nötige **Autorität** zu vermitteln. Dies kann zu einer Beruhigung des Konfliktpartners führen. Auch Ihnen selbst vermittelt Ihr Äußeres so ein **positives Selbstwertgefühl**.

Auftreten und Körpersprache

Zum äußeren Erscheinungsbild tragen das Auftreten und die Körpersprache in hohem Maße bei. Der Fahrer steht als Repräsentant stellvertretend für sein Unternehmen. Daher sollte er in seinem Auftreten diese Rolle beherzigen.

Ein erfolgreiches Unternehmen ist:

- Weltoffen
- Kommunikationsstark
- Selbstbewusst
- Auf einer soliden Basis gegründet



5.3 Qualitätssicherung zum Erhalt des Arbeitsplatzes

- ▶ Sie sollen einen Überblick über Ihre Möglichkeiten bekommen, zur Qualitätssicherung des Unternehmens beizutragen

Um im Wettbewerb bestehen zu können, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Der einzelne Fahrer spielt bei der Gewinnung **zusätzlicher Fahrgäste** eine wichtige Rolle und damit auch beim Erhalt des eigenen Arbeitsplatzes.

Hierbei spielt das in den Kapiteln 3 und 4 erläuterte **Verhalten des Fahrers** eine zentrale Rolle. Sie müssen als **Kundenbindungsmanager** aus ureigenem Interesse dafür Sorge tragen, die Fahrgastzahlen stabil zu halten bzw. zu erhöhen. In diesem Zusammenhang ist die vom Kunden wahrgenommene **Servicequalität** entscheidend.

Doch auch zur **Kosteneinsparung** und **Wettbewerbsfähigkeit** können Sie einen Beitrag leisten. In der Praxis bedeutet dies z.B.:

- Kosteneinsparungen durch Kraftstoff sparendes Fahren
- Eigene Fehlzeiten durch eine gesundheitsbewusste Lebensweise zu reduzieren
- Durch Hinweise auf „Kostenfresser“ im Betriebsablauf aufmerksam zu machen
- Eigene Vorschläge für Verbesserungen auszuarbeiten

Die Ihnen als Fahrer zugeschriebenen Rollen und Funktionen erfahren hier eine Erweiterung. Als engagierter Mitarbeiter Ihres Unternehmens sind Sie zugleich **Kostenoptimierer** und **Ideengeber**.

Ohne **proaktives Engagement** von Fahrerseite wird es für Unternehmen im Busbereich zukünftig nicht möglich sein, konkurrenzfähig zu bleiben. Daher liegt es in Ihrem eigenen Interesse, sich aktiv in den stetigen Verbesserungsprozess einzubringen.