

FIRMENKUNDEN SUCHEN AM SMARTPHONE



Studie von Google, Kühne Logistik Universität und McKinsey: Firmenkunden nutzen in der Logistik immer öfter das Internet für Recherche und Auftrag – Seefrachtbegriffe werden am häufigsten gesucht – Abschluss zu selten online möglich

Während die Digitalisierung in Konsumbranchen (B2C) bereits weit fortgeschritten ist, hinken Business-to-Business-Industrien (B2B) wie die Logistikbranche hinterher. Allerdings steigt auch in der Logistik der Druck der Digitalisierung. Die Zahl der Google-Suchen zu Fachbegriffen wächst in allen Sparten der Branche (Lastwagentransport, Speditionen, Seefracht, Schienengüterverkehr, Luftfracht): am stärksten bei Speditionen jährlich mit 14% seit 2014, für Seefracht mit durchschnittlich 8%. Seefrachtdienste werden am häufigsten gesucht, gefolgt von Speditionen und Lastwagentransport. Ein Viertel aller Onlinesuchen zur Logistik erfolgt bereits über Smartphones. Der Anteil der mobilen Suchanfragen wächst stark: Beim Schienengüterverkehr etwa um durchschnittlich jährlich 56% seit 2014.

„Das Smartphone gewinnt immer mehr an Bedeutung für Logistik-Kunden. Logistikunternehmen sollten ihre Produkte und Services auch für Smartphones optimieren und sicherstellen, dass der Austausch auf dem Smartphone schnell und einfach funktioniert“, sagt Maximilian Rothkopf, Experte für Logistik und Partner im Münchner Büro von McKinsey.

Die Zahlen sind Ergebnis einer neuen Studie von Google, der Kühne Logistik Universität und McKinsey & Company zum Grad der Digitalisierung der Logistik- und Reisebranche in Europa. Die Studie basiert auf anonymisierten Google-Suchanfragen für 15 europäische Länder (Deutschland, UK, Schweiz, Österreich u.a.) und mehr als 30 Interviews mit führenden Branchen- und Technologie-Experten. Anhand von Kriterien wie Suchanfragen, Anteil von Mobilesuchen und Onlinebuchungen liefert die Studie Einblicke in die digitale Recherche, Entscheidungs- und Buchungspfade sowie in die von Konsumenten erwarteten digitalen Serviceleistungen.

Die Analyse zeigt, dass inzwischen jede fünfte Suchanfrage auf dem Smartphone über Sprachassistenten ausgeführt wurde. „Der Trend,

Sprachassistenten bei der Suche von Logistikdiensten zu nutzen, stellt die Unternehmen vor besondere Herausforderungen“, sagt Florian Bauer, Experte für Digitalisierung und Partner im Wiener Büro von McKinsey. „Während auf einem Rechner noch etwa zehn Treffer von Suchmaschinen auf einmal auf dem Display gezeigt werden, sind es bei Smartphones nur noch vier bis fünf und bei Antworten von Sprachassistenten nur noch ein Treffer. Diesen Herausforderungen müssen sich die Logistik-Spieler stellen.“

Während das Internet immer mehr an Bedeutung für die Logistik-Kunden gewinnt, bieten nur 6% der jeweils 18 größten Seefrachter und Speditionen durchgehende Online-Buchungsmöglichkeiten an. 38% der untersuchten Reedereien nennen online keine Preise. „Die Onlineauftritte der Logistiker bieten noch viel Potenzial. Neue Plattformen haben diese Möglichkeiten erkannt. Sie stellen von Sofort-Preisangeboten über Onlinebuchung bis hin zur Online-Bezahlung die gesamte Palette zur Verfügung“, sagt Rothkopf. Dagegen ist bei vielen der großen Logistikunternehmen immer noch ein großer Teil des Informations- und Buchungsvorgangs offline. Kunden müssen häufig während der Online-Buchung auf E-Mails oder Anrufe umsteigen, um den Vorgang abzuschließen.

Auch lange Ladezeiten von Webseiten stellen ein Problem dar. Von den untersuchten Webseiten 33 führender Seefrachtunternehmen brauchte mehr als die Hälfte länger als 13 Sekunden zum Laden auf einem Smartphone, weitere 20% sogar länger als 20 Sekunden. Zum Vergleich: Die Webseiten großer Internethändler schaffen das in weniger als 10 Sekunden. „Die Hälfte der Onlinekunden verlässt bereits die Seite, wenn sie länger als drei Sekunden lädt“, erklärt Florian Bauer. „Daher sollte die Verkürzung der Ladezeit hohe Priorität haben.“

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 27 der 30 DAX-Konzerne zählen aktuell zu den Klienten. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit 127 Büros in 65 Ländern.

Quelle und Grafik: McKinsey

