

Auf digitalen Wegen

Das Unternehmen Koch International ist einen wichtigen Schritt in Richtung digitale Spedition gegangen: Der Onlineshop zur automatisierten Angebotserstellung und Auftragsbuchung ist nur ein Teil der langfristigen Vertriebsstrategie.

Insbesondere Kunden ohne feste Preisvereinbarungen, Online-Händler und Kleingewerbetreibende profitieren vom neuen Onlineshop mit Preisrechner. Mit nur wenigen Klicks erhalten sie ein individuelles Angebot für Stückgutsendungen sowie nationale und internationale Teil- und Komplettladungen. „Besonders für den Bereich Tagespreisanfragen haben wir festgestellt, dass die Preisauskunft umgehend erfolgen und die Buchung des Auftrags direkt über die Plattform möglich sein muss“, sagt Vertriebsmitarbeiter Marcel Schrage, der das digitale Projekt begleitet und aktuell an der Weiterentwicklung des Tools arbeitet.

Jürgen Hartkemeyer, Leiter Vertrieb und Marketing bei Koch International, ist vom Mehrwert des neuen Angebots überzeugt: „Damit sind Angebotskalkulation und Auftragsfassung gebündelt und die administrativen Prozesse zwischen Versender und Empfänger automatisiert. Nutzer, die über die Plattform buchen, profitieren sowohl von der Flexibilität einer digitalen Spedition als auch vom Know-how eines Logistikers sowie der Planungssicherheit durch feste Netzwerke und einem eigenen Fuhrpark.“ In Zusammenarbeit mit dem Startup Frachtklub hat der Logistikdienstleister innerhalb von zwei Monaten die Basisversion für das neue Geschäftsmodell implementiert und dafür sogar den dritten Preis bei den „VR-Awards“ in der Kategorie Digitalisierung von der VerkehrsRundschau erhalten. Kooperationen mit Startups haben im Hause Koch Tradition: Die Idee für die Entwicklung der sogenannten „Alarmplane“, ein Sys-

» Wir haben unsere administrativen Prozesse extrem verschlankt und damit Zeit und Kosten gespart.

tem gegen Ladungsdiebstahl, hatte ein Gründer. Die komplette Entwicklung lag in seinen Händen. Der Osnabrücker Logistiker setzte die Plane als einer der ersten Spediteure deutschlandweit in Realbetrieb ein.



» Vertriebsmitarbeiter Marcel Schrage: „In den nächsten fünf Jahren möchten wir unser gesamtes Produktportfolio online anbieten.“

Ein weiteres aktuelles Projekt beschäftigt sich mit dem Live-Tracking von Sendungen im Bereich Landtransporte. Auch hier greift der Spediteur auf das Know-how eines Startups zurück. Die entwickelten Tracker sollen eine Online-Verfolgung der Ware gewährleisten, ein Service, der künftig als Zusatzleistung im Logistikshop angeboten wird. „Wir befinden uns noch am Anfang und sehen das gesamte Projekt als einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Ziel ist es, im Rahmen einer Entwicklungszeit von vier bis fünf Jahren unser gesamtes Produktportfolio wie Landverkehre, See- und Luftfracht sowie Lagerlogistik online und europaweit anzubieten. Dafür nehmen wir regelmäßige Updates in kurzen Intervallen vor und machen

monatlich Fortschritte in der technischen Entwicklung des Tools“, so Marcel Schrage.

Für den Logistiker sind damit die Weichen in Richtung digitale Spedition gestellt. Ein weiterer Meilenstein werde die Verknüpfung des Onlineshops mit dem bereits vorhandenen Serviceportal sein. „Damit verfolgen wir das Ziel, unsere administrativen Prozesse ganzheitlich zu digitalisieren: Angefangen in den Bereichen Marketing und Vertrieb, über die Auftragsabwicklung bis hin zu nachgelagerten Prozessen wie Service, Abrechnung und Packmittelverwaltung“, sagt Hartkemeyer. Für die Zukunft steht das Thema „Dynamic Pricing“ auf der Agenda. Mithilfe von KI-basierten Werkzeugen wollen die Osnabrücker auf interne und externe Parameter reagieren, um die Preise in Echtzeit entsprechend der aktuellen Marktsituation anzupassen.

Die bisherigen Erfahrungen mit dem digitalen Angebot sind durchweg positiv. Das zeigen auch die 3.000 Kunden, die im Onlineshop registriert sind. „Wir haben unsere administrativen Prozesse extrem verschlankt und damit Zeit und Kosten gespart. Diese Ressourcen können jetzt in andere Tätigkeitsfelder wie den Service für Kunden oder die Weiterentwicklung des Tools investiert werden“, zieht Geschäftsführer Heinz-Peter Beste eine gute Bilanz. Erfreulich sei zudem die Erschließung eines völlig neuen Marktsegments: „Wir konnten sehr online-affine Kunden gewinnen, die schnell und unkompliziert eine Preisauskunft erhalten möchten, um dann den Transportauftrag direkt online zu tätigen“, so der Geschäftsführer, der den Erfolg auch anhand der aktuellen Zahlen bestätigt sieht. „Die Umsatzzahlen haben sich im Jahr 2019 im Vergleich zu 2018 verdoppelt. Für 2020 planen wir weiteres Wachstum gegenüber dem Vorjahr.“

■ Weitere Informationen:
www.koch-international.de