

Projekt



Eine App. Eine Plattform. Ein System.

Business Konzept

für Entscheider und Gremien der Taxi-Branche.

Ziel: Schaffung eines bundesweit einheitlichen Taxi-Services mit zentraler Vermittlungsplattform und digitaler Infrastruktur für die gesamte Taxi-Branche in Deutschland.

Ein Taxi für Deutschland.

One Taxi.

Erarbeitet durch:

Dokumentenstand (inhaltlich):

Release (Veröffentlichung):

Version:

Copyright:

Sebastian Fiddicke, Seba IT

30. Oktober 2025

02. Februar 2026

v1.0

Sebastian Fiddicke, Seba IT

Inhalt

Business Konzept	1
1. Executive Summary.....	3
2. Ausgangslage und Problemstellung	3
3. Leitgedanke: One Taxi – „Ein Taxi für Deutschland“	4
4. Technische und organisatorische Struktur	4
4.1 Digitale Plattform	4
4.2 Scope & Strukturumfang.....	4
4.3 Strategische Übernahmepolitik.....	5
4.4 Beteiligung der Zentralen.....	7
5. Finanzierungsrahmen und Erlösmodell	8
5.1 Grundpfeiler: Nationale Werbeflächenvermietung & Hauptsponsor.....	8
5.2 Ergänzende Finanzierungsquellen	9
5.3 Einnahmemodell im laufenden Betrieb	10
6. Ownership & Governance	12
6.1 Zielbild der Struktur	12
6.2 Cap Table der One Taxi Operating GmbH (Gesellschafterstruktur)	13
6.3 Wirtschaftliche Beteiligung des Hauptsponsors (ohne Stimmrechte)	14
6.4 Governance: Mission Lock, Nicht-Veräußerbarkeit und Reserved Matters	14
6.5 Kontrollgremium der Trägerstiftung (schlank und wirkungsvoll)	15
7. Organisation & Rollen	15
7.1 Geschäftsleitung (Operating GmbH)	15
7.2 Kernfunktionen und Abteilungen (Operating GmbH)	15
7.3 Rollenabgrenzung zur One Taxi Trägerstiftung (Governance vs. Betrieb)	16
7.4 Führungsstab zum Start	16
8. Nachhaltigkeit und CO ₂ -Neutralität	18
9. Implementierungs- und Entwicklungsplan	18
10. Erfolgskriterien und Zielstufen.....	19
11. Fazit.....	19
Appendix	20
12. FAQ.....	20

1. Executive Summary

Die deutsche Taxi-Branche steht vor einem strukturellen Wendepunkt.

Während Plattformen wie Uber und Bolt durch zentrale Steuerung und globale Markenführung skalieren, ist das Taxi-Gewerbe in Deutschland fragmentiert: Tausende Zentralen, heterogene Systeme, unterschiedliche Abrechnungsprozesse, kein einheitliches Kundenerlebnis.

One Taxi ändert das.

One Taxi vereint die Branche technologisch, organisatorisch und kommunikativ unter einem Dach: eine App, ein Backend, ein Datenstandard.

Das Projekt schafft erstmals eine bundesweite Infrastruktur, in der Zentralen, Genossenschaften und Betriebe kooperieren statt parallel zu investieren. Die Finanzierung basiert auf nationaler Werbeflächenvermietung, ergänzt durch Fördermittel, Sponsoren und Beteiligungen.

Ziel ist eine stabile, unabhängige und nachhaltige Plattform, die als gemeinsame digitale Basis des Taxis in Deutschland fungiert und gleichzeitig regionale operative Modelle respektiert.

Aus heutiger Sicht ist dieses Konzept eine **der letzten realistischen Möglichkeiten**, die Wettbewerbsfähigkeit des Taxi-Gewerbes strukturell wiederherzustellen.

Es geht nicht um Optimierung im Kleinen, sondern um den notwendigen Sprung auf Augenhöhe mit Plattformanbietern: ein bundesweit konsistentes Nutzererlebnis, skalierbare digitale Infrastruktur und eine konsolidierte operative Basis.

Nur so lassen sich Marktanteile schrittweise zurückgewinnen, die Attraktivität für Fahrer und Unternehmer erhöhen und die Zukunftsfähigkeit des Gewerbes langfristig sichern.

2. Ausgangslage und Problemstellung

- Schätzungsweise rund **50.000 aktive Taxis** bundesweit (2025). Für die Startfinanzierung wird konservativ mit **rund 40.000** potenziell beteiligbaren Fahrzeugen als national skalierbare Werbefläche kalkuliert.
- Hohe Kosten und Komplexität durch fehlende Standardisierung.
- Plattformanbieter wie Uber, Bolt oder Free Now profitieren von zentralem Management, globaler Marke und Datenintegration.
- Fehlende Sichtbarkeit und Innovationskraft schwächen das Taxi trotz besserer Regulierungs- und Servicebasis.

One Taxi adressiert diese Fragmentierung durch klare Einheit – ohne Zwang, sondern durch Synergie. Wir setzen auf Integration, nicht Disruption – mit dem Ziel, Einheit zu schaffen, ohne Vielfalt zu verlieren.

3. Leitgedanke: One Taxi – „Ein Taxi für Deutschland“

Ziel ist der Aufbau eines **nationalen Systems**, das alle Marktteilnehmer integriert, Komplexität reduziert und Wettbewerbsfähigkeit wiederherstellt. Eine gemeinsame digitale Infrastruktur, die Marktteilnehmer verbindet, Kosten senkt und technologische Zukunftsfähigkeit sichert.

Grundprinzipien

- Einheitliche App, einheitlicher Datenfluss, einheitliche Marke.
- Regionale Identitäten bleiben sichtbar, aber eingebettet.
- Zentralen als Partner – nicht als Kunden.
- Volle Kostentransparenz, faire Beteiligung.
- Offene Schnittstellen und Migration ohne technische Barrieren.

4. Technische und organisatorische Struktur

4.1 Digitale Plattform

Zentrales, modulares Backend mit offenen APIs, Fahrgast-App, Dispatcher-Backend, DSGVO-konformes Hosting, integrierte Zahlungs- und Reporting-Funktionen.

4.2 Scope & Strukturumfang

Der technische und organisatorische Scope von **One Taxi** umfasst den Aufbau, Betrieb und Unterhalt sämtlicher technischer und prozessualer Infrastruktur, die zur zentralen Verwaltung und Verteilung aller Taxi-Fahrtaufträge in Deutschland erforderlich ist.

Im Mittelpunkt steht die Konsolidierung der heute stark fragmentierten Vermittlungs- und Softwaresysteme zu einer einheitlichen Plattform.

Ziel ist es, alle Taxizentralen, Genossenschaften und Betriebe vollständig einzubinden und ihnen die uneingeschränkte Teilhabe an einer gemeinsamen digitalen Infrastruktur zu ermöglichen.

Die technische Architektur wird so ausgelegt, dass bestehende Prozesse aus den Regionen integriert und standardisiert werden, ohne lokale Identität oder betriebliche Eigenständigkeit zu verlieren.

Leitgedanke:

Wer mitmacht, soll profitieren. Immer.

4.3 Strategische Übernahmepolitik

One Taxi verfolgt keine klassische Wachstums- oder Expansionslogik, sondern eine gezielte Konsolidierungsstrategie mit dem Ziel, die heute stark fragmentierte Vermittlungs- und Betriebslandschaft des Taxigewerbes in eine gemeinsame, zukunftsfähige Infrastruktur zu überführen.

Im Zentrum steht dabei nicht das „*Aufkaufen um des Aufkaufens willen*“, sondern die Bündelung von bestehendem Know-how, Technologie, Fachkräften und Marktzugängen, um den strukturellen Aufbau von One Taxi substantiell zu beschleunigen und Risiken zu reduzieren.

4.3.1 Akquisition einer etablierten Plattform – technologischer Grundstein

Den ersten Schritt bildet die Akquisition eines One-Taxi-Backends, also einer bereits etablierten, praxiserprobten Taxi-Softwareplattform, die wesentliche Kernfunktionen des späteren One-Taxi-Systems bereits abdeckt.

Diese Plattform stellt **keine Übergangslösung**, sondern einen **funktionalen Grundstock** dar, auf dem One Taxi systematisch aufbauen kann.

Zu den bereits vorhandenen Funktionsbereichen zählen unter anderem:

- gesetzeskonforme TSE-Integration,
- Flotten-, Umsatz- und Auftragsmanagement,
- Dispositions- und Tourenlogik,
- Buchhaltungs- und Abrechnungssysteme (z.B. Großkunden),
- Anbindungen an Krankenkassen und institutionelle Auftraggeber,
- sowie ein erfahrenes Entwicklungs- und Supportteam.

Damit sind bereits wesentliche Teile des geplanten Gesamtumfangs technisch und organisatorisch vorhanden.

Die Akquisition dient somit mehreren Zwecken gleichzeitig: Reduktion des initialen Entwicklungsaufwands, Sicherung von Know-how, sofortige Verfügbarkeit tragfähiger Softwaremodule sowie ein realistischer Startpunkt für Migration und Weiterentwicklung.

Parallel dazu wird die Notwendigkeit gesehen, eine moderne, flexible und leistungsfähige Vermittlungssoftware für die eigentliche Auftragsverteilung bereitzustellen. Diese kann entweder eigenständig neu entwickelt oder – sofern geeignet – durch Lizenzierung bzw. Integration einer bestehenden Lösung realisiert werden. Ziel ist eine hochskalierbare Vermittlungslogik, die bundesweit einsetzbar ist und unterschiedliche Tarif- und Betriebsmodelle abbilden kann.

4.3.2 Akquise und Integration weiterer Betreiber von Vermittlungsplattformen

Aufbauend auf dem technologischen Fundament verfolgt One Taxi eine offene Integrationsstrategie gegenüber weiteren Betreibern bestehender Vermittlungsplattformen.

Ziel ist es, diese Akteure nicht zu verdrängen, sondern ihnen einen strukturell überlegenen Rahmen anzubieten, der Kooperation attraktiver macht als Parallelbetrieb.

Eine Teilnahme am One-Taxi-System ist freiwillig – sie wird jedoch so gestaltet, dass sie wirtschaftlich, technisch und organisatorisch überzeugend ist.

Die strategischen Effekte dieser Integrationspolitik sind klar definiert:

- bestehende Kundenbeziehungen können übernommen und schrittweise migriert werden,
- parallele Insellösungen verlieren an Bedeutung,
- technologische Redundanzen werden abgebaut,
- Fachkräfte bleiben im System und werden Teil eines größeren Gesamtprojekts,
- und die Entwicklung einer einheitlichen Plattform wird realistisch beschleunigt.

Operativ folgt dieser Prozess einer Parallelbetriebslogik:

Übernommene oder angebundene Systeme bleiben zunächst aktiv, um Stabilität für Kunden und Partner zu gewährleisten. Währenddessen wird One Taxi weiterentwickelt und sukzessive zur Zielplattform ausgebaut. Migrationen erfolgen erst dann, wenn sie technisch sinnvoll, betrieblich stabil und für die Beteiligten nachvollziehbar sind.

Wichtig ist dabei die klare Haltung:

One Taxi plant keine feindlichen Übernahmen und keinen Zwang zur Teilnahme. Sollte sich ein Betreiber gegen eine Kooperation entscheiden, wird dieser Entschluss respektiert. Das Projekt folgt einem festen Fahrplan, von dessen struktureller Überlegenheit es überzeugt ist.

Der Leitsatz gilt auch hier: **Wer mitmacht, profitiert. Immer.**

Hinweis: One Taxi ist so zu strukturieren, dass ein Pilotbetrieb und ein initialer Markthochlauf auch ohne vollständige Konsolidierung möglich bleiben (z. B. durch Schnittstellen-/Migrationsprogramme), falls einzelne Akquisitionen kartell- oder vergaberechtlich verzögert oder ausgeschlossen sind.

4.4 Beteiligung der Zentralen und Vermittlungsdiensten

Die Teilnahme am One-Taxi-System ist für Zentralen **kostenfrei**.

Sie behalten die operative Hoheit über regionale Aufträge sowie deren Zuteilung an die eigene Flotte, und erhalten dabei eine Umsatzbeteiligung von 2,5 % an jeder Fahrt, die über ihre Vermittlung zustande kommt.

Auftragsvermittler ohne eigene Flotte erhalten ebenfalls eine Umsatzbeteiligung von 2,5 % an jeder Fahrt, die über ihre Vermittlung zustande kommt.

Diese 2,5 % entsprechen dem zentralen Partneranteil innerhalb der 5 %-Vermittlungsgebühr: Bei Aufträgen, die eine Zentrale ins One-Taxi-System einbringt, werden die 5 % zwischen One Taxi und der einbringenden Zentrale hälftig aufgeteilt (2,5 % / 2,5 %).

Die 5 % Vermittlungsgebühr die One Taxi vom Unternehmer verlangt, wird also 50/50 mit der Zentrale geteilt, die den Auftrag ins System gebracht hat, unabhängig davon, ob der Auftrag an die eigene Flotte ging, oder nicht.

Dafür hat die Zentrale nunmehr keine Kosten mehr für den Betrieb eines eigenen Vermittlungssystems.

Vorteile für die Zentralen:

- Wegfall eigener IT-Kosten und Wartungsverträge
- Zugriff auf modernisierte Tools (Fahrten-, Kunden-, Abrechnungsmanagement)
 - Inklusive permanenter Updates
- Einbindung in nationale Marketing- und Sponsorenprogramme
- Transparente Abrechnung über das zentrale Backend
- Möglichkeit zusätzlicher (regionaler) Werbe-Einnahmen (siehe 5.3.2)

Die 5% Gebühr für alle direkt über die App generierten Fahrten (also ohne Beteiligung der Zentralen) sind also davon unbetroffen und bilden die Haupteinnahmequelle von One Taxi (vgl. Kapitel 5).

So entsteht ein klares, faires Beteiligungsmodell: Partner werden entlastet und gleichzeitig am Erfolg beteiligt.

Hinweis:

Alle hier genannten Prozent- und Umsatzwerte stellen derzeit konservative Schätzungen dar.

Eine detaillierte wirtschaftliche Kalkulation erfolgt im Rahmen der Finanzplanung und wird auf Basis realer Fahrdaten, Tarifmodelle und regionaler Marktanteile präzisiert.

5. Finanzierungsrahmen und Erlösmodell

5.1 Grundpfeiler: Nationale Werbeflächenvermietung & Hauptsponsor

Die Realisierung von One Taxi ist ein **Transformationsprojekt historischen Ausmaßes**.

Das deutsche Taxigewerbe ist heute stark fragmentiert, technisch uneinheitlich und über Jahrzehnte hinweg in regionalen Silos gewachsen. Ein großer Teil der Marktteilnehmer hat den notwendigen technologischen Wandel bislang verschlafen – aus Skepsis, Gewohnheit oder Mangel an Ressourcen.

Während Anbieter wie Uber und Bolt zentralisiert, digital und markenstark agierten, verlor die Taxiindustrie schrittweise Marktanteile und öffentliche Wahrnehmung.

Heute ist klar: **Kleine Schritte reichen nicht mehr.**

Es braucht einen strukturellen Neuanfang – einen Big Bang, der alle Kräfte bündelt und das Gewerbe auf ein neues, modernes Fundament stellt.

Um diesen tiefgreifenden Wandel zu ermöglichen, wird eine Anschubfinanzierung im hohen Millionenbereich benötigt. Diese Mittel werden vollständig in den Aufbau der technischen Infrastruktur, den Personalaufbau, die Softwareentwicklung und die bundesweite Markteinführung von One Taxi investiert.

5.1.1 Finanzierungsmechanismus über nationale Werbeflächenvermietung

Das entscheidende Finanzierungsmodell beruht auf einem einmaligen, skalierbaren Asset:

den **Seitenflächen von rund 40 000 Taxis** in Deutschland.

Diese bieten eine nie dagewesene Chance, einen einzigen nationalen Hauptsponsor für sich zu gewinnen – mit exklusiver Markenpräsenz auf allen Fahrzeugen über einen Zeitraum von zehn Jahren.

Dieses Sponsoring bildet die finanzielle Basis für Aufbau, Betrieb und Weiterentwicklung von One Taxi.

Eckdaten des Sponsoringmodells

- 500 € pro Fahrzeug und Jahr → 200 Mio € über 10 Jahre
- Der Hauptsponsor erhält exklusive Werbeflächen, Co-Branding in App und Kommunikation sowie eine vertraglich geregelte wirtschaftliche Beteiligung ohne Stimm- oder Kontrollrechte (z. B. Genussrecht oder stille Beteiligung). Diese Beteiligung ist kein Gesellschaftsanteil und begründet keine Mitbestimmung in Governance oder operativen Entscheidungen.
- Der Marktwert der Werbeflächen wird konservativ im hohen dreistelligen Millionenbereich über 10 Jahre geschätzt (abhängig von Reichweite, Laufzeit, Exklusivität und regionalen Marktpreisen) – der Sponsor profitiert also von einem deutlichen finanziellen Vorteil und gleichzeitig von langfristiger Gewinnbeteiligung.

Diese Investition dient als Anschubfinanzierung für Aufbau und Betrieb der Infrastruktur (App, Backend, Server, Support, Personal, Kommunikation, IT-Sicherheit, Marketing und rechtliche Rahmen).

Nachhaltigkeit des Modells

Der Vertrag ist bewusst auf 10 Jahre begrenzt. Nach Ablauf dieser Periode wird die Vereinbarung neu verhandelt – entweder zur Finanzierung technologischer Modernisierungen oder zur Erhöhung des Sponsoringvolumens.

Dieses Modell stellt sicher, dass One Taxi dauerhaft innovations- und investitionsfähig bleibt.

Alle zehn Jahre fließt frisches Kapital in die Weiterentwicklung des Systems – ein Mechanismus, der Nachhaltigkeit, Modernität und Wettbewerbsfähigkeit garantiert.

Die wiederkehrende Refinanzierung durch nationale Sponsoren bildet damit nicht nur die Basis für den Start, sondern auch die langfristige wirtschaftliche Stabilität von One Taxi.

Zusammengefasst

One Taxi ist kein schrittweises IT-Projekt – sondern ein Systemwechsel für eine ganze Branche.

Der Finanzierungsansatz über eine exklusive, nationale Werbefläche erlaubt diesen großen Sprung – transparent, marktwirtschaftlich und nachhaltig.

5.2 Ergänzende Finanzierungsquellen

5.2.1 Staatliche Förderung

Öffentliche Programme auf Bundes- und EU-Ebene können digitale Mobilitäts- und Infrastrukturprojekte fördern. Die möglichen Fördervolumina liegen je nach Programm, Konsortialstruktur und Förderlogik typischerweise im zweistelligen Millionenbereich. Förderfähigkeit und Höhe sind im Rahmen einer separaten Fördermittelprüfung (Programm-Mapping, Ausschreibungen, Konsortialpartner, Zeitfenster) verbindlich zu klären.

Neben dem Kapital bringt die Förderung auch politische Rückendeckung und öffentliche Akzeptanz.

5.2.2 Strategische Sponsoren

Zusätzliche Partner aus den Bereichen Telekommunikation, Energie, Automotive oder Finanzdienstleistung (z. B. Telekom, DB, Sixt, Red Bull, Shell Recharge) können über Co-Branding, API-Zugriffe oder thematische Kampagnen einbezogen werden.

So erhöht sich die finanzielle Breite und gleichzeitig die gesellschaftliche Reichweite der Marke **One Taxi**.

5.2.3 Private Investments / Beteiligungen

Innerhalb der Governance-Grenzen sind Minderheitsbeteiligungen möglich. Sie bringen Liquidität, ohne die Kontrolle über die Plattform zu gefährden.

Diese Investoren profitieren von regelmäßigen Cashflows aus Werbe- und Vermittlungserlösen.

5.2.4. Werbeplatzierungen im Taxi

Neben den Außenflächen werden zukünftig auch Innenraum- und digitale Formate vermarktet (Display-Screens, QR-Kampagnen, In-App-Anzeigen). Die Taxiunternehmer werden prozentual beteiligt – damit können sie ihre Plattformgebühr teilweise oder vollständig kompensieren.

Durch die Beteiligungslogik wird ein direkter Anreiz geschaffen, One Taxi aktiv zu nutzen und zugleich die wirtschaftliche Belastung für Unternehmer zu reduzieren. Die genaue Ausgestaltung (Verteilquote, Abrechnungslogik, Auszahlungsintervalle) wird im Rahmen der operativen Detailkonzeption definiert.

Auch Zentralen und Genossenschaften können durch die Einbringung regionaler Werbekunden zusätzliche Erlöse erzielen (vgl. 5.3.2).

5.2.5 Erweiterte Geschäftsmodelle

One Taxi baut mittel- bis langfristig weitere Umsatzsäulen auf:

- Premium-Analytics und Flotten-Tools (SaaS-Lizenzmodell)
- White-Label-Versionen für Städte, Verbände oder Flughäfen
- DSGVO-konforme Mobilitäts-Analytics als Lizenzmodell (aggregiert/anonymisiert, keine personenbezogenen Profile), z. B. für Forschung, Kommunen und Verbände

Diese Modelle stärken die wirtschaftliche Basis und machen One Taxi zu einer dauerhaft tragfähigen Digital-Infrastruktur.

5.3 Einnahmemodell im laufenden Betrieb

Nach dem Hochlauf finanziert sich One Taxi über (momentan geplant) vier zentrale Umsatzströme:

1. Vermittlungsgebühren,
2. nationale Werbepartnerschaften,
3. lizenzierte, aggregierte Mobilitäts-Analytics (DSGVO-konform),
4. IT- und Serviceleistungen (B2B).

Dieses mehrstufige Modell gewährleistet wirtschaftliche Stabilität und Unabhängigkeit – auch bei Marktschwankungen oder temporären Umsatzrückgängen in einzelnen Bereichen.

5.3.1 Einnahmen aus Vermittlungsgebühren (laufender Betrieb)

One Taxi erhebt auf jede vermittelte Fahrt eine Servicegebühr.

- Direkt vermittelte Fahrten (App): 5 % vom Fahrpreis
- Partnervermittelte Fahrten (Zentralen): 2,5 % vom Fahrpreis (weitere 2,5 % erhält die Zentrale)

One Taxi erzielt im laufenden Betrieb Einnahmen primär über Vermittlungsgebühren auf Basis des über die Plattform abgewickelten Fahrpreisvolumens. Die nachfolgenden Zahlen sind als konservative Modellannahmen zu verstehen und dienen der Größenordnung; eine belastbare Finanzplanung erfordert eine separate Detailkalkulation (Marktabdeckung, Mix direkt/partnervermittelt, regionale Tarifstruktur, Zahlungsquote, Stornoquote, Partneranteile).

Unter konservativen Annahmen ergibt sich in einer frühen Ausbaustufe ein Umsatzpotenzial aus Vermittlungsgebühren von **rund 48 Mio EUR pro Jahr**. Mit steigender Marktabdeckung, wachsender Nutzeradoption sowie einem höheren Anteil direkt über die App vermittelter Aufträge ist in der Vollausbaustufe realistisch eine Bandbreite von **ca. 70 bis 80 Mio EUR pro Jahr** plausibel.

Hinweis: Die dargestellten Werte sind Modellwerte (Bandbreiten) und keine Zusage. Sie hängen wesentlich von der tatsächlichen Partnerbeteiligung, der Migration bestehender Auftragsströme und der operativen Performance des Systems ab.

5.3.2 Einnahmen aus Werbepartnerschaften

Neben dem Hauptsponsor (vgl. Kapitel 5.1) wird One Taxi laufend digitale und physische Werbeflächen monetarisieren:

- In-App-Werbung (regionale & nationale Kampagnen)
- Branding-Kooperationen mit Mobilitäts- oder Versicherungspartnern
- Dynamische Fahrgastwerbung über Borddisplays

Diese Erlöse werden auf etwa 10 Mio € jährlich geschätzt – steigend mit App-Reichweite und Marktdurchdringung.

Auch hier gilt das Prinzip „Wer beisteuert, verdient mit.“. Wenn also z.B. Vermittlungszentralen ihre eigenen Werbekunden in den One Taxi Kundenstamm einbringen, werden alle Einnahmen 50/50 geteilt.

5.3.3 Datenbasierte Services (Mobilitäts-Analytics) – DSGVO-konform

One Taxi kann ergänzend datenbasierte Services anbieten, insbesondere aggregierte und anonymisierte Mobilitäts-Analytics für öffentliche Stellen, Verbände und Partner (z. B. Nachfragecluster, Auslastungstrends, regionale Versorgungslücken, Wirkungsanalysen von Maßnahmen). Grundlage ist ein verbindliches Data-Governance-Modell: Privacy-by-Design, Datenminimierung, klare Zweckbindung sowie technische und organisatorische Maßnahmen zur Vermeidung von Personenbezug.

Es werden keine personenbezogenen Bewegungsprofile oder fahrgastbezogenen Profile bereitgestellt.

Die Bereitstellung erfolgt ausschließlich als B2B-Lizenzservice auf Basis aggregierter Kennzahlen; ein Verkauf personenbezogener Daten ist ausgeschlossen.

Konservativ kalkuliert ergibt dies 5 Mio € jährlich an Lizenzerlösen.

Hinweis: Die konkrete Ausgestaltung (Datenkategorien, Anonymisierungsverfahren, Rechtsgrundlagen, DPIA) ist Teil der späteren Detailkonzeption und muss vor Produktivsetzung rechtlich und technisch validiert werden.

5.3.4 Einnahmen aus IT-Services und White-Label-Lösungen

Die modulare Architektur von One Taxi ermöglicht zusätzliche Einnahmen durch Serviceverträge und individuelle Implementierungen – z. B. für Flughäfen, Großunternehmen, Messen oder lokale Mobilitätsverbünde.

Dazu gehören:

- White-Label-Versionen der App,
- API-Zugänge für Drittsysteme,
- Premium-Support und Flottenmanagement-Tools.

Diese B2B-Dienstleistungen können realistisch 8–10 Mio € jährlich zum Gesamtumsatz beitragen.

5.3.5 Gesamteinnahmen (Bandbreite, konservativ)

- Fahrtenvermittlung: ca. **48 Mio EUR p.a.**
(frühe Ausbaustufe, vgl. 5.3.1)
- Werbepartnerschaften: ca. **10 Mio EUR p.a.**
(Bandbreite abhängig von Reichweite)
- Datenbasierte Services: ca. **5 Mio EUR p.a.**
(vorbehaltlich Data-Governance und rechtlicher Validierung)
- IT- & Serviceleistungen: ca. **8 bis 10 Mio EUR p.a.**
(je nach White-Label-/Service-Volumen)

Gesamt (konservativ, indikativ): ca. 71 bis 73 Mio EUR p.a.

Hinweis: Alle Umsatzangaben basieren auf konservativen Schätzungen und werden im Rahmen der detaillierten Finanzplanung noch präzisiert. Schwankungen durch Marktdynamik, Ausbaugeschwindigkeit und Nutzerverhalten sind zu erwarten; die dargestellten Werte dienen daher der ersten Orientierung für Investoren und Verbände.

6. Ownership & Governance

6.1 Zielbild der Struktur

One Taxi wird bewusst zweistufig aufgebaut:

1. **One Taxi Operating GmbH**
Verantwortet Entwicklung, Betrieb und Weiterentwicklung der Plattform (Produkt, Support, Verträge, Personal, 24/7-Betrieb, Security-/Compliance-Prozesse, Service-Management).
2. **One Taxi Trägerstiftung**
Hält den Neutralitätsblock und schützt Mission, Unabhängigkeit und Nicht-Veräußerbarkeit der Plattform. Die Stiftung ist die Governance-Instanz, nicht der operative Treiber.

Diese Struktur verbindet maximale Umsetzungsfähigkeit (GmbH) mit langfristiger Zweckbindung und Neutralität (Stiftung).

6.2 Cap Table der One Taxi Operating GmbH (Gesellschafterstruktur)

Die One Taxi Operating GmbH besteht aus folgenden Gesellschaftern:

- **One Taxi Trägerstiftung (Neutralitätsblock) – 40 %**
Zweck: Mission Lock, Neutralität, Unabhängigkeit, Nicht-Veräußerbarkeit.
 - **Gründerteam (Initiator/Management) – 10 %**
Zweck: Ownership-Alignment, Langfristverantwortung, strategische Kontinuität.
 - **Strategische Technologie- und Umsetzungspartner (z. B. Plattform-/Integrationspartner) – 15 %**
Zweck: technologische Lieferfähigkeit, Integrations-Know-how, verbindliche Mitwirkung am Aufbau.
 - **Mitarbeiterbeteiligungs-Pool (ESOP/VSOP-Äquivalent auf GmbH-Ebene) – 10 %**
Zweck: Talentgewinnung, Bindung, Skalierbarkeit der Delivery- und Betriebsorganisation.
 - **Branchenanker (Early Coalition aus ausgewählten Zentralen/Genossenschaften) – 20 %**
Zweck: frühzeitige, verbindliche Branchenverankerung und operative Realitätsnähe. Diese Anteile sind für eine begrenzte Zahl strategischer Early-Implementer vorgesehen (z. B. große Zentralen und/oder Genossenschaften), die Pilotierung, Migration und Skalierung aktiv mittragen und damit den schnellen nationalen Hochlauf ermöglichen.
- Wichtig:** Die Beteiligung dient der Verankerung und Umsetzungsfähigkeit, nicht der operativen Mitbestimmung im Tagesgeschäft. Operative Steuerung bleibt bei der Geschäftsführung der Operating GmbH; Einfluss erfolgt ausschließlich über klar definierte vertragliche Rollen und Leistungsbeiträge.
- **Reserve-/Förderfonds (zweckgebundener Anteilspool) – 5 %**
Zweck: gezielte Förderung, Pilot-Subventionen, Innovations-/Compliance-Fonds, ggf. spätere strategische Ergänzungen.

Summe: 100 %

Hinweis: Diese Verteilung ist so gewählt, dass die Trägerstiftung als Neutralitätsanker strukturell abgesichert ist, ohne die operative Umsetzungsfähigkeit der GmbH zu blockieren. Operatives Tagesgeschäft bleibt bei der Geschäftsführung; die Stiftung greift ausschließlich bei definierten Grundsatzentscheidungen ein.

6.3 Wirtschaftliche Beteiligung des Hauptsponsors (ohne Stimmrechte)

Der Hauptsponsor erhält **keine Gesellschaftsanteile** und damit **keine Stimm- oder Kontrollrechte** in der One Taxi Operating GmbH. Um dennoch eine langfristige, faire Incentivierung für die Anschubfinanzierung und das nationale Werbepaket zu schaffen, wird eine **wirtschaftliche Beteiligung ohne Stimmrechte** vorgesehen, beispielsweise in Form von:

- **Genussrechten** oder
- einer **stillen Beteiligung** (mit klar definiertem Gewinn-/Erfolgsanteil).

Die wirtschaftliche Beteiligung ist dabei als eigenständiges Instrument zu verstehen und **nicht** Bestandteil der Gesellschafterstruktur. Inhaltlich ist vorgesehen, dass der Sponsor am wirtschaftlichen Erfolg von One Taxi beteiligt wird, ohne Einfluss auf Strategie, Produkt, Betrieb oder Governance nehmen zu können.

Die Ausgestaltung stellt sicher, dass aus der wirtschaftlichen Beteiligung weder Weisungsrechte noch Informations- oder Kontrollrechte über das notwendige Maß der Abrechnung hinaus entstehen.

Ziel dieser Konstruktion ist ein klarer Rollenschnitt:

Der Sponsor finanziert und erhält Leistung und wirtschaftliches Upside.

Die Branche und die Trägerstiftung sichern Neutralität, Betrieb und Zukunftsfähigkeit.

6.4 Governance: Mission Lock, Nicht-Veräußerbarkeit und Reserved Matters

Die Plattform soll dauerhaft unabhängig bleiben und **nicht veräußert** werden. Dieses Prinzip wird verbindlich abgesichert durch:

- **Stiftungssatzung** (Zweckbindung und Neutralitätsauftrag)
- **Gesellschaftervertrag der Operating GmbH** (Sperrrechte/Reserved Matters)
- **IP- und Daten-Governance-Regeln** (Schutz zentraler Assets)

Die Trägerstiftung erhält für definierte Grundsatzthemen Sperrrechte („Reserved Matters“). Dazu zählen insbesondere:

- Verkauf/Übertragung wesentlicher IP, Plattformbestandteile oder Geschäftsbereiche
- Änderungen am Neutralitäts- und Zweckbindungsmodell
- Auflösung, Verschmelzung oder vergleichbare Strukturmaßnahmen
- wesentliche Änderungen an Datenprinzipien/Datennutzung (DSGVO, Datenminimierung, Rollenmodell)
- grundlegende Änderungen am Beteiligungs-/Partnermodell, die den Charakter der Plattform verändern
- Outsourcing-Entscheidungen, sofern sie Security-/Compliance-Risiken erhöhen oder zentrale Betriebsfähigkeit beeinträchtigen
- Datenschutz-Governance inkl. Rollenmodell (AVV/Joint-Controller-Prüfung), DPIA-Prozess und Auditierbarkeit

Operative Entscheidungen (Produktpriorisierung, Betrieb, Personal, Kunden-/Partner-Onboarding, Supportprozesse) liegen vollständig bei der Geschäftsführung der Operating GmbH.

6.5 Kontrollgremium der Trägerstiftung (schlank und wirkungsvoll)

Zur Sicherung der Mission wird ein **kleines Kontrollgremium** eingerichtet. Die Mitbestimmung außerhalb dieses Rahmens wird bewusst minimal gehalten, um Geschwindigkeit und Umsetzungsfähigkeit zu sichern.

Grundstruktur (Rollenprinzip):

- Vertreter aus **Branche/Verbandswelt**
- unabhängige Experten (z. B. Datenschutz/Security, Public Transport/Regulierung)
- optional ein **staatlicher Vertreter** als Beobachter oder mit eng begrenztem Mandat (Public-Interest/Compliance-Fokus)

Dieses Gremium kontrolliert ausschließlich die Einhaltung der Zweckbindung und entscheidet nur über Reserved Matters. Es ersetzt keine operative Steuerung.

7. Organisation & Rollen

7.1 Geschäftsleitung (Operating GmbH)

CEO – Business, Governance & Stakeholder Management

Strategische Gesamtführung, Governance-Design, Stakeholder-Integration (Branche, Verbände, Politik), Partnernetzwerk, Planung und Steuerung strategischer Akquisitionen. Verantwortet außerdem Sponsoring/Fördermittel-Track und die übergreifende Roadmap.

CIO/CTO – Technologie, Plattform & Transformation

Technische Gesamtarchitektur, Plattformstrategie, Integrations- und Migrationsfähigkeit (Bestandssysteme), Security-by-Design, Betriebsmodell (ITIL/CSI), Aufbau Engineering/Delivery/Operations inkl. Prozess- und Tooling-Stack.

7.2 Kernfunktionen und Abteilungen (Operating GmbH)

CFO – Finance, Controlling & Funding Operations

Finanzplanung, Budgetsteuerung, Cashflow, Reporting, Audit-Vorbereitung, Fördermittelprozesse, finanzielle Governance für Verträge und Beteiligungsmodelle.

COO – Operations, Qualität & Service Delivery

Operative Verantwortung für Servicequalität, SLA-/KPI-Steuerung, Incident-/Problem-Prozesse, operatives Partner-Onboarding, Rollout-Management und kontinuierliche Verbesserung.

Product Management – Product Strategy, Roadmap & UX

Produktvision, Priorisierung, Requirements, UX/Flows (App und Backoffice), Release-Planung, Metriken, Stakeholder-Abstimmung.

Infrastructure & Cloud Operations – Platform Reliability & Observability

SRE/Operations, Monitoring/Alerting, Deployment, Skalierung, Backup/Restore, Lieferantensteuerung bei ausgelagerten Infrastrukturkomponenten, Hochverfügbarkeit.

Customer Support / Service Desk – 24/7 End-User Support

First/Second-Level Support, Ticketing, Knowledge Base, Eskalationen, Trainingsmaterial, standardisierte Rollout-Supportpakete.

Legal & Compliance – Regulatory, Contracts & Risk

DSGVO, Vertragswesen, Vergabe-/Kartellthemen, Compliance-Framework, Risiko-Register, Richtlinien, Audit-/Prüfvorbereitung.

HR & Recruiting – Talent Acquisition & Org Development

Recruiting, Rollenprofile, Vergütungsmodelle, Weiterbildung, Führung, Skalierung der Organisation (Pilot → Rollout → Vollbetrieb).

Marketing & Kommunikation – Brand, PR & Stakeholder Messaging

Positionierung, nationale Kommunikation, Partnerkommunikation, Launch/Rollout, Krisenkommunikation, konsistente öffentliche Linie.

7.3 Rollenabgrenzung zur One Taxi Trägerstiftung (Governance vs. Betrieb)

Die Trägerstiftung ist bewusst **keine operative Steuerungsinstanz**. Sie sichert Mission, Neutralität und Nicht-Veräußerbarkeit der Plattform. Die operative Umsetzung liegt vollständig bei der One Taxi Operating GmbH.

Operating GmbH (operativ verantwortlich):

- Produktentwicklung, Roadmap, Releases
- Betrieb 24/7, Support, Incident/Problem Management
- Partner- und Kunden-Onboarding (operativ)
- Personal, Budgetausführung, Lieferantensteuerung
- Vertragsumsetzung und Tagesgeschäft

Trägerstiftung (Kontrolle über Grundsatzthemen, keine Tagessteuerung):

- Zustimmung nur bei vordefinierten Reserved Matters (Mission Lock, IP, Datenprinzipien, strukturelle Maßnahmen, Non-Sale-Grundsatz)
- Besetzung/Bestätigung zentraler Governance-Rollen (z. B. im Kontrollgremium)
- Überwachung der Zweckbindung und Neutralität
- Eskalationsinstanz bei systemischen Abweichungen (z. B. Neutralitäts-/Compliance-Verstöße)

Damit wird verhindert, dass One Taxi durch übermäßige Gremienlogik ausgebremst wird, während die langfristigen Leitplanken verbindlich abgesichert bleiben.

7.4 Führungsstab zum Start

(Minimum Viable Leadership) vs. Ausbau später.

Für den Start ist entscheidend, dass One Taxi **lieferfähig** wird: Pilot, Integrationen, Betriebssicherheit, rechtliche Sauberkeit und ein belastbares Finanz- und Vertragsgerüst. Ein zu großer Führungsstab erzeugt Overhead, bevor Wert geschaffen wird. Deshalb wird das Leadership in Phasen aufgebaut.

Phase 1: Startphase (Pilot- und Aufbauphase) – zwingend erforderlich

Diese Rollen sind für den Start notwendig, teilweise zunächst als Doppelrollen oder extern/interim:

1. **CEO (Business/Governance/Stakeholder)** – zwingend
Ohne diese Rolle keine Koalition, keine Sponsoren/Fördermittel, keine Partnerverträge, keine Akquisitionsspur.
2. **CIO/CTO (Plattform/Architektur/Migration/Security)** – zwingend
Ohne diese Rolle keine technische Integrationsfähigkeit, keine belastbare Zielarchitektur, kein sicherer Betrieb.
3. **Head of Product / Product Lead** – zwingend (kann initial direkt an CIO/CTO hängen)
Damit Roadmap, Anforderungen und Nutzerführung nicht im Stakeholder-Lärm untergehen.
4. **Head of Operations / Service Delivery (COO-light)** – zwingend
Mindestens als Verantwortlicher für Betriebskonzept, SLA, Supportprozesse, Rollout-Runbooks, damit Pilotbetrieb stabil ist.
5. **Finance/Controlling (CFO-light oder Senior Controller)** – zwingend
Cashflow, Verträge, Reporting, Fördermittelprozesse. Kann initial auch als externe Funktion starten, aber muss sauber laufen.
6. **Legal/Compliance Lead (intern oder dauerhaft extern gebunden)** – zwingend
Verträge, DSGVO, Risiko-Register, vergabe-/kartellrechtliche Leitplanken, Sponsor- und Partnerpakete.
7. **Support Lead / Service Desk Setup** – zwingend (kleines Team, aber klar geführt)
Weil „Pilot“ ohne Support scheitert, egal wie gut die App ist.

Hinweis zur Startbesetzung:

*In Phase 1 können CFO/Legal/HR/Marketing teilweise als **Interim- oder Managed-Service** laufen. Entscheidend ist nicht die Organigramm-Optik, sondern Verantwortlichkeit und Lieferfähigkeit.*

Phase 2: Skalierung (Rollout bis nationaler Launch) – sinnvoll/empfohlen

Diese Rollen sollten spätestens mit mehreren Regionen und wachsender Nutzerzahl aufgebaut werden:

- **voller CFO** (Investor Relations, Audit, Fördermittel-Factory, Procurement)
- **voller COO** (regionaler Rollout, Qualitätsmanagement, Prozessstandardisierung)
- **SRE/Infrastructure Lead** (wenn Betrieb in die Hochverfügbarkeit wächst)
- **HR/Recruiting Lead** (wenn Hiring-Volumen hochgeht)
- **Marketing & Kommunikation Lead** (wenn nationale Kampagnen starten und Krisenresilienz nötig wird)

Phase 3: Vollbetrieb – erforderlich für Stabilität und kontinuierliche Verbesserung

- dedizierte Bereiche für **Security (CISO-Funktion)**, **Data/Analytics**, **Partner Success**, **Training/Enablement**, **Vendor Management**, **Quality/CSI Office** (ITIL CSI)
- Ausbau des **24/7 Service Desk** mit definierten L2/L3-Eskalationsketten

8. Nachhaltigkeit und CO₂-Neutralität

One Taxi strebt an, den eigenen Betrieb (Office, Rechenleistung, Beschaffung, Dienstleister) von Beginn an so klimafreundlich wie möglich aufzusetzen.

Klimaneutralität im Betrieb wird durch den Einsatz erneuerbarer Energien, konsequente Emissionsreduktion und – wo unvermeidbar – durch zertifizierte Kompensation erreicht und im ersten Betriebsjahr durch ein transparentes Reporting messbar gemacht.

9. Implementierungs- und Entwicklungsplan

Der Zeitplan wird über klare Gate-Kriterien gesteuert (z. B. Plattformstabilität, Support-Readiness, Migrationserfolg, Security-Freigaben).

Damit bleibt die Umsetzung trotz Parallelbetrieb und Migration kontrollierbar und risikoarm.

Phase 1 (0 – 6 Monate): Gründung One Taxi GmbH, Stakeholder-Workshops, erste Übernahmen.

Phase 2 (6 – 36 Monate): Entwicklung des Hauptsystems (ab Monat 6), Integration der akquirierten Basisplattform (Technologie-Grundstein) sowie Aufbau der Betriebs- und Support-Infrastruktur.

Phase 3 (24 – 36 Monate): Bundesweiter Rollout, Integrationen abschließen. Start Werbe- und Sponsor-Programme, Übergang in den Regelbetrieb.

Go-Live ab Monat 36 (nach Abschluss der Pilot- und Migrationswellen).

Phase 4 (> 36 Monate): Kontinuierliche Weiterentwicklung nach ITIL CSI, laufende Optimierung und Modernisierung.

10. Erfolgskriterien und Zielstufen

Nach 5 Jahren:

- ≥ 80 % Flottenbeteiligung
- 99,5 % Uptime
- ≥ 1 Mio aktive App-Nutzer
- 10 % Kostenersparnis für Zentralen
- Break-even erreicht

Nach 10 Jahren:

- ≥ 90 % Flottenbeteiligung
- 99,9 % Uptime
- ≥ 5 Mio App-Nutzer
- 20 % Kostenersparnis für Zentralen
- ≈ 100 Mio € Umsatz p.a.
(Zielkorridor, abhängig von Marktabdeckung und Umsatzmix)
- ≈ 20 bis 30 Mio € Gewinn p.a.
(Zielkorridor, abhängig von Betriebskosten, Supportmodell und Werbe-/Serviceanteil)

Hinweis: Diese Zielwerte sind indikativ und dienen der strategischen Orientierung.

Die Erreichung hängt maßgeblich von der Migrationsgeschwindigkeit, der Partnerabdeckung (Zentralen/Genossenschaften), der Nutzeradoption sowie von Betriebs- und Supportkosten ab.

Die zentralen Hebel sind Kostenentlastung durch Plattformkonsolidierung, wirtschaftliche Beteiligungsmodelle für Partner und eine konsequente Nutzerfokussierung im App-Produkt.

11. Fazit

One Taxi steht für Einheit, Unabhängigkeit und Zukunftsfähigkeit des deutschen Taxi-Gewerbes.

Mit klarem Governance-Modell, fairer Beteiligung und starker Finanzierungsbasis wird aus einer zersplitterten Branche eine digitale Einheit.

Eine App. Eine Plattform. Ein System.

Ein Taxi für Deutschland.

One Taxi.

Appendix

12. FAQ

Wie bekommen wir z. B. in München die beiden Zentralen dazu, zusammen in ein Boot zu steigen?

Wir **fragen nicht – wir handeln**.

In Metropolregionen mit mehreren großen Zentralen setzen wir nicht auf Überzeugungs rhetorik, sondern auf ein strukturell attraktives Angebot: **One Taxi** schafft eine kostenfreie, modernisierte Systembasis und ein klares Beteiligungsmodell.

Bestehende Plattformen können – sofern wirtschaftlich sinnvoll – übernommen oder in kooperativen Modellen integriert werden. Der operative Betrieb läuft während der Übergangsphase weiter; anschließend erfolgt eine schrittweise Migration auf die nationale Plattform. Ziel ist, regionale Identitäten zu erhalten, aber technische Parallelwelten abzubauen:

Wer teilnimmt, profitiert operativ und wirtschaftlich.

Was passiert mit Sixt, Free Now und anderen Partnern, die heute schon bestehende Zentralen mit Aufträgen versorgen?

Diese Partner werden im One-Taxi-System **analog zu Zentralen behandelt** – fair, integriert und mit klaren Schnittstellen.

Auch hier erfolgt eine **technische Migration**, keine radikale Umstellung:

Die bisherigen Anbieter erhalten eine **vollständig kompatible neue Systemumgebung**, deren Schnittstellen zu bestehenden Kundenlösungen erhalten bleiben.

Die Umstellung erfolgt so **reibungslos wie möglich**, idealerweise ohne merkliche Unterbrechung.

Damit bleibt für die Partner das Incentive bestehen, ihre bestehenden Geschäftsmodelle fortzuführen – nur eben künftig **auf der Plattform von One Taxi**.

Für One Taxi eröffnen sich dadurch zusätzliche **technische und wirtschaftliche Möglichkeiten**, solche Partner über Kooperationen, Datenservices oder Werbeplatzierungen **direkt am Umsatz zu beteiligen**.

Was ist mit kleinen Zentralen auf dem Land – oder mit Regionen, in denen Uber noch kein Problem ist?

Teilnahme am One-Taxi-System ist **freiwillig**.

Niemand wird ausgeschlossen, niemand gezwungen.

Das Ziel ist, One Taxi so **attraktiv und wirtschaftlich sinnvoll** zu gestalten, dass es für Zentralen, Betriebe und Genossenschaften zum **No-Brainer** wird, mitzumachen.

Das System bietet:

- Wegfall eigener IT- und Wartungskosten,
- Zugang zu modernster Technologie,
- Beteiligung an Erlösen,
- und volle Kompatibilität mit bestehenden Abläufen.

Gerade kleinere Zentralen profitieren, weil sie ohne eigenes Investment sofort auf ein **zukunftssicheres System** wechseln können. Wer nicht mitmacht, bleibt außen vor – aber **die Vorteile sind so deutlich**, dass die Entscheidung praktisch von selbst fällt.

Hinweis

Diese FAQ basiert auf dem aktuellen strategischen Planungsstand.

Detailfragen zur operativen Umsetzung, technischen Integration und Vertragsgestaltung werden im Rahmen der nächsten Projektphase konkretisiert.

