

TAXI

Officielt medlemsblad for Dansk Taxi Råd

01 - Februar 2018 - 15. årgang



Ny diesel på den mentale tank

Omverdenen forandrer sig. Hvordan kan du følge med? Her er 10 idéer til, hvordan du helt praktisk arbejder med at udvikle og tilpasse din forretning.

Side 12

Tommy frygter mere spritkørsel

Mere spritkørsel og dårligere service for borgerne på landet. Vognmand Tommy Nielsen fra Aulum er ikke optimist på vegne af kunder i landområder.

Side 14

Branchen skal samle kræfterne

Taxiloven varsler nye tider. Forretningsudvikling og innovation af de store linjer i taxibranchen kræver både økonomiske og kompetencemæssige muskler.

Side 11

M2

ALLE KILOMETER REGISTRERES.

Med det nye M2 taxameter ved du præcis hvad din bil har kørt ind og hvor den har været. M2 er nemlig det første taxameter med GPS og 4G.

Mere information finder du på
www.halda.se



Trine Wollenberg,
direktør i Dansk Taxi Råd



Lad os tage hul på nye tider

2 018 bliver for taxierhvervet starten på noget nyt. En ny taxilov er trådt i kraft, og loven byder på forandringer. Ikke forandringer, der kommer på én gang, da eksisterende tilladelser fortsat er gældende, og man derfor kan drive sin taxiforretning videre, som man altid har gjort.

Men måske er det tid til at gøre op med tingene, som vi altid har gjort. Selvom taxiloven stadig indeholder en del reguleringer og krav, så kommer vi ikke uden om, at loven også kommer til at understøtte en større konkurrence på taximarkedet. Nye selskaber vil starte op, og flere vil søge om en tilladelse. Alle kan kopiere taxierhvervets produkt: "At bringe kunden fra A til B". Så hvad skal der til for, at kunden vælger at tage netop din taxi.

I dette nummer af TAXI kommer flere eksperter med et bud på, hvordan taxierhvervet kommer i gang med at forretningsudvikle taxiproduktet. Der er mange gode råd at hente fra dem. Det vigtigste er nok at komme i gang med processen og begynde at overveje hvilken forretning, man gerne vil være, og hvad man har at tilbyde kunderne.

Trine Wollenberg
Direktør Dansk Taxi Råd

TAXI ISSN: Tryk: 1903-1300 / Web: 2445-6802

Ansvarshavende redaktør
Trine Wollenberg, Tlf.: 3877 7890

Redaktør
Poul Breil-Hansen,
Merkur Kommunikation
Tlf.: 2371 7390
pbh@merkur-kommunikation.dk

Annoncer
Horisont Gruppen a/s
Tlf.: 5350 6060
pc@horisontgruppen.dk

Lay-out og produktion
Horisont Gruppen a/s
Strandlodsvej 44
2300 København S
Tlf.: 5350 6060

Trykoplæg
1.800

Abonnement
Pris kr. 200 årlig (8 udgivelser)
Adresseændring o.lign. ring venligst
tlf. 3877 7890.
Officielt medlemsblad for
Dansk Taxi Råd

Medlem af:



DANSK TAXI RÅD

Valhøjs Allé 126
2610 Rødovre
Tlf.: 3877 7890, Fax: 3871 7891
Mail: dtr@taxi.dk
Mandag-fredag kl. 9-15

Formand
John Lindbom

Direktør
Trine Wollenberg, mobil: 2222 2205

Persondataforordningen gælder også for dig

EU's persondataforordning træder i kraft den 25. maj 2018. I 2016 vedtog EU nye regler for behandling af personoplysninger i form af en persondataforordning, som pålægger alle virksomheder at have styr på deres håndtering af persondata inden 25. maj. Det er vigtigt at bemærke, at persondataforordningen gælder alle virksomheder – også virksomheder, som kun har erhvervsdrivende kunder. Personoplysninger er: "(...) enhver form

for information om en identificeret eller identificerbar fysisk person". Eksempler på personoplysninger kan være navn, adresse, cpr.nr., tlf.nr., fotos, nummerplader og meget mere. Al behandling af personoplysninger er ulovligt, hvis ikke der er hjemmel herfor. Hjemlen kan begrundes ved en af følgende tre måder: samtykke, lov eller nødvendighed. Hvis der er en hjemmel, skal denne ligeledes være dokumenterbar.



Eldrevne London-taxier på vej til Norge

Den legendariske London taxa er blevet produceret i en el-udgave, der i starten af december måned fik debut på de londonske gader. Køretøjet bærer navnet TX eCity, og producenten bag den eldrevne taxi, London EV Company (LEVC), meddeler nu, at selskabet har indgået en importaftale med norske Autoindustri om import af køretøjet til Norge. Norge er verdens førende land, hvad angår antallet af elbiler per indbygger. Den norske forening for el-køretøjer mener, at eldrevne taxier er afgørende for at reducere udledninger af skadelige gasser særligt i byområder. TX eCity har med succes gennemgået omfattende tests i det norske klima, der særligt har fokuseret på, hvordan elmotor og batteri reagerer på de lave norske vintertemperaturer.



Magasinet Taxi har fået ny redaktør

Magasinet Taxi har fået ny redaktør. Poul Breil-Hansen er journalist og kommunikationsrådgiver med mange års erfaring fra mange brancher og fagfelter. Han har selv en fortid som taxi-afløser hos Aarhus Mini Taxa og Aarhus Taxa tilbage i 80'erne og 90'erne, og han modtager meget gerne tips og kommentarer fra læserne på pbh@merkur-kommunikation.dk eller M 2371 7390.



EU-Domstolen har talt:

Uber skal drives som taxiselskab

Uber skal drives som transportvirksomhed og ikke som en digital serviceformidler. Det fastslår EU-Domstolen den 20. december 2017 i en dom, der er et nederlag for Uber i Europa. Dommen betyder, at Uber er omfattet af reglerne for taxikørsel. Uber har under retssagen argumenteret for, at selskabet er en informationstjeneste, og at Ubers ydelse er en samkørselsordning. Nederlaget har ifølge artikel på businesslive.com den 8. januar 2017 ført til, at mange eksisterende og nye rivaler til Uber ser ud til at intensivere arbejdet med at komme ind på det europæiske marked, ikke mindst det meget lukrative taximarked i London. Det gælder selskaber som Taxify, Mytaxi, Ola, Gett og Lyft.



Hvad betyder den nye taxilov for dig?

Det er nok ikke gået ret mange læses næse forbi, at vi har fået en nye taxilov, og at den trådte i kraft mandag d. 1. januar 2018. Taxiloven omfatter al erhvervmæssig persontransport i bil, dvs. taxikørsel, limousinekørsel og kørsel for offentlige myndigheder. Men hvad betyder loven helt præcist for dig? Det kan være svært at overskue i alle detaljer. Men der er god hjælp at hente på den nye hjemmeside taxilov.dk, som Trafik-, Bygge- og Boligstyrelsen har oprettet. "Vi synes, at det er en rigtig god og overskuelig side, der vejleder alle ud i reglerne om ny lovgivning, herunder vigtige datoer for, hvornår man kan søge om tilladelse til erhvervmæssig personbefordring", fortæller direktør Trine Wollenberg, Dansk Taxi Råd.

Landsretten fastholder store bøder til fire Uber-chauffører

Østre Landsret stadfæster den 16. januar 2018 store bøder til fire tidligere Uber-chauffører for ulovlig taxikørsel. De fire chauffører modtog bøder på op til 486.500 kroner af byretten i 2017, og det fastholder landsretten altså. Det danske politi har tidligere til Fagbladet 3F meddelt, at når de fire prøvesager er afgjort, er politiet klar til at gå videre med 1.500 straffesager mod Uber-chauffører. Derefter kan der komme en straffesag mod selskabet bag app'en Uber.



25 ÅRS ERFARING

I AT SÆLGE BUSSE TIL INSTITUTIONER,
PLEJEHJEM, TAXAVOGMÆND
OG HANDICAPPEDE



Vi tror på, at den største tryghed opnås, ved at du som chauffør kan få alt det, du har brug for ét sted. Som en del af Autohuset Vestergaard A/S kan vi i Rehabiliter specialindretning sørge for, at dit transportmiddel ikke bliver en del af de udfordringer din hverdag ellers måtte have.

Rehabiliter Vejle | Flegmæde 18 · 7100 Vejle
Rehabiliter Odense | Hestehaven 1 · 5260 Odense S
Rehabiliter Nærum | Nærum Hovedgade 1 · 2850 Nærum

REHABILITER
specialindretning

Vi er autoriseret forhandler af 11 forskellige bilmærker, så ring og book en tid hos en af vores salgskonsulenter.



Svenske erfaringer med et frit taximarked

Digitalisering, kommunikation og kundeservice er kodeord for at klare sig på et liberaliseret taximarked. Direktøren for det svenske taxiforbund deler ud af de svenske erfaringer.

I 1990 satte den svenske regering taximarkedet frit. Fuldstændig frit i ét hug. Ikke noget med tre års overgangsperiode som den nye danske taxilov tilsiger. Idéen var, at en friere konkurrence ville give lavere priser, højere effektivitet ved stordriftsfordele og bedre service for kunderne. Samtidig var håbet, at et afreguleret marked ville gøre det lettere for nye former for taxiselskaber at komme ind på markedet.

"Det er før min tid i taxi-branchen, men liberaliseringen i 1990 resulterede i en næsten total afregulering af taxibranchen, der før 1990 havde været nidkært reguleret på linje med de danske forhold før 1. januar 2018", fortæller Claudio Skubla, der er forbundsdirektør for Svenska Taxiförbundet.

Det betød:

- ingen offentlig kontrol med antallet af biler,
- kravet om en offentlig bevilling for at køre taxi blev lempet, så det blev enklere at opnå licens,
- zoneinddelingen (hvor en taxibe-

ling kun gælder i én bestemt del af landet) blev afskaffet,

- taksterne blev sat fri,
- det blev frivilligt om, man ville tilhøre en bestillingscentral, og
- den såkaldte kørselspligt (der betyder, at taxier har pligt til at køre enhver tur uanset længde) blev afskaffet.

Wild west tilstande

"Det medførte hurtigt wild west lignende tilstande i den svenske taxibranche", fortæller Claudio Skubla.

Seks svenske anbefalinger

Claudio Skubla lister seks læringer af den svenske liberalisering, som han forestiller sig den danske taxibranche kan have gavn af at være opmærksom på. De omfatter:

1. Vær forsigtig. Uden effektiv offentlig kontrol bliver taximarkedet kaos og wild west til skade for alle parter.
2. Konkurrencen ved en frigivelse af markedet vil blive styret af efterspørgslen. Det betyder, at konkurrencen vil blive hårdere i storbyerne og lavere i landområderne.
3. De digitale kanaler bliver meget vigtigere. Det er meget afgørende at være koblet på de markedsførende apps, som kunderne på tværs af landet og også på tværs af landegrænser gør brug af.
4. Kundeservice bliver en hård konkurrenceparameter. Rene biler, pæne uniformer, høflig og professionel opførsel, god kunded kommunikation, sig velkommen, åbne dør, hjælpe med bagage etc.
5. Hårdere konkurrence og kraftig teknologisk udvikling kræver økonomiske muskler. Det medfører en konsolidering af branchen. Taxiselskaberne bliver større og landsdækkende, der sker flere opkøb, og udenlandske aktører kommer til landet.
6. Men sideløbende med konsolideringen vil der også være plads til nicheaktører, der dækker et bestemt markedssegment eller satser på særlige tjenester. Taxi Stockholm har for eksempel siden 2004 haft succes med en julemandstjeneste i december måned.



"Vi vil gerne værne om de seriøse taxiselskaber, og indførelsen af 'redovisningscentralerne' giver mulighed for, at beskatning og konkurrence kan foregå på lige vilkår", fortæller Claudio Skubla, direktør for Svenska Taxiförbundet. Foto: Svenska Taxiförbundet.



Kundeservice bliver en hård konkurrenceparameter, lyder erfaringen fra det svenske taxiforbund, som oplevede et liberaliseret taximarked allerede i 1990. Foto: Simon Hellsten/Taxi Stockholm.



Jouni Talso er glad for at være taxi-julemand. Han er oprindeligt fra Rovaniemi i Finland, som er kendt for at være julemandens fødested. 2017 var hans femte år i træk som en af Taxi Stockholms julemænd. Foto: Erland Jacobsen/Taxi Stockholm.

Taxichauffører som julemænd

Taxi Stockholm har siden 2004 tilbudt kunderne at booke en julemand, der ankommer i taxi. Det er et tilbud, som flere og flere børnefamilier gør brug af i julemåneden. Børnefamilier i Stockholm kan reservere en taxi-julemand fra den 14. december frem til nytår, og prisen før og efter den 24. december er 1570 SEK for 60 minutter, mens prisen den 24. december er 950 SEK for 30 minutter.

Mængden af vogne steg på kort tid med 22 procent uden, at selskaberne blev bedre til at opsøge nye markeder. Det frie marked havde blot betydet, at der var flere taxier om at deles om det samme antal ture. Det svenske taximarked så hurtigt en række hårde konkurrencer, der så efter en årrække til gengæld genoprettede en ny balance og relativ stabilitet.

"Det viste sig med tiden, at bestillingskontorerne var meget vigtige for at klare sig i konkurrencen. Branchen blev splittet op i cirka 20-30 procent såkaldt "friåkere" - altså folk der kører frit og uden bestillingskontor - og så vognmænd og chauffører, der var koblet til et bestillingskontor. Taxikunderne havde efterhånden meget blandede erfaringer med både serviceniveau og meget svingende priser, og mange kunder havde derfor et behov for at opsøge varemærker eller brands, de havde tillid til. Branding blev meget vigtigere", fortæller Claudio Skubla.

Det offentlige tilsyn har haltet

Den største udfordring med den svenske liberalisering siden 1990 har ifølge Claudio Skubla været den mangelfulde offentlige kontrol med taximarkedet. Det gælder først og fremmest kontrol med priserne. I 90'erne var der ekstreme forskelle i, hvad taxikunder kunne risikere at betale for den samme tur. Det var ikke så stort et problem for faste hyppige kunder, der hurtigt fik kendskab til hvem, der leverede hvilke priser. Men for kunder, der sjældent tog en taxi eller for

turister og udenlandske besøgende var det en jungle og et stort problem. Hele den svenske taxibranche fik alvorlige omdømmeproblemer, fordi "friåkere" - med lov i hånd - kunne forlange op til 1000 procent højere pris for en tur end organiserede taxier fra bestillingskontorer.

"Taxibranchens omdømme led også skade med omfattende fusk med skat, moms, arbejdsvilkår og eksempler på chauffører, der både hævdede offentlig forsørgelse og tjente penge ved at køre taxi uden at oplyse om det", fortæller Claudio Skubla.

Nye love forebygger fusk

Branchen fik derfor til stor tilfredshed for de fleste parter i 2015 indført en ny lov, der forpligter chaufføren til at oplyse kunden om prisen på forhånd, hvis prisen for turen bliver højere end 500 SEK. I 2017 indførte det svenske folketingsdesuden en ny lov, der pålægger taxierne at sende alle taxameteroplysninger videre til en server i taxiselskabet, som skattemyndighederne har adgang til. Systemet vil først være fuldt rullet ud til alle biler i foråret 2018.

"Den sidste lov er noget, vi har arbejdet for i 15 år, så vi er selvfølgelig glade for, at systemet med "redovisningscentralerne" er indført. Vi vil gerne værne om de seriøse taxiselskaber, og indførelsen af "redovisningscentralerne" giver mulighed for, at beskattning og konkurrence kan foregå på lige vilkår", fortæller han.

Tekst: Poul Breil-Hansen

Taxikørsel er service Det er ikke persontra

Fremtidens vindere på taxi-markedet leverer ikke transport fra A til B. De leverer service og en oplevelse til kunden. Kunden skal have en oplevelse af, at du er til for kundens skyld, ikke for din egen skyld. Har de det i dag?

Der er rum for forbedring af taxi-kundernes oplevelse af service – i hvert fald hvis man spørger Jonathan Løw og Stine Monrad Wæsel, der begge arbejder med innovation og forretningsudvikling til hverdag. De mener, at nøglen til at styrke taxiernes forretning er at levere service og gode kundeoplevelser, og at det arbejde starter med at spørge kunderne.

"Spørg dine kunder! Spørg dem om, hvad de er glade for eller det modsatte. Jeg har ALDRIG hørt en taxichauffør spørge mig om det. Jeg tror, at der alene på servicedelen er et kæmpe udviklings-potentiale. Det kan godt være, at jeres kunder svarer i en spørgeundersøgelse, at de er fint nok tilfredse med jeres service, men vi danskere er både konfliktangste og høflige. Det er heller ikke nok bare at være en okay service", fortæller Jonathan Løw fra Listen Louder og uddyber:

"Jeg tager næsten taxi dagligt, og jeg oplever næsten dagligt, at chaufføren sidder og laver andre ting, imens de printer min kvittering eller trykker på deres maskine, når de kører mig et sted hen. Så stop dog med det! Vær nærværende. Jeg har købt din service fra A til B. Du skal ikke sidde og planlægge din næste tur eller svare på en sms, imens du får min betaling. Du skal lade bagenden og åbne døren for mig, gi' mig min taske, ønske mig en god dag, spørge om der er andet, du kan gøre for mig o.s.v. Det hedder service. Det savner jeg i den grad som hyppig taxikunde".



"Den enkelte vognmand skal stille sig selv spørgsmålet: Hvad skal der til, for at Fru Jensen og Virksomhed A også gerne vil betale lidt ekstra for at køre med mig og ikke med Uber i fremtiden?", spørger Stine Wæsel, Grace Public Affairs. Foto: Privat.



"... Det hedder service. Det savner jeg i den grad som hyppig taxikunde", fortæller Jonathan Løw, Listen Louder. Foto: Privat.

Spørg kunderne

Stine Monrad Wæsel fra Grace Public Affairs vurderer, at service bliver afgørende for taxiernes succes i fremtiden. Hun mener, at det store innovationsarbejde skal foregå på et højere niveau end hos den enkelte vognmand, og at den enkelte vognmand skal fokusere på at tilpasse og optimere sin egen måde at drive forretningen på.

"Den enkelte vognmand skal stille sig selv spørgsmålet: Hvad skal der til, for at

Fru Jensen og Virksomhed A også gerne vil betale lidt ekstra for at køre med mig og ikke med Uber i fremtiden?", fortæller hun.

Hun mener, at det ikke nødvendigvis er det samme for private og erhvervs-kunder. Som erhvervskunde er noget af det vigtigste måske sikkerheden for, at det altid er muligt at få en vogn indenfor kort tid, nemhed i forhold til kvitteringer, wifi i bilen med samme kode i alle vogne og god benplads – eller noget helt

nsport

andet. For privatkunder er det måske, at man altid får hjælp til kufferter og bagage, at der er en gratis flaske vand i bilen, at man kan have cykler med gratis - S-togene oplevede fx en stor stigning i antallet af passagerer, da man gjorde det gratis at have cykler med, at der aldrig bliver røget i vognen, at der er masser af taxaer på den app, kunderne gør brug af – eller noget helt andet.

”På de ting, hvor den enkelte vognmand selv kan gøre en forskel ved at optimere sin egen service, tror jeg, det er vigtigt at spørge kunderne – der får man tit nogle virkelig gode og overraskende pointer frem”, fortæller Stine Monrad Wæsel.

Tekst: Poul Breil-Hansen

Sådan spørger du kunderne

Det behøver ikke at være dyrt, svært og fornemt at spørge kunderne til råds. Gør fx sådan her:

Spørg kunderne:

1. Invitér et par erhvervskunder, et par privatkunder og et par 20-årige ind til et par timer en eftermiddag – giv dem noget mad og et gavekort til taxa for at hjælpe.
2. Forbered en masse spørgsmål til dem og lad snakken udvikle sig. I vil blive overraskede.
3. Sørg for at der er én, der noterer ned, hvad de siger, så I også kan huske det tre måneder efter.
4. Aftal et forløb for, hvordan I vil arbejde med deres input.
5. Og så er det jo bare med at prøve det af.

Gør det – og gør det på en synlig måde:

1. Finder I frem til nogle ting, I vil gøre endnu bedre eller tilføje, så kan I jo også vælge at markedsføre det overfor kunderne, så de bliver opmærksomme på det.
2. Det behøver ikke betyde store annoncer, men måske mere at I forsøger, at alle chauffører i en periode siger ”hej og velkommen til min taxa” til alle kunder og giver dem en lille folder, der fortæller, at når man kører med xx-taxi, så får man altid en flaske vand, der er altid sædevarme og wifi i bilen, det er gratis at have sin cykel eller hund med, og man kan altid købe en paraply for 25 kroner af chaufføren” eller noget helt andet.
3. Men gør opmærksom på det, I gør og spørg kunderne, hvad de synes om det og tilpas konceptet, hvis det ikke virker.

Kilde: Stine Monrad Wæsel, Grace Public Affairs.



GROUP

NY MINIBUS

- EFTER DINE ØNSKER & BEHOV!

- Busser til alle formål
- Mange års erfaring med opbygning
- Alt fra taxa & flexkørsel til VIP & sygetransport.
- Udvikling & design af gulv, komponenter m.m.

Ring til os, så vi sammen kan finde, den rette løsning til dig.



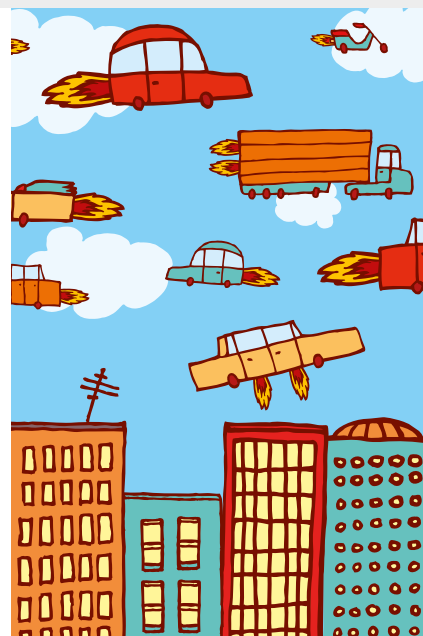
www.vbi-group.eu

• **Tlf.: 74 56 13 26**

Taxiernes fremtid tilhører de nysgerrige

– er du nysgerrig?

Dyrk din nysgerrighed, spørg dine kunder og brug dine kræfter på at fokusere på muligheder. Lad være med at gå i krig med truslerne. Sådan lyder tre af anbefalingerne fra to eksperter.



Business as usual er død for den danske taxibranche. Den nye taxilov, som trådte i kraft den 1. januar 2018, vil i løbet af de næste år skabe en helt ny konkurrencesituation. Hvad betyder det for danske taxivognmænd og taxiselskaber? Det har vi spurgt en række eksperter i forretningsudvikling, innovation og forandringer om.

"Jeg påstår, at fremtiden tilhører de nysgerrige, og det gælder i høj grad også for danske taxivognmænd. Når du er nysgerrig, så TØR du stille spørgsmål til alting. Du lægger dit ego på hylden og erkender, at du ikke ved alt. Du begynder at blive klogere. Snakker med dine kunder. Googler hvad man gør anderledes i udlandet. Prøver at tage en taxi selv et sted, hvor de ikke kender dig, og fornemmer oplevelsen. Får nogle venner til at køre med dine chauffører og beder



"Bliver du vred eller nysgerrig, når talen falder på Uber?", spørger Susanne Møllegaard. Foto: Privat.

dem give feedback til dig om, hvad der var godt og skidt. Og så handler du på det bagefter. Det starter med lydhørhed og slutter med konkrete handlinger og forandringer", siger Jonathan Løw, der er ekspert i innovation, lydhør ledelse, disruption og iværksætteri.

Lad dig ikke skræmme

Susanne Møllegaard fra Process Factory lever af at udvikle og rådgive om digitalisering og forandringer. Hun mener, at mange brancher og også taxibranchen er tilbøjelig til at gå i krig med truslerne frem for at bruge kræfterne på at forstå og indrette sig efter mulighederne. "Det er muligt, at du vinder krigen her og nu, som for eksempel taxibranchen mod Uber, men på den lange bane er det ligegyldigt, for markedet ændrer sig væk fra det, krigen handlede om. For taxiernes vedkommende er det for eksempel væk fra chauffører og henimod førerløse biler", fortæller hun.

Susanne Møllegaards anbefalinger til taxivognmænd lyder:

- Lad dig ikke skræmme af begreber som "forretningsudvikling". Tænk praktisk.
- Brug tid på at studere dit marked og lyt til dine kunder.



"Når du er nysgerrig, så TØR du stille spørgsmål til alting. Du lægger dit ego på hylden...", fortæller Jonathan Løw. Foto: Privat.

- Fokuser på de ændringer, du ser. Læg fx mærke til nye initiativer som førerløse biler, Go More, DriveNow, Dribe.dk, Metro, flere cykler etc., nye trends som fx deletjenester, abonnementer, økologi etc., nye aktører og ny lovgivning.
- Forhold dig til hvordan det kan påvirke din forretning.

"Tag udgangspunkt i, at din forretning, som du kender den i dag, vil dø. Ikke lige pludseligt, men gradvist. Så du har tid til at tilpasse din forretning", fortæller hun.

Vær ydmyg og lyt til kunderne

"Al god forretningsudvikling starter og slutter med kunden. Netflix vandt ikke kampen med Blockbuster på teknologi, de vandt på kundeservice. Jeg er meget kritisk over for Ubers uetiske fremfærd, men taxibranchen kan lære af Ubers meget høje kundeserviceniveau. Spørg dig selv som taxivognmand: Hvilke ting laver vi i dag, som mest er af hensyn til os selv frem for kunderne? Hvornår fokuserer vi på os selv, og hvornår fokuserer vi på kunderne?", fortæller Jonathan Løw.

Tekst: Poul Breil-Hansen

Test-dig-selv spørgsmål

- Bliver du vred eller nysgerrig, når talen falder på Uber?
- Tænk du over, hvordan Uber kan inspirere din forretning?
- Kunne du finde på at invitere dig selv på kaffe hos én, som du tror, du kan lære noget nyt af? Gerne én der beskæftiger sig med noget helt andet end, du gør.
- Hvornår har du sidst anskaffet dig en gadget eller app blot for at finde ud af, hvordan den virker?
- Kunne du finde på at invitere en kunde til en dybere snak for at blive klogere? Fx en Go More-kunde.
- Har du brainstormet for nylig – gerne sammen med en helt anden type person end dig selv?

Kilde: Susanne Møllegaard, Process Factory.

Den nye taxilov varsler nye tider for taxibranchen. Forretningsudvikling og innovation af de store linjer i taxiselskaberne skal løftes op på et højere niveau end den enkelte vognmand. Fordi det kræver både økonomiske og kompetencemæssige muskler.



Fremtiden vil byde på helt nye konkurrenter for taxierne, som for eksempel delebils-konceptet BMW DriveNow. Foto: DriveNow.

Taxibranchen skal finde sammen i fællesskaber

Det, der bliver vigtigt på fremtidens taximarked, er service, kendskab og pris, og den store innovation skal ske på et højere niveau end den enkelte vognmand. Sådan lyder vurderingen fra Stine Monrad Wæsel fra Grace Public Affairs. "Der skal ske en konsolidering enten i selskaber, samarbejder eller andet. Tænk på den gang der var små, uafhængige købmænd, som så overgik til at være nogle få, større kæder – Meny, Brugsen, Spar, Dansk Supermarked med flere. Noget af det samme vil ske for taxi, og man er nødt til at stå flere sammen og have kendte brands for at blive inde i kampen. Man skal fra om tre år slås med internationale brands som Uber, der har højt kendskab, et klart og forståeligt koncept og masser af penge til markedsføring - og de år skal man bruge klogt", fortæller Stine Monrad Wæsel og supplerer:

Kæder kombinerer det bedste

"Selvom Meny-butikken er en del af en kæde, har den enkelte butik også mulighed for at forbedre sig, have et lokalt særkende og optimere sin egen forretning. Jeg tror, der kommer til at ske noget lignende for taxibranchen".

Konsulenterne Morten Hvid og Henrik Wiingreen fra Deloitte Consulting er enige i, at taxivognmænd og -selskaber skal søge sammen med andre, hvis de for alvor skal byde ind på fremtidens taximarked. "Det centrale spørgsmål, når man forretningsudvikler er: Hvilken type kørsel og eller tjeneste skal vi tilbyde til hvem? Hvad er vores spidskompetence? Er det fx limousinekørsel,

kørsel med borgere med særlige behov, stop-ture, lufthavnskørsel eller noget femte?", fortæller de to Deloitte-konsulenter.

De anbefaler følgende fremgangsmåde:

1. Bliv bevidst om produktet.
2. Hvad kræver det at levere dette produkt? Limousinekørsel vil fx kræve meget markedsføring, hvor kørsel for kommuner vil kræve, at man er god til vinde udbud.
3. Hvem skal vi gå i alliance med og hvordan?

Lær af Arla og 7-Eleven

Morten Hvid og Henrik Wiingreen mener, at taxibranchen har en brændende platform, og at der tegner sig en masse spændende muligheder. De peger på, at taxibranchen generelt er meget reaktiv, og at der er behov for at blive mere proaktiv. "Danske taxiselskaber har meget få professionelle bestyrelsesmedlemmer, der er dygtige til at tænke strategi, forandringer og forretningsudvikling. Det vil være klogt at ændre på dette i den næste tre-årige periode, hvor den nye taxilov gradvis vil frigive markedet", fortæller de og tilføjer:

"Den danske andelsmodel, som for eksempel Arla Foods har succes med i dag, og franchise-modellen, som 7-Eleven excellerer i, kunne være gode rollemødder for fremtidens taxi-organisering. Arla Foods er ejet af landmænd, der er andelshavere, men den daglige drift og innovation bliver varetaget af en professionel driftsorganisation. Franchise-modellen kombinerer en central produkt- og sortimentsudvikling samt markeds-



Morten Hvid,
Deloitte Consulting.
Foto: Deloitte.



Henrik Wiingreen,
Deloitte Consulting.
Foto: Deloitte.

føring med det lokale butikshåndværk i den enkelte butik. Vi kunne godt forestille os, at den danske taxibranche kunne have gavn af at organisere sig på lignende måde, hvor man både professionaliserer og fastholder vognmændenes "lokale" styrker".

Skab fællesskaber

En meget stor del af taxibranchens omsætning stammer i dag fra kommunal kørsel, og de to Deloitte-konsulenter forudser, at der kan være store muligheder i kommunalt støttede taxa-modeller og Flextur-lignende udbud.

"Vores hovedanbefaling er, at de enkelte vognmænd og mindre taxiselskaber skal søge sammen i fællesskaber, hvor de kan samle investeringer og faglige kompetencer. Det bliver nødvendigt for at kunne konkurrere på fremtidens transportmarked, hvor konkurrenter som for eksempel Tesla, Google, Toyota, BMW DriveNow, Go More o.s.v. vil blande sig kraftigt", fortæller Morten Hvid og Henrik Wiingreen.

Tekst: Poul Breil-Hansen

Sådan fylder du ny **diesel** på den **mentale** tank

Omverdenen forandrer sig. Hvordan kan du følge med? Her er 10 idéer og anbefalinger til, hvordan du helt praktisk arbejder med at udvikle og tilpasse din forretning til de store forandringer, der sker i omverdenen i disse år.

1. Væk og plej din indre barnlige nysgerrighed.

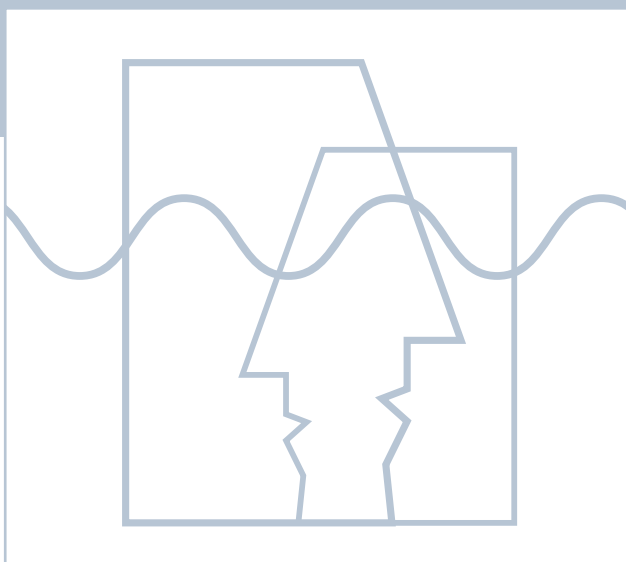
"Hvis du elsker biler, så kender du følelsen af, at du kan føle dig som et lille barn igen, når du træder på speederen og virkelig giver den gas. Den følelse er den barnlige nysgerrighed, der vækkes i dig. Den går som regel tabt med årene, og vi bliver for sikre på, at vi gør tingene så godt, vi kan. Det gør vi ikke. Det gør ingen. Så mind dig selv om denne barnlige nysgerrighed og overfør den til dit professionelle virke. Hvilke spørgsmål ville et barn stille, hvis du fortalte ham eller hende om det, du laver? Hvad ville han eller hun undre sig over?", fortæller Jonathan Løw fra Listen Louder.

2. Hvad kan vi lære af, at en amerikansk virksomhed som Uber på kort tid erobrede mange hundredtusinder kunder her i Danmark?

"I stedet for bare at være sure på Uber, så se på hvad vi kan lære af dem, hvad de gjorde anderledes, og hvilken servicekultur de havde. Hvordan havde de arbejdet med deres teknologi for at gøre den venlig for kunderne og ikke kun for deres chauffører?", fortæller Jonathan Løw.

3. Små tiltag kan gøre en verden til forskel.

Uber gjorde en hel masse småbitte ting såsom at tilbyde en flaske vand eller et stykke tyggegummi. "Det koster ingenting, men kunden får mere end forventer, og det kan gøre en ver-



den til forskel for kundens oplevelse", fortæller Jonathan Løw.

4. Vær ydmyg.

Drop "det plejer vi at gøre" og "sådan er virkeligheden". Den vigtigste megatrend lige nu er ifølge Jonathan Løw god kundeservice: "Din bil og dit arbejde er ikke af hensyn til dig selv. Det er af hensyn til dine kunder. Leverer du og I ikke det ekstra og er konstant nysgerrige i forhold til, hvordan I kan levere "det

ekstra", så taber I i længden".

5. Kom ud af startblokken.

Du skal ikke være parat til forandringer, du skal selv skabe forandringer. "Uber var blot et bølgeskvalp, der kommer mange andre udfordrere, og den eneste måde at vinde på er ved at levere en uovertruffen kombination af brugervenlig enkel teknologi og så en kundeoplevelse udover det sædvanlige. Det kan godt være, I ikke føler, I bliver rige, men hos kunderne er en taxi stadig en luksus og en høj-pris-ting", fortæller Jonathan Løw.

6. Spørg kunderne.

Det behøver ifølge Stine Wæsel fra Grace Public Affairs ikke at være svært, stort eller dyrt. Inviter et par kunder til en snak et par timer, giv dem lidt mad og forbered en masse spørgsmål. "Selvom man tror, man kender sine kunder godt, får man næsten altid gode pointer frem ved at spørge dem", fortæller hun.

7. Synliggør jeres tiltag.

Finder I frem til nye tiltag, så markedsfør dem. "Det kan blot

være chauffører, der siger: "Hej og velkommen til min taxi" til alle kunder og giver dem en lille folder, der fortæller om den flaske vand alle får, eller at der altid er varme i sædet og wifi. Gør opmærksom på det – og tilpas det, hvis det ikke virker", fortæller Stine Wæsel.

8. Følg med i udviklingen.

Følg for eksempel fora på Facebook og YouTube. "Søg netværk hvor du kan blive inspireret af andre brancher", lyder rådet fra Susanne Møllegaard fra Process Factory. Forretningsudvikling handler i virkeligheden blot om at følge med omgivelserne og løbende tilpasse forretningen. Derfor er det vigtigt at være opmærksom, nysgerrig, lyttende.

9. Sæt tid af til at drøfte din forretning.

Sæt en halv eller hel dag af om ugen eller måneden til at drøfte din forretning med andre. "De andre må gerne være helt anderledes end dig selv. Måske skal du også involvere en person, der kan sætte struktur på processen. Involver kunder, også dem der i dag anvender alternativer til taxier. Acceptér at det indimellem er svært, og at du oplever, du hænger fast. Forandringer tager tid", fortæller Susanne Møllegaard.

10. Ingen ved alt.

Ingen af os kan ifølge Jonathan Løw vide alt. Så det handler om at være nysgerrig og suge viden til sig. Man kan ikke løse gamle problemer med gamle løsninger. Så der skal løbende fyldes ny diesel – eller el eller brint eller... - på den mentale tank.

Tekst: Poul Breil-Hansen



"Selvom man tror, man kender sine kunder godt, får man næsten altid gode pointer frem ved at spørge dem", fortæller Stine Wæsel. Foto: Privat.



Sæt en halv eller hel dag af om ugen eller måneden til at drøfte din forretning med andre. "De andre må gerne være helt anderledes end dig selv", fortæller Susanne Møllegaard. Foto: Privat.

NORDENS MEST ANVENDTE TAXI APP



FROGNE STÅR BAG...

...den mest anvendte taxi-bestillings app i Norden. Førrende centraler i Danmark, Sverige, Norge og Island tilbyder deres taxikunder integreret app bestilling, som en del af deres kundevenlige og sikre bestillingsmuligheder.

Nøglen til lønsom og omkostningseffektiv taxidrift er intelligent og integreret udnyttelse af moderne teknologi.

Gå i dialog med os, hvis du vil udvikle en strategi, som giver dig værktøjer ved hånden, der kan automatisere og effektivisere drift og kundeoplevelser.



Boka taxi, DanTaxi, 4x48 TaxiNord, Esbjerg Taxa, Herning Taxa, Ikast Taxa, Varde Taxa, Taxa Fyn, Hreyfill Taxi.

Tommys Taxi frygter for taxikundernes service på landet

Mere spritkørsel og dårligere service for borgerne på landet. Vognmand Tommy Nielsen fra Aulum mellem Herning og Holstebro er ikke optimist på vegne af fremtiden for landtaxier i Danmark. Eller rettere for kundernes mulighed for at få en taxi.

Stedet er Ljørring ved Aulum mellem Herning og Holstebro i det midt vestlige Jylland, og navnet er Tommy. Tommy Nielsen. Tommy er vognmand og driver Tommys Taxi, som ifølge ham selv er en "blandet landhandel" med tre biler og fire ansatte plus et par afløsere. Han har taget sig tid til at tale med undertegnede om, hvordan det er at drive en taxiforretning i et tyndbefolket landområde. Og hvordan han ser på de fremtidige muligheder for landtaxier i Danmark efter indførelse af den nye taxilov per 1. januar 2018.

Sensitive børn kræver tillid og tryghed

Han har tidligere på dagen været ude og oplære en ny chauffør i at køre med børn, der skal fragtes fra hjem til specialskole om morgenen og tilbage igen om eftermiddagen. "Det er ikke noget, man bare lige gør. Børnene er meget sensitive. De skal helst sidde på den vante plads, og de skal føle sig trygge og "hjemme" i bilen, når de bliver transporteret. Det kræver en stor indsats af chaufføren, og jeg gør meget ud af at klæde nye chauffører på til den særlige opgave. Det stiller krav om omsorg, god kommunikation og evner til at skabe tillid, så børnene føler sig godt tilpasse", fortæller han.

Tommy Nielsen kan selv godt lide at køre med børnene. "Det giver mening og tilfredsstillelse for mig at give børnene en god og tryk oplevelse, når de skal i skole eller hjem igen. Det er gode børn, som har det svært, og de fortjener, at deres omgivelser tager god vare på dem", fortæller han.

I det hele taget er det den tætte men-

neskelige kontakt og variationerne, der tiltaler Tommy Nielsen ved at køre taxi. "Der er ikke to dage, der er ens; og det kan jeg godt lide. Jeg er 68 år, men jeg kan godt lide at arbejde med det, jeg gør. Så jeg går ikke på pension lige med det samme", fortæller han.

Eget kørselskontor siden 1995

Tommy Nielsen er uddannet mejeritekniker og arbejdede i mange år på større anlæg i Asien og Mellemøsten, hvor han fungerede som driftsleder for op til 100 medarbejdere. Men i midt-90'erne blev en af hans sønner syg med cancer, og han rejste derfor sammen med sin kone og i alt fire sønner hjem til Danmark. "Vi havde en svær tid i nogle år, men min søn blev heldigvis rask igen. Jeg var klar til at genoptage arbejdslivet i udlandet, men min kone sagde stop".

Tommy Nielsen og familie valgte derfor at skifte kurs og blive hjemme. Det endte med, at han i 1995 søgte og fik en ledig bevilling til at drive taxivirksomhed i den gamle Aulum-Haderup Kommune, der i dag er en del af Herning Kommune.

Han har drevet forretningen med dispensation fra kravet om at være tilknyttet en central, og har i stedet påtaget sig pligten til at tage imod bestillinger døgnnet rundt alle årets dage. Det betyder i praksis, at enten han eller hans søn, der er ansat i forretningen som chauffør, altid har hovedtelefonen på sig, tager imod bestillinger og kører ud tirsdag nat kl. 2.30, hvis der er en borger, der skal køres en tur på måske 70 kroner. "Det er selvfølgelig anstrengende, men



"Jeg mener, at den nye taxilov er indrettet efter forholdene i de fem-seks største byer i Danmark. Loven er katastrofal for taxidækningen på landet", fortæller Tommy Nielsen. Foto: Redaktionen.

det er en del af spillet og en del af den service, vi som lokal landtaxi yder over for de lokale borgere. En anden gang kan det jo være en tur til 350 kroner. Alternativet ville være opkobling til Herning Taxis central og betale 25.000-30.000 kroner om måneden", fortæller han og tilføjer: "Vi har et godt samarbejde med Herning Taxi, men en opkobling til centralen i Herning kan aldrig betale sig hjem for os".

Uden offentlig kørsel, ingen forretning

Tommy Nielsen driver efter eget udsagn



Jeg vil anbefale alle landtaxivognmænd at fastholde dialogen med lokalpolitikere og de tekniske udvalg så meget som muligt... Påvirkning af det politiske system er den eneste vej til indflydelse", fortæller Tommy Nielsen. Foto: Redaktionen.

en "blandet landhandel", og det vil først og fremmest sige, at en stor del af kørslen er faste aftaler med Herning Kommune, Midttrafik og et lokalt dagcenter. "75 procent af vores kørsel er faste ture, som vi har vundet i udbud. Uden de aftaler havde vi intet forretningsgrundlag. De sidste 25 procent er kontantture, hvor borgere ringer til os typisk spredt udover tidsrummet kl. 5 til 21.30. Og så selvfølgelig fredag og lørdag aften/nat", fortæller han

Han fortæller, at deres største af-tale, nemlig den om skolekørsel for Herning Kommune, blev vundet i et

udbud, hvor pris vægtede 60 procent og service samt erfaring vægtede 40 procent. "Vi var ikke de billigste, men vi vandt alligevel. Fordi vi har et tæt og godt forhold til de lokale borgere. Og fordi vi prioriterer, at kunderne skal have en god oplevelse, når de kører med os", fortæller han.

Som eksempel på serviceindstilling nævner han, at de regelmæssigt henter ikke-akut medicin på apoteket til lokale borgere. Medicinen afleverer de så, når de på et tidspunkt alligevel kører forbi borgerens adresse, og det sker uden be-regning.

Om tre år kan landboer ikke få en taxi

Tommys Taxi har foreløbig valgt at drive forretningen efter den gamle taxilov. "Jeg mener, at den nye taxilov er indret-tet efter forholdene i de fem-seks største byer i Danmark. Loven er katastrofal for taxidækningen på landet. Jeg tror nok taxivognmændene skal klare sig. De vil

“

Vi var ikke de billigste, men vi vandt allige-vel. Fordi vi har et tæt og godt forhold til de lokale borgere.

Tommy Nielsen

overleve på offentlig kørsel og søge mod byerne fredag og lørdag nat samt ved særlige arrangementer. Men borgerne på landet vil opleve, at de ikke kan til-kalde en taxi, når de har et behov. Så det er beboerne i tyndt befolkede områder, der vil tabe på den nye lov. Blandt andet vil vi se mere spritkørsel, fordi beboere på landet ikke har noget alternativ til at tage bilen hjem efter fest eller værts-hus", fortæller han.

Han er selv 68 år, og han forventer, at han vil gå på pension inden den nye lov træder fuldt i kraft 1. januar 2021. Han forventer også, at hans søn, som er ak-tiv som chauffør i forretningen, vil søge fastansættelse i et trafikskelskab fremfor at køre forretningen videre.

"Jeg har været med til at arrangere flere vælgermøder med transportpo-litikere op til kommunalvalg, hvor vi har sat vilkår for landtaxier på dags-ordenen. Jeg vil anbefale alle landtaxi-vognmænd at fastholde dialogen med lokalpolitikere og de tekniske udvalg så meget som muligt, også selvom forvalt-ningen af den nye taxilov bliver centra-liseret i Trafikstyrelsen. Påvirkning af det politiske system er den eneste vej til indflydelse", fortæller han.

Tekst: Poul Breil-Hansen

Dantaxi 4x48 med ny visuel

Det fusionerede selskab Dantaxi 4x48 har indført et nyt logo, der bryder med traditionerne i branchen. Logoet er blevet til i et samarbejde med professionelt designbureau, som blandt andet har gjort sig den ulejlighed at spørge kunderne til råde.

De fleste har sikkert allerede lagt mærke til det, og mange i branchen har allerede kommenteret det nye logo på siden af Dantaxi 4x48's biler. Normalen i den danske taxi-branch har været et logo, der inkluderer det fulde navn på taxiselskabet og naturligvis et telefonnummer. DanTaxi 4x48's nye logo består blot af et "T" – efterfulgt af selskabets navn og telefonnummeret 4x48.

Ambitionen med det nye logo er at samle taxibranchen omkring et enkelt og karakterfuldt symbol, der naturligt



▲ Da vi på den sidste varme solskinsdag i efteråret var ude at fotografere en af de første nyindpakkede taxier, modtog vi lange blikke fra andre taxivognmænd og fra folk på gaden: Kan en taxi se sådan ud? Den er godt nok flot", fortæller kommunikationschef Rasmus Krochin Sørensen. Foto: Dantaxi 4x48.

◀ "Dantaxi og 4x48 Taxinord blev sammenlagt ved årsskiftet 2016/17, og med en ny taxilov på trapperne synes vi, at tiden nu var den helt rigtige til at skabe et nyt udtryk", fortæller adm. direktør Carsten Aastrup. Foto: Dantaxi 4x48.

går nye veje identitet



▲ "I kan gøre lige, hvad I vil med farver og navnet, bare I ikke skifter chaufførerne", slog hun meget bestemt fast", citerer Rasmus Krochin Sørensen en ældre dame i et vilakvarter i Holte for at sige. Foto: Dantaxi 4x48.

den tilbage i branchen, er vi nået meget langt", fortæller adm. direktør Carsten Aastrup.

Spurgt kunderne

Kommunikationschef Rasmus Krochin Sørensen fra Dantaxi 4x48 fortæller, at selskabet har udarbejdet den nye visuelle identitet i et tæt samarbejde med designbureauet Designit. Bureauet har blandt andet gjort sig den ulejlighed at interviewe en repræsentativ skare af kunder fra både det private erhvervsliv, den offentlige sektor og privatkunde-markedet om, hvordan deres oplevede taxiservice stammer overens med deres ønsker og forventninger samt hvordan de oplever, at taxierne præsenterer sig selv. Kundeinputtene er indgået i arbejdet med den nye visuelle identitet.

Processen startede allerede i sensommeren 2017, og selskabet er godt på vej med at indføre den nye visuelle identitet. Men med over 1.400 biler på landsplan, vil der stadig gå en tid, før alle kører med de nye farver og det nye logo.



▲ "Vores vision er, at T-symbolet bliver ansigtet på god taxiservice i hele landet. Kan T'et på den måde være en medvirkende årsag til at få stoltheden tilbage i branchen, er vi nået meget langt", fortæller adm. direktør Carsten Aastrup. Foto: Dantaxi 4x48.

▲ "Vi har lagt vægt på, at det nye logo og de nye farver skal være med til at skabe en identitet, som skiller sig ud og samtidig sætter rammen om en ny æra", fortæller kommunikationschef Rasmus Krochin Sørensen. Foto: Dantaxi 4x48.

indtager sin plads ved siden af andre store transportservices som fx Metroen (M) og S-toget (S).

"Dantaxi og 4x48 Taxinord blev sammenlagt ved årsskiftet 2016/17, og med en ny taxilov på trapperne synes vi, at tiden nu var den helt rigtige til at skabe et nyt udtryk. Man kan vel sige, at med T-symbolet tager vi ejerskab til taxien som begreb. Vores vision er, at T-symbolet bliver ansigtet på god taxiservice i hele landet. Kan T'et på den måde være en medvirkende årsag til at få stolthe-



Bestyrelsesformand Lars Christiansen (tv) og direktør Carsten Aastrup. Foto: Dantaxi 4x48.



Der var forskelle i firmakulturen i henholdsvis Dantaxi og 4x48 TaxiNord, men den var ikke så stor, som nogle har ville gøre den til.



Dantaxi 4x48

Ambitionen med det nye logo er at samle taxibranchen omkring et enkelt og karakterfuldt symbol, der naturligt indtager sin plads ved siden af andre store transportservices som fx Metroen (M) og S-toget (S).

Logo-skifte tager tid

"Vi har valgt ikke at skifte alt fra den ene dag til den anden, men har i stedet valgt en model, hvor vi i igennem en gradvis proces udskifter for eksempel profilindpakningen på taxierne. Vi var fra starten helt bevidste om, at et nyt logo ikke alene kan bringe to virksomhedskulturer sammen. Der var forskelle i firmakulturen i henholdsvis Dantaxi og 4x48 TaxiNord, men den var ikke så stor, som nogle har ville gøre den til. Selvfølgelig ligger der en stor opgave i at få skabt en ny fælleskultur. Processen har været god. Vi har været optaget af at finde det bedste navn, det rigtige logo og de rigtige farver frem for at have det hele klart fra starten. Vi skal leve med det nye udtryk længe, så det skal gøres rigtigt. Den slags tager tid", fortæller Carsten Aastrup.

Logoet markerer en ny æra

Den nye identitet er skabt ud fra 4x48 Taxinords og DanTaxis fælles værdier. Det skulle på en gang være:

- friskt med modige farver,
- ærligt,
- i øjenhøjde,
- funktionelt,

- professionelt og
- direkte.

"Vi har lagt vægt på, at det nye logo og de nye farver skal være med til at skabe en identitet, som skiller sig ud og samtidig sætter rammen om en ny æra. Taxichauffører og vognmænd er stolte over det selskab, de er tilknyttet. Det er forståeligt, at ikke alle fra den allerførste dag roser det nye udtryk til skyerne. For nogen kræver det tilvænning. Men de fleste har været positive. Da vi på den sidste varme solskinsdag i efteråret var ude at fotografere en af de første nyindpakkede taxier, modtog vi lange blikke fra andre taxivognmænd og fra folk på gaden: "Kan en taxi se sådan ud? Den er godt nok flot". Det udsagn hørte vi igen og igen. En ældre dame i et villakvarter i Holte lagde også mærke til det nye udtryk, da vi fotograferede på en af de brede veje, kvarteret blandt reklamefotografer er så kendt for: "I kan gøre lige, hvad I vil med farver og navnet, bare I ikke skifter chaufførerne", slog hun meget bestemt fast", fortæller Rasmus Krochin Sørensen.

Tekst: Poul Breil-Hansen

TDS Touch

Komplett løsning
for din central!



Nytt MID godkent Taxametersystem



INGEN
skjulte
bokse
i bilen.

www.tds.as



Minimalt med
kabler



foto: shutterstock

TAXI X-ord	JOB	FOR- NAVN	BYTE	MORALSK	NÆSTE	FILTER	BID	LITER	MÅLER	TEGNET	EKS- STAT
BY											
TONE			KLAPPET I SOLDAT					BISSE SPIL			
BY					TRØSTER OPFØRT				MEDIE- HUS KIA- MODEL		
TONE		ANSLÅ STRYGE									KORT
OVER- TØJ						TITEL TOV					
→				→	FYRE		→	GEN- STAND		↘	
SPANIEN		DRIK PLANTE							ÅRLIGT VÆRE TRIST		
INPUT					INSEKT STJERNE			SKRAM- MER BID			
1 2018	FAST- SÆTTE	SMALL	250	UDBRUD	PÆNE	TRÆ DRIK		DENNES HVIL	KURS KAOS		TON
OPEL- MODEL						SKUE- SPILLER TRÅDE					
FORTE		ENG. KLUB BREMSE- SYSTEM						BIORD FOR- NAVN	PÅ GRUND AF FOR- NAVN		KRO
RUM			GOLF- PLØK STED- NAVN			RINGE FORD- MODEL			JEG VÆSEN		
LIDELSE			BINDE- ORD AFDRAG		BON SKRÅ- NINGER		FART LINJE			SKIB FILTRE- RET	
UDLÆN- DING						TØJ KURBY					
KILO		KLUB FOR- BUND		PLANTE MILLI- GRAM			BIL ORDRE		TANKE DYR		
PRAKSIS					VÆRK			SLEVE			
SOLO			SOLDAT					TALORD			

BESTYRELSEN I DANSK TAXI RÅD

Formand
John Lindbom
Tlf: 4014 4729
lindbom@dantaxi.dk

Næstformand
Tadzudin Kasami
Tlf: 2216 6470
tka@taxifyn.dk

Inger Terkelsen
Tlf: 2962 1024
kalo.taxi@mail.tele.dk

Hendrik Larsen
Tlf: 2363 5588
hendrik@godmail.dk

Ole Palsberg
Tlf: 2072 6979
op@roskilde-taxa.dk

Richard Motzfeldt
Tlf: 2830 8588
formand@aarhus-taxa.dk

Torben Kirketerp
Tlf: 2222 1930
torben@esbjergtaxa.dk

FØDSELSDAGE I MARTS/APRIL

50 år: 05. marts, Thomas Kai Johansen, Dantaxi Vestsjælland. 03. april, Claus Nielsen, Esbjerg - Varde Taxa. 19. april, Ricki Dyreborg, DanTaxi 4x48

60 år: 05. marts, Leif Warny Jensen, Aarhus Taxa. 01. april, Hanifi Gültekin, Aarhus Taxa. 02. april, John Jensen, Dantaxi Thisted. 28. april, Bent Meedom Nielsen, Aarhus Taxa

65 år: 28. marts, John Jensen, DanTaxi 4x48. 03. april, Hans Kurt Pedersen, Dantaxi Hjørring. 08. april, John Brennan, DanTaxi 4x48. 10. april, Søren Madsen, Svendborg Taxa. 18. april, Benny Friis, Region Midtjylland. 30. april, Henrik Svane, Randers Taxa

70 år: 28. marts, Steen Panduro Knudsen, Randers Taxa

75 år: 12. marts, Allah Ditta Chaudhry, DanTaxi 4x48. 17. marts, Knud Jørgen Christensen, Greve-Solrød Taxi. 19. marts, Erling Lundgaard, Haderslev Taxa

80 år: 24. april, Jørgen Raunsgård Jensen, Tdl. Herning Taxa. 30. april, Henning Oppenheim, DanTaxi 4x48

85 år: 06. april, Axel Petersen, Tdl. Dantaxi Syd

CIRCLE K GØR DET NEMMERE

KONTAKT DIN CENTRAL OG FÅ ET CIRCLE K KORT



SPAR TID

*Altid en station i
nærheden*

*Flest stationer langs
de danske motorveje*

Hurtigt ren bil

SPAR PENGE

*Ingen dyre omveje
når der skal tankes*

*Kør længere på
literen med miles
benzin og diesel*

NYD PAUSEN

God kaffe

Frisklavet mad

Kolde drikke

Rene toiletter



Take it easy