

## Warum der crossmediale Medienmix des karrierefürer wirkt

### Den karrierefürer gibt es Print, weil die Zielgruppe Print will:

„Print ist jung: 92 % Junge Leser“ (Anteil Zeitschriftenleser an den 14-29-Jährigen)

„Print macht Quote: 94 % Reichweite.“ Keine Gattung erreicht mehr Menschen als die Zeitschriften.

„Print bringt Klicks: 42 % Online-Suchanfragen nach Mediennutzung.“ Kaum eine andere Gattung erzeugt mehr Suchanfragen.

(Quelle: Print wirkt, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ), Stand 2011)

Reichweite von Zeitschriften in Prozent (LpA) nach Geschlecht, Alter, Bildung: Gesamt: 93 %

Reichweite 20-29 Jahre: 92,2 %

Reichweite Fach-/Hochschulreife mit Studium: 93,8 %

(Quelle: ma 2011 Pressemedien II; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)

### Den karrierefürer gibt es online, weil die Zielgruppe online ist:

Fast 52 Millionen Deutsche ab 14 Jahren sind online. Das entspricht einem Bevölkerungsanteil von mehr als 73 %.

Unter den 20- bis 29-Jährigen haben 2011 98,2 % das Internet zumindest gelegentlich genutzt (Internetnutzer in Deutschland 1997 bis 2011).

(Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011)

### Der karrierefürer nutzt Social Media, weil die Zielgruppe sie nutzt.

33 % der 14- bis 29-Jährigen informieren sich in sozialen Netzwerken (Internet-Gemeinschaften) und 25 % per Twitter.

(Quelle: Bundesverband Bitkom, September 2011)

**Facebook:** In Deutschland waren im August 2011 mehr als 20 Millionen Nutzer bei Facebook angemeldet und etwa 90 % von ihnen waren aktiv. Die 18- bis 34-Jährigen stellen mit 11 Millionen die größte Nutzergruppe des Netzwerks dar.

(Quelle: allfacebook.de)

### Web 2.0-Nutzung nach Alter und Geschlecht: zumindest selten genutzt

Bei den 20- bis 29-Jährigen nutzen 83 % Videoportale, wie z. B. YouTube, 70 % private Netzwerke und Communities\*, 25 % Fotosammlungen und Communities, 8 % berufliche Netzwerke\*, 4 % Twitter. \*= mit eigenem Profil

Interessant ist die Nutzungsfrequenz von Web 2.0-Angeboten nach Angebotsformen:

Private Netzwerke und Communities nutzen 23 % täglich, 12 % wöchentlich, 4 % monatlich und 58 % nie.

(Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011)

### Der karrierefürer bietet Mobile, weil die Zielgruppe „always on“ ist.

14,7 Millionen Menschen in Deutschland nutzen mobiles Internet, 37 % davon sind zwischen 20 und 29 Jahren alt.

(Quelle: Accenture Communications & High Tech, 2011, Mobile Web Watch)

### Smartphones:

Die größte Gruppe der Smartphone-Besitzer, nämlich 40,6 %, sind die 20- bis 29-Jährigen.

(Quelle: Fittkau & Maaß Consulting, 2011, 32. WWW-Benutzer-Analyse W3B)

2010 wurden in Deutschland rund 900 Millionen Apps auf Mobiltelefone geladen. Das ist ein Zuwachs von 112 % zum Vorjahr. (Quelle: Bundesverband Bitkom, Februar 2011)

Die Absatzmenge der Smartphones in Deutschland legte 2011 um 36 Prozent auf 10,1 Millionen zu.

(Quelle: Bundesverband Bitkom, 2011)

### Tablet-PCs:

Der Verkauf der Tablet-PCs verdoppelte sich 2011 auf 1,5 Millionen Stück. 2012 erwartet man eine weitere Steigerung um 46 Prozent auf 2,2 Millionen Geräte.

(Quelle: Bundesverband Bitkom, 2011)

Stand: September 2011