

## Warum der crossmediale Medienmix des karrierefürer wirkt

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

**Reichweite von Zeitschriften** in Prozent (LpA) nach Geschlecht, Alter, Bildung: Gesamt: 89,38 %

Reichweite 20-29 Jahre: 85,82 %

**Reichweite Fach-/Hochschulreife mit Studium 88,55 %**

(Quelle: ma 2016 Pressemedien II; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)

„Print ist groß“: 92 % Reichweite. Keine Gattung erreicht mehr Menschen als die Zeitschriften.

„Print bringt Klicks“: 39 % Online-Besuche nach Mediennutzung. Anzeigen in Publikumszeitschriften haben einen sehr starken **Drive to web**. (Quelle: Print wirkt, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. (VDZ), November 2014)

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

Über 56 Millionen Deutsche ab 14 Jahren sind online. Das entspricht einem Bevölkerungsanteil von über 79 %.

Unter den 20- bis 29-Jährigen haben 2015 97,7 % das Internet zumindest gelegentlich genutzt (Entwicklung der Online-nutzung in Deutschland 1997 bis 2015). (Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015)

### Der karrierefürer ist in den Social Media, weil die Zielgruppe dort ist.

Facebook wird am häufigsten eingesetzt, gefolgt von Youtube und Xing. Zwei Drittel (67 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland sind aktive Mitglieder in sozialen Netzwerken. Am stärksten werden derzeit soziale Netzwerke in der jüngeren und mittleren Altersgruppe verwendet. Sowohl unter den 14- bis 29-Jährigen als auch unter den 30- bis 49-Jährigen liegt der Anteil der aktiven Nutzer bei 79 Prozent. Das mit Abstand beliebteste soziale Netzwerk ist laut Umfrage weiterhin Facebook. Während Facebook als eine Art Multifunktionsnetzwerk gilt, haben sich andere soziale Netzwerke auf bestimmte Zielgruppen oder Medienarten spezialisiert. So liegt die Video-Plattform Youtube mit 44 Prozent auf dem zweiten Platz. Fast jeder fünfte Internetnutzer (19 Prozent) verwendet den Foto-Dienst Instagram. Auch die Dienste Pinterest (6 Prozent) und Flickr (3 Prozent) eignen sich vor allem für den Austausch von Fotos und Infografiken. Das primär für berufliche Zwecke verwendete Netzwerk Xing nutzen 26 Prozent der Befragten. Der Wettbewerber LinkedIn kommt auf 15 Prozent. Ein Fünftel (20 Prozent) der Befragten ist bei dem Nachrichtenkanal Twitter aktiv. (Quelle: Bitkom, August 2016)

#### Facebook:

In Deutschland waren im Jahr 2016 rund 27 Millionen Nutzer monatlich bei Facebook als aktive Nutzer angemeldet, 24 Millionen davon über ihre mobilen Endgeräte. (Quelle: Facebook, Juli 2016)

Das Durchschnittsalter der Facebook-Nutzer liegt bei 38,7 Jahre. (Quelle: t-online.de, April 2013)

### Den karrierefürer gibt es auf Smartphones und Tablets, weil die Zielgruppe sie nutzt.

#### Smartphones:

In Deutschland werden in diesem Jahr so viele Smartphones verkauft wie noch nie – doch die Umsätze gehen im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück. Insgesamt werden voraussichtlich 27,9 Millionen Geräte über den Ladentisch gehen, das sind 6 Prozent mehr als noch vor einem Jahr mit 26,2 Millionen verkauften Geräten. 76 Prozent aller Bundesbürger ab 14 Jahren nutzen aktuell ein Smartphone, vor zwei Jahren waren es erst 55 Prozent. Telefonieren, Mails und Kurznachrichten versenden, Musik hören oder Navigieren gehören dabei für die meisten längst zum Alltag, gleichzeitig kommen immer neue Anwendungsmöglichkeiten hinzu. (Quelle: Bitkom, Juli 2016)

#### Tablets:

Der Tablet-Umsatz legt 2016 voraussichtlich um 11 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro zu. Wende auf dem deutschen Tablet-Markt: Nachdem im Frühjahr noch mit rückläufigen Umsätzen und Verkaufszahlen für Tablet Computer gerechnet wurde, wird sich das Geschäft nun nach neuesten Berechnungen des Digitalverbands Bitkom sehr positiv entwickeln. Aktuell benutzen 41 Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahren einen Tablet Computer, vor zwei Jahren lag der Anteil gerade einmal bei 28 Prozent. (Quelle: Bitkom, August 2016)

**Interesse an Daten und Fakten zu Crossmedia?**  
 Wir veröffentlichen regelmäßig die Ergebnisse von Studien,  
 Nachrichten zur Nutzung von Mobile und Social Media.

