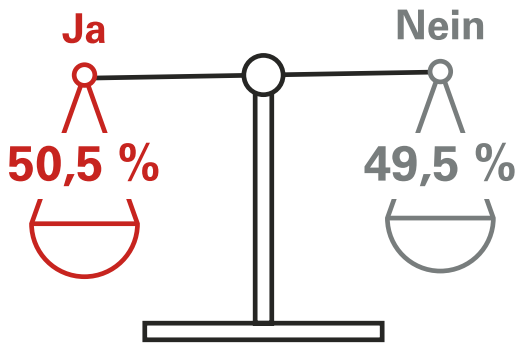


Wie „social“ ist die maritime Wirtschaft?

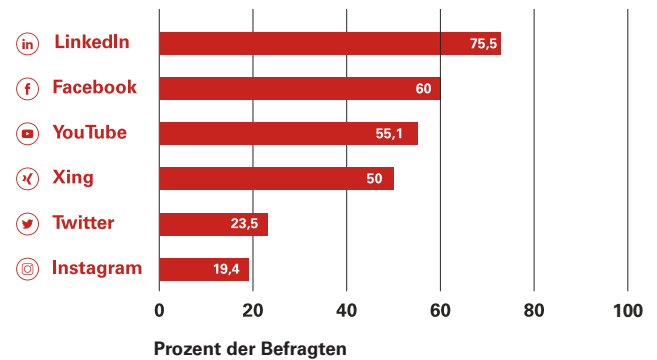
Eine knappe Mehrheit der Reedereien, Werften und Schiffbauzulieferer nutzt Social-Media-Plattformen für ihr B2B-Geschäft. Das zeigt eine Studie der Hamburger Agentur RAIKESCHWERTNER zum Thema „Social Media in der Maritimen Wirtschaft“. Damit hinkt die maritime Branche (50,5 Prozent) in puncto Kommunikation in sozialen Netzwerken dem Durchschnitt der B2B-Unternehmen in Deutschland (96 Prozent) weiter hinterher.* Jedoch zeigen die Studienergebnisse auch, dass die Aufholjagd zu neuen Kommunikationswegen längst begonnen hat.

In einer Telefonumfrage hat RAIKESCHWERTNER 202 Unternehmen, darunter Reedereien, Werften und Schiffbauzulieferer, zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt.

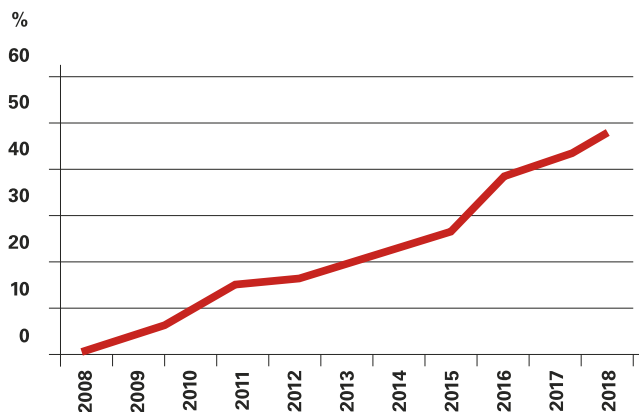
Nutzt Ihr Unternehmen Social Media?



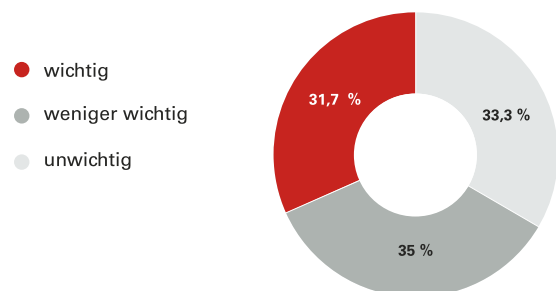
Am häufigsten genutzte Social-Media-Kanäle



Anteil der Unternehmen mit Social-Media-Kanälen



Wie wichtig ist Social Media als Erfolgsfaktor?



*Quelle: Erster Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation: „B2B und Social Media – Wie verändert sich die Nutzung der Kanäle?“, München 2018. Grundgesamtheit: 601 B2B-Unternehmen in Deutschland und Österreich mit mindestens einem Mitarbeiter.