

FahrSchulPraxis Oktober 2014 - Ausgewählte Artikel dieser Ausgabe im WWW > mehr ...



[Durch Auswahl eines Links wird unterhalb dieser Auflistung der vollständigen Artikel bzw. weitere Informationen dazu angezeigt:](#)

[574 Inhalt](#)

[575 EDITORIAL: Kaninchen und Schlange](#)

[578 Aktuelle News: Kampf gegen Raser / Obrigkeitshörigkeit oder nur Vorteilssuche?](#)

[580 Workshop für neue Kreisvorsitzende – Informative Tagung in Korntal](#)

[581 Vorsicht! Abmahnung droht! - Schluss mit Werbung für ASP](#)

[582 Bundesvereinigung – Reform der Fahrlehrausbildung](#)

[583 Fahrlehrerverband: Angestellte Fahrlehrer](#)

[584 Gegen den Absturz gewappnet – Fahrschulen: Daten extern sichern – Rahmenvertrag deutlich verbessert](#)

[587 Kombinierte Ausbildung C und CE – Wie viele von welchen Sonderfahrten?](#)

[590 Geschäftsmäßiger Internetauftritt – Checkliste: Korrektes Impressum](#)

[592 32 Mal - Toskana zum Dritten - Motorrad Total 2014](#)

[608 Dem Mangel an Fahrlehrern abhelfen – Ausbildungsstätten auf der Suche nach Interessenten](#)

[618 Gerichtsurteile: \(2268\) Tempo-30-Zone nicht für Landstraße / \(2267\) Keine Erkundigungspflicht nach Fahrerwechsel / \(2266\) Bagatellgrenze bei Fahrzeugmangel / \(2265\) Keine grenzenlose Geschäftsführerhaftung / \(2264\) Privat oder geschäftlich?](#)

[Mitglieder des FLVBW finden die FPX als PDF-Datei im Downloadbereich des internen InternetForums...](#)

EDITORIAL: Kaninchen und Schlange

© FahrSchulPraxis - Entnommen aus Ausgabe Oktober/2014, Seite 575

Liebe Leserinnen und Leser,

wenn ein überregionaler Autohändler ins Führerscheingeschäft einsteigt und das Land mit einem Netz von Fahrschulen überzieht, hat dies vor allem einen Zweck: Man will, früher als die Mitbewerber, an den potenziellen Autokäufern dran sein. „Jungfräuliche“ Kundschaft, also in ihrem Kaufverhalten noch nicht festgelegte Menschen, gewinnen zu wollen, ist der legitime Wunsch jedes Händlers. Im speziellen Fall ist dies freilich auch mit dem Risiko verbunden, dass miserable Ausbildung für den Fahrschüler keinen Anreiz bietet, dort auch ein Auto zu kaufen – aber so muss es ja nicht sein.

Wenn – wie während der Sommerferien geschehen – dieser große Autohändler in seinen mittlerweile zahlreichen Betriebsstellen mit einem flächendeckenden Billigangebot weit unter die Gürtellinie schlägt, dann riecht das nach Vernichtungswettbewerb. Das macht die Preise kaputt und löst bei den nicht von großen Automarken gestützten Fahrschulen massive Existenzangst aus. Das Gefühl, der mächtige Händler sitze am längeren Hebel, mag geradezu lähmend wirken.

Doch es hilft nicht, wie das sprichwörtliche Kaninchen nur noch auf die Schlange zu starren und über die Aktionen der Konkurrenz zu klagen. Ebenso geht die Forderung fehl, der Verband oder gar der Gesetzgeber müsse solche Unterpriese verbieten. Nein, in solchen Fällen hilft nur unternehmerische Initiative!

Ist es nur der Preis? I wo! Wenn es so wäre, hätten die vielen Fahrschulen mit ihren sauber kalkulierten Preisen längst alle Pleite gemacht! Deshalb: Worin liegen unsere Stärken? Wie sieht es mit unserer Kundenzuwendung, unserem Service aus? Wissen angehende Fahrschüler, was wir leisten? Waren wir vielleicht werblich zu wenig präsent? Die „Inhaberfahrschule“ hat individuelle Leistungskraft, die von anonymen Gesellschaften oft nicht erreicht wird. Darauf muss man sich besinnen: Gute persönliche Betreuung, Flexibilität, Pünktlichkeit, Ruhe, Geduld, Freundlichkeit und ein guter Ruf sind in unserer modernen Dienstleistungsgesellschaft Pfunde, mit denen gerade auch kleine Betriebe wuchern können! Noch etwas: Schlanke Kostenstrukturen tragen effektiv dazu bei, Durststrecken leichter zu überstehen.

Und nicht zuletzt: Ein deutliches Zeichen der Solidarität wäre es, wenn die Fahrschulen die vom Discounter vertriebenen Automarken aus ihrem Fuhrpark verbannen würden. Aufgabe des Verbandes ist es, genau diese Botschaft an die Herstellerfirmen weiterzutragen.

Mit besten Grüßen

Ihr

Jochen Klima