

STUDIE zur Nutzung von Auskunfts- und Verzeichnismedien



Stand: Januar 2020

Der [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. hat im Dezember 2019 zusammen mit dem vft Verband freier Telefonbuch- und Verzeichnismedien e.V., die 19. repräsentative Bevölkerungsbefragung bei Personen ab 14 Jahren zur Nutzung von Auskunfts- und Verzeichnismedien durchführen lassen. Das Marktforschungsinstitut Ipsos hat dazu 2.000 Personen durch persönliche (face-to-face) computergestützte Interviews im Rahmen einer Mehrthemenumfrage befragt. Die Grundgesamtheit für diese Untersuchung bildet die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren.

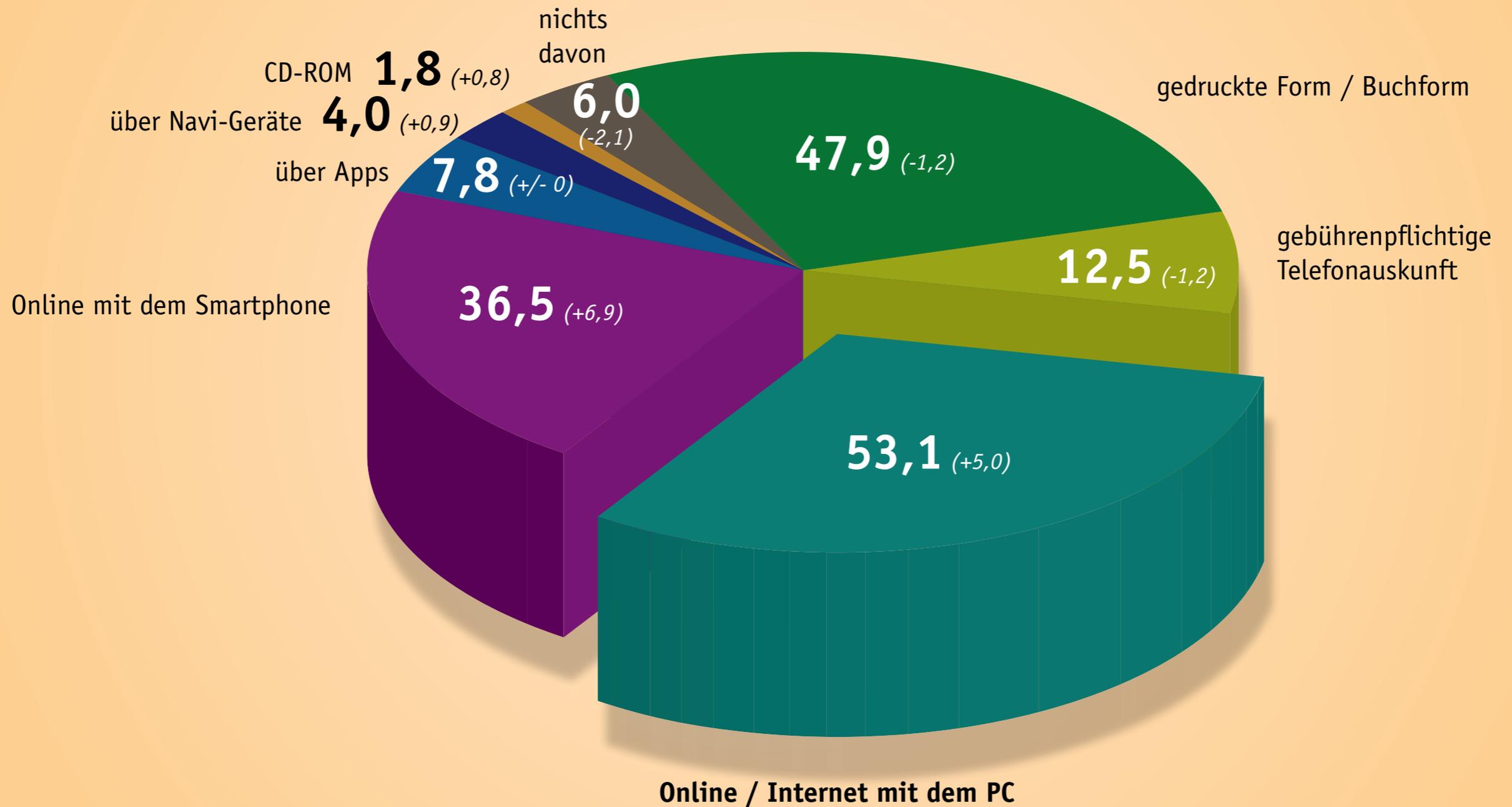
vft
AUSKUNFTSMEDIEN
regional stark – gemeinsam erfolgreich

[vdav]

[vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V.
Jakob-Krebs-Str. 126 a Tel.: 0 2156.774 385-7 info@vdav.org
D-47877 Willich Fax: 0 2156.774 385-5 www.vdav.org

Nutzung von Verzeichnismedien 2019 insgesamt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nutzung von Verzeichnismedien 2013-2019

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

2013

2014

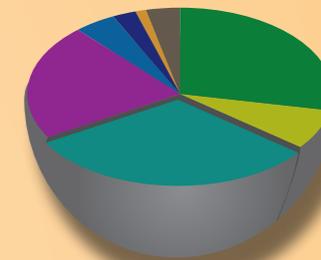
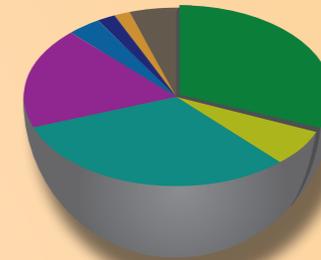
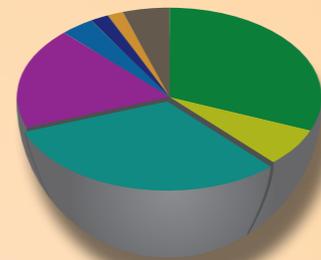
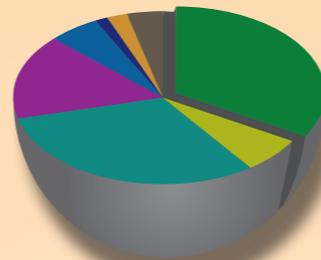
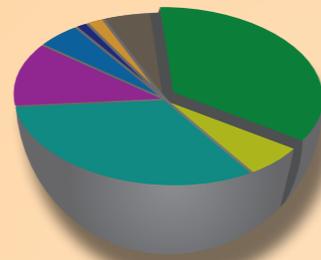
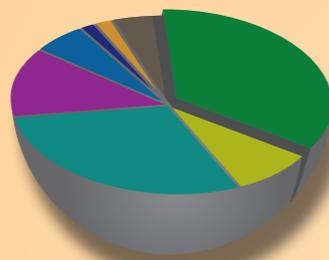
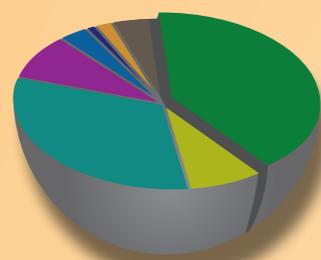
2015

2016

2017

2018

2019



Entwicklung in Zahlen



gedruckte Form

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
64,6%	61,2%	56,8%	54,6%	49,1%	49,1%	47,9%



Online Smartphone

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
14,2%	22,6%	19,5%	26,2%	30,2%	29,6%	36,5%



CD-ROM

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
3%	3,4%	3,3%	3,5%	2,5%	2,6%	1,8%



Telefonauskunft

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
13,3%	15,7%	10,7%	10,8%	11,8%	10,5%	12,5%



über Apps

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
5,4%	10,3%	8,1%	8,7%	5,9%	7,8%	7,8%



nichts davon

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
6,4%	7,6%	8,3%	6,2%	8,2%	8,1%	6,0%



Online PC, Notebook

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
50,8%	51,4%	53%	50,8%	51,2%	48,1%	53,1%



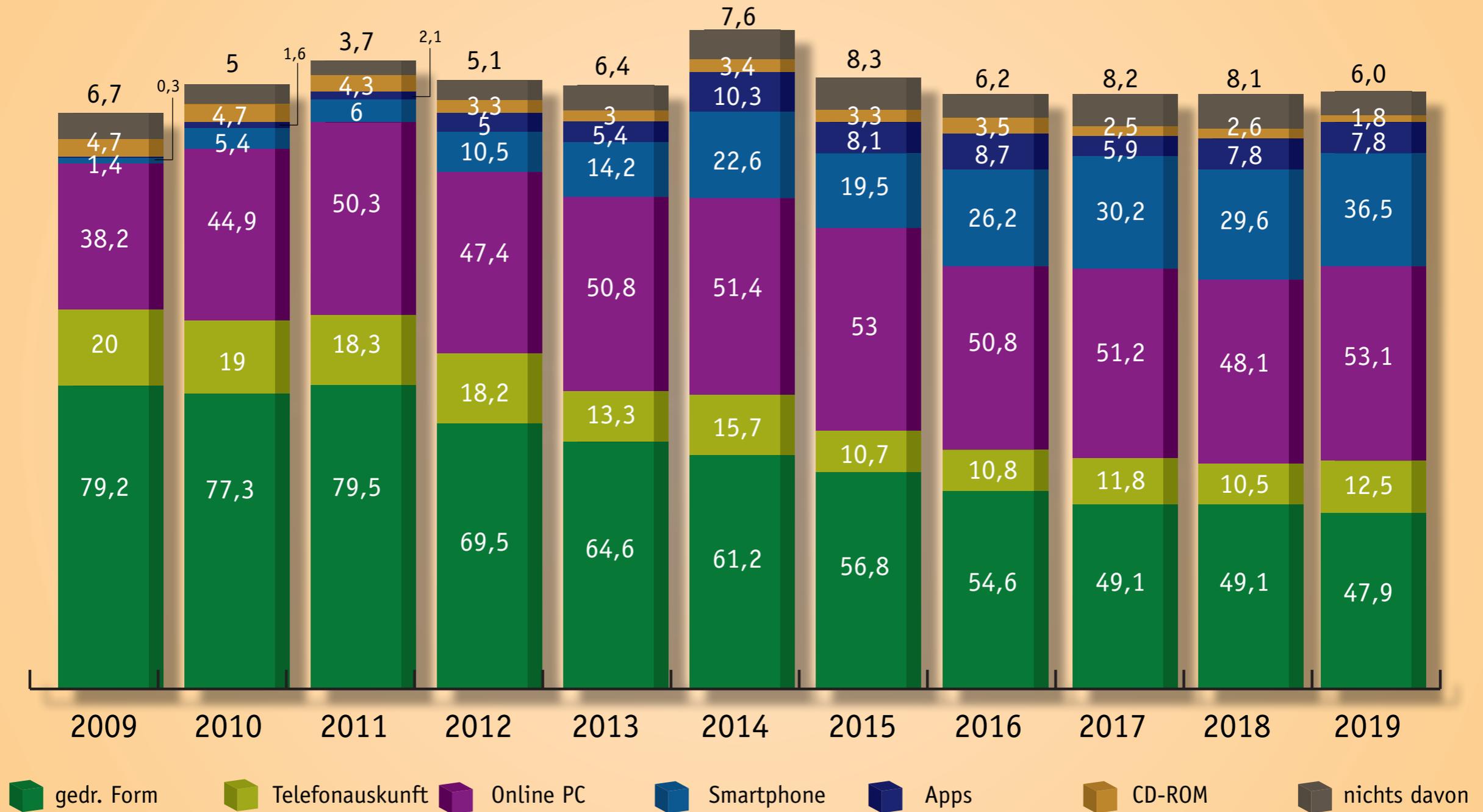
über Navi-Geräte

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1,9%	2,6%	2,2%	2,5%	3,4%	3,1%	4,0%



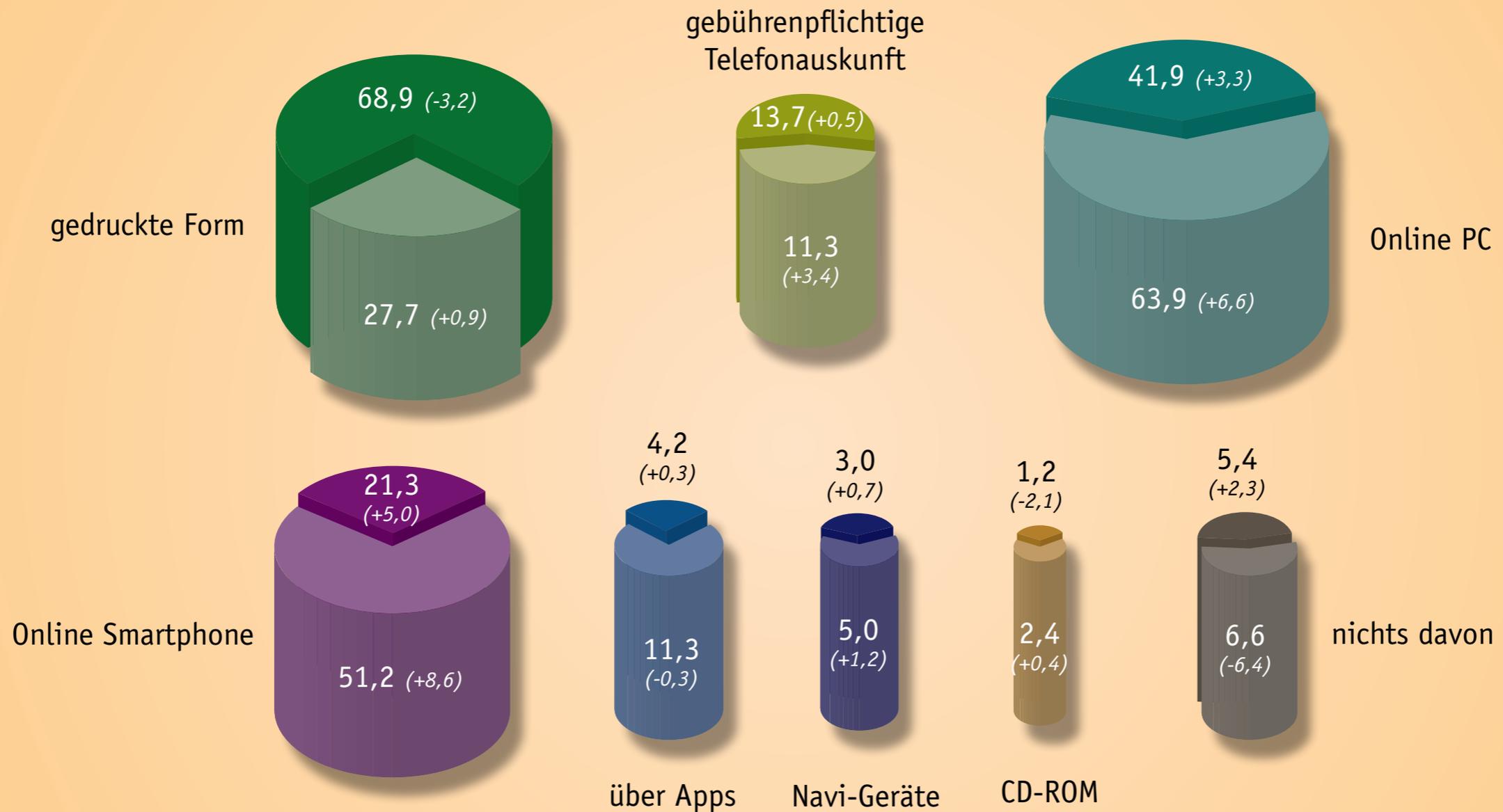
Nutzung von Verzeichnismedien 2009-2019

Angaben in Prozent



Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Alter

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



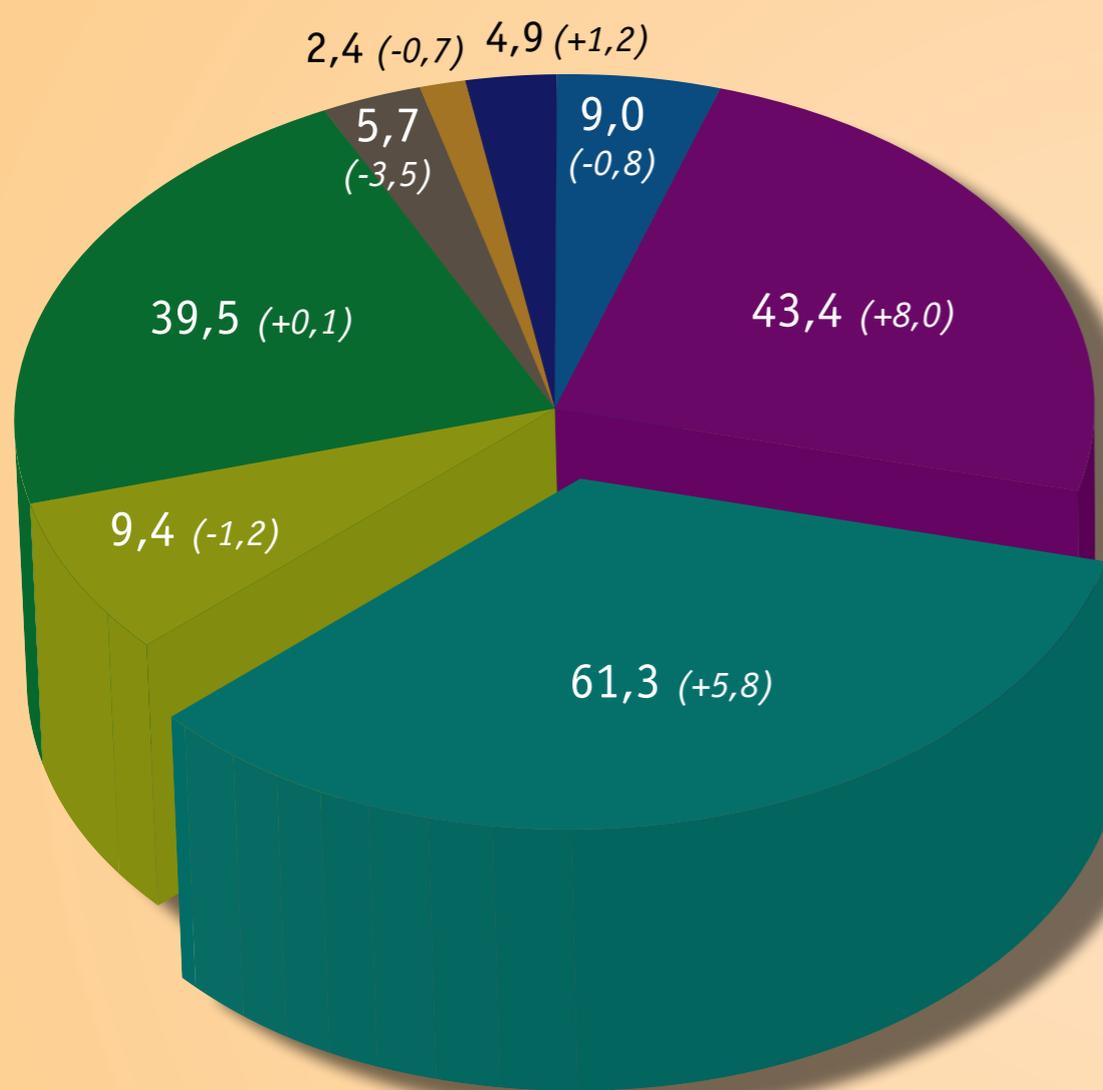
Heller Farbton: Altersgruppe bis 49 Jahre, Ipsos Dez. 2019

Dunkler Farbton: Altersgruppe 50 Jahre und älter, Ipsos Dez. 2019

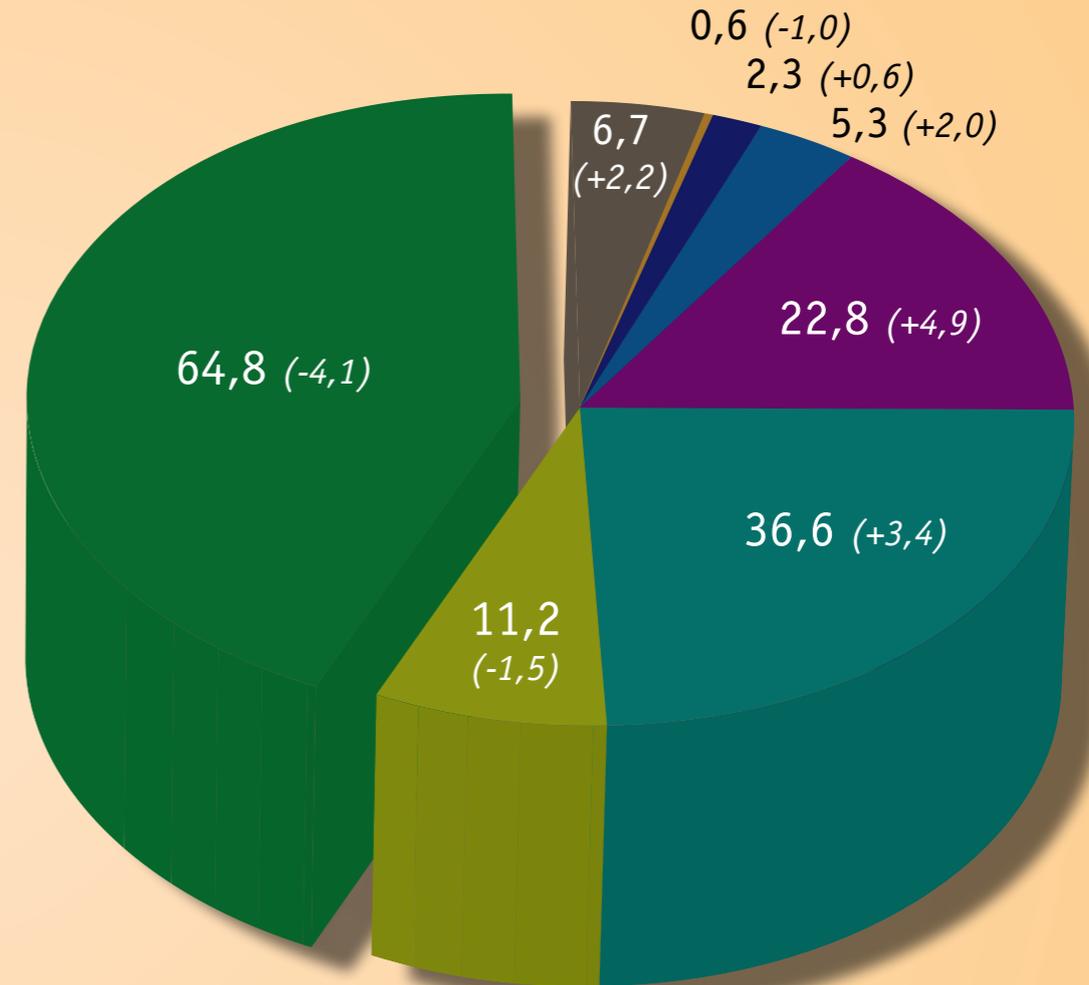
Achtung: Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Personen mit **weiterführender Schulbildung**

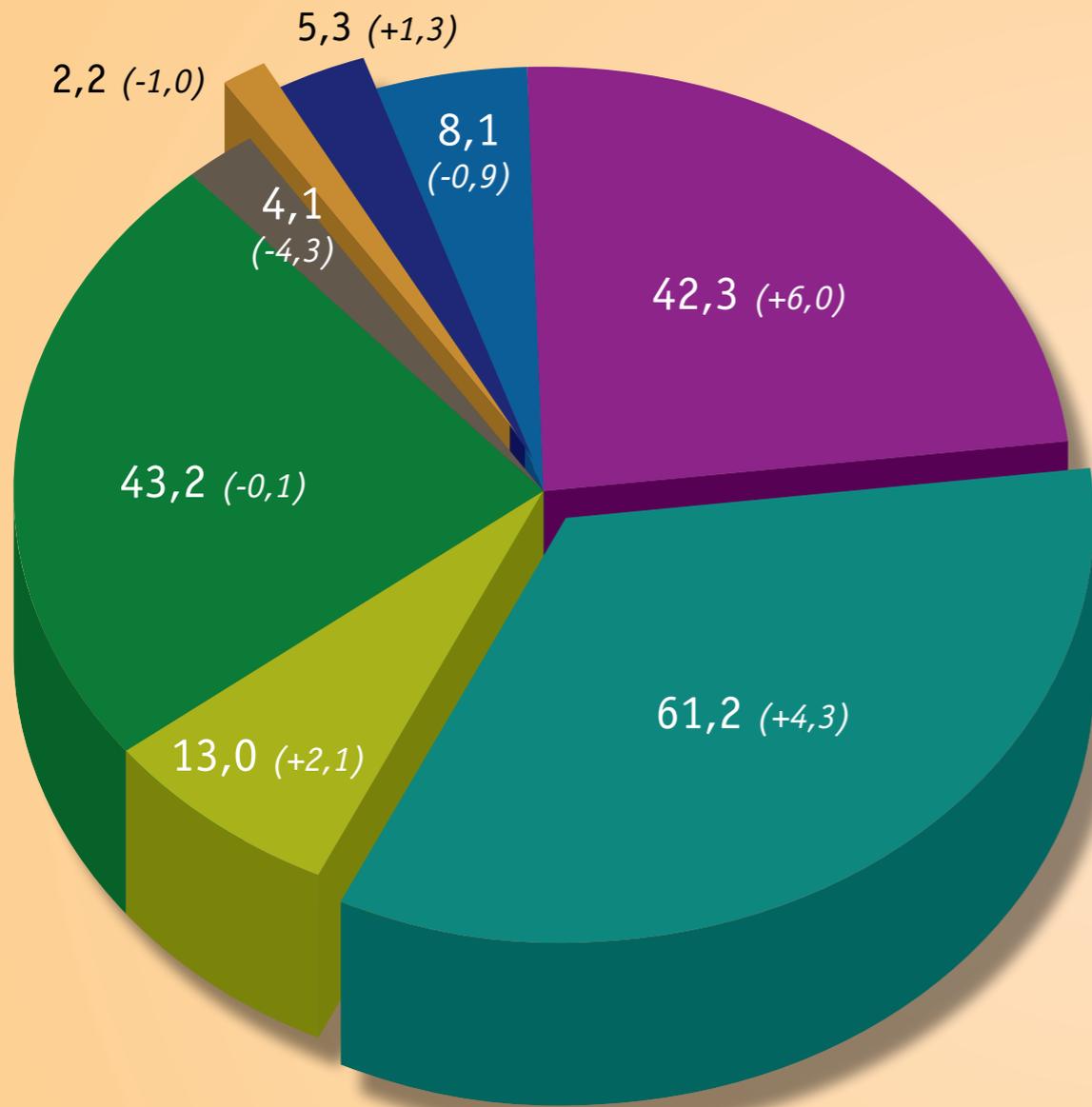


Personen mit **Hauptschulbildung**

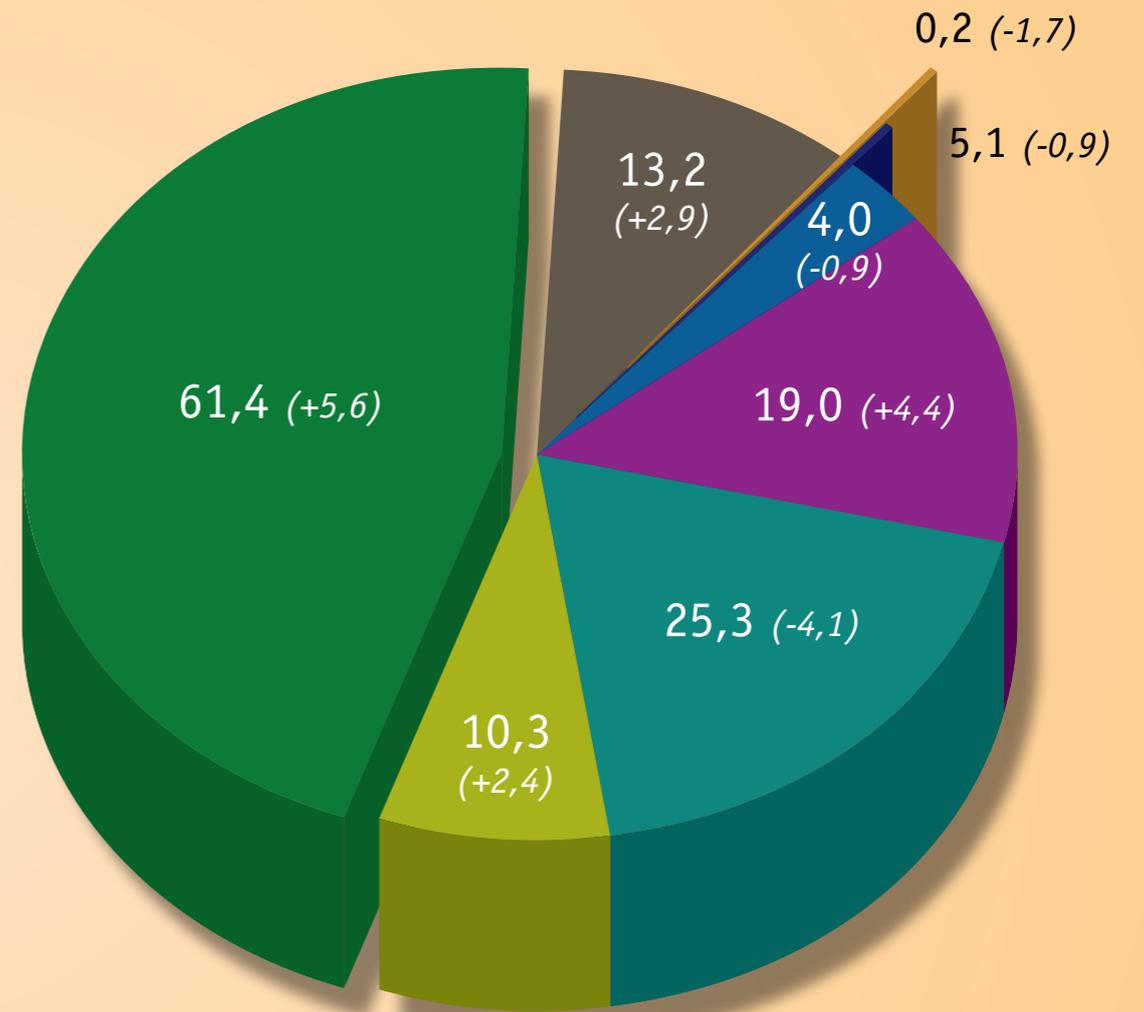
- gedruckte Form
- Telefonauskunft
- Online PC
- Online Smartphone
- Apps
- Navi-Geräte
- CD-ROM
- nichts davon

Nutzung von Verzeichnismedien – Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nettoeinkommen **2.000 Euro und mehr**

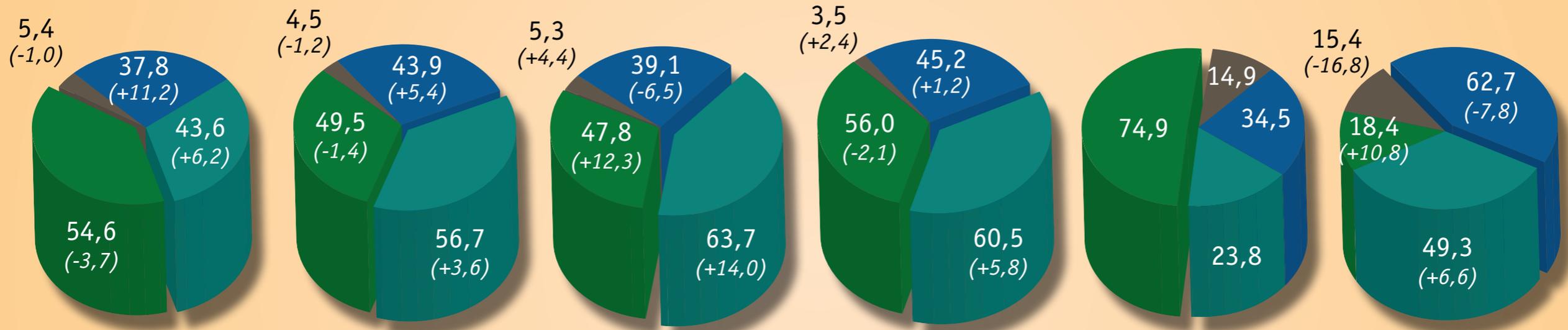


Nettoeinkommen **bis 1.500€uro**

- gedruckte Form
- Telefonauskunft
- Online PC
- Online Smartphone
- Apps
- Navi-Geräte
- CD-ROM
- nichts davon

Nutzung nach Berufsgruppen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



(2019 aufgrund zu geringer Fallzahlen nicht mit Vorjahr vergleichbar)

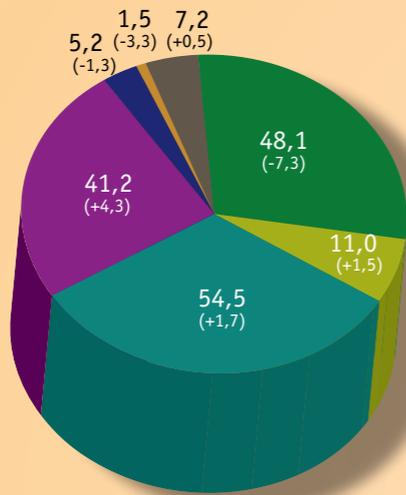


Achtung: Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

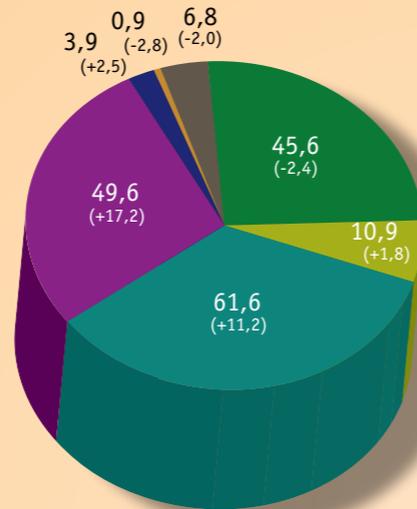
Regionale Unterschiede nach Nielsen-Gebieten

Veränderung in %-Punkten, bei mobiler- und Nicht-Nutzung in Klammern die Entwicklung im Vergleich zu 2018

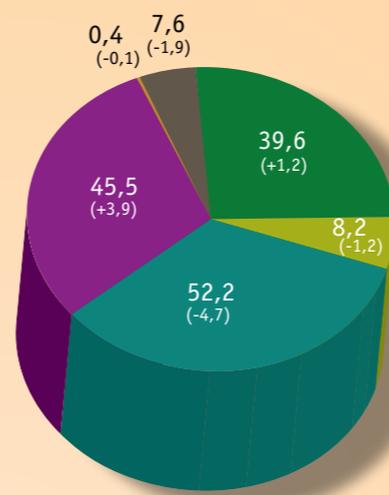
Hamburg/Bremen/Schleswig
Holstein/ Niedersachsen (Nielsen I)



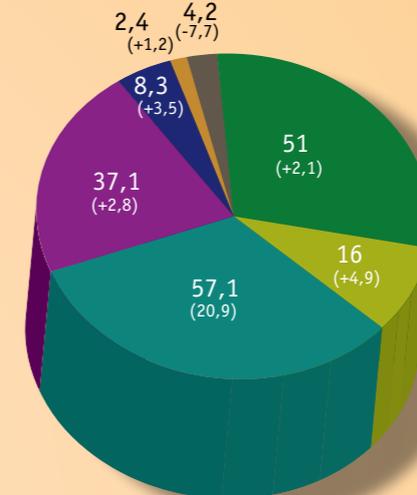
NRW
(Nielsen II)



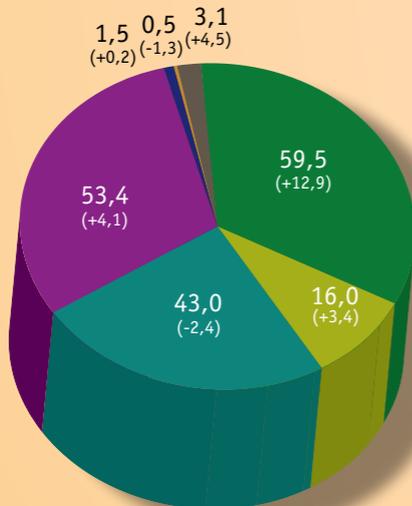
Hessen/Rheinland Pfalz/Saarland
(Nielsen IIIa)



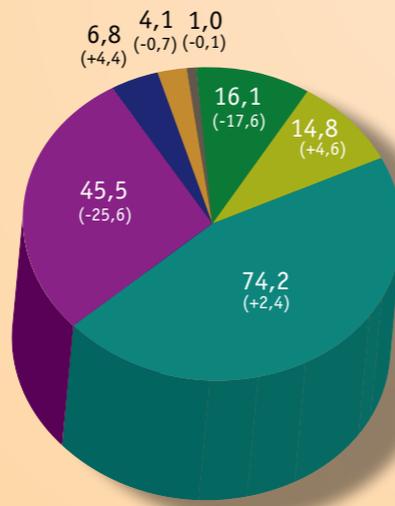
Baden Württemberg
(Nielsen IIIb)



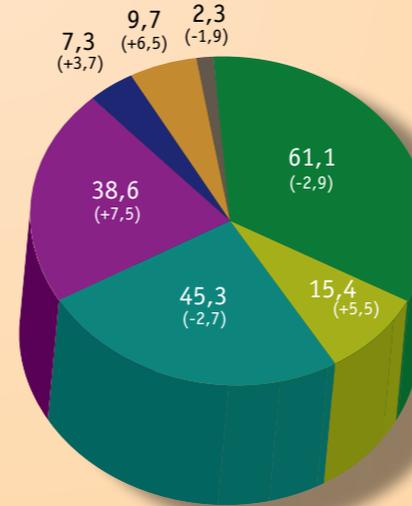
Bayern
(Nielsen IV)



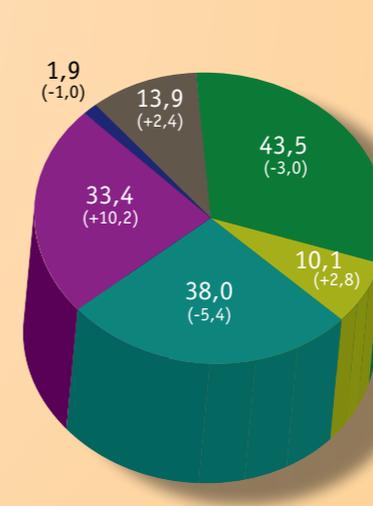
Berlin West (Nielsen Va)
Berlin Ost (Nielsen Vb)



Brandenburg/Meck Pom/
Sachsen Anhalt (Nielsen VI)



Sachsen/Thüringen
(Nielsen VII)



gedruckte Form
Navi-Geräte

Telefonauskunft
CD-ROM

Online PC
nichts davon

Online Smartphone
(online & APPs)

Zwischenfazit

- **Verzeichnismedien sind und bleiben auch 2019 fester Bestandteil des Alltags der Deutschen, 94 % nutzen 2019 die verschiedenen medialen Angebote dieser Mediengattung.**
- Im Vergleich zum Vorjahr haben sich die Nutzungsdaten der verschiedenen medialen Angebote weiter zu Gunsten der digitalen Medien entwickelt.
- Hausfrauen, Freiberufler und Selbstständige sind die häufigsten Nutzer von Print-Produkten, deren Nutzung insgesamt auf recht hohem Niveau nur um 1,2 Prozentpunkte (PP) zurückgegangen ist.
- Während die Print-Nutzung bei den Beamten, 2018 noch um rund ein Fünftel auf 60 % gestiegen, nun wieder auf einen Durchschnittswert von 47,8 % zurückgegangen ist, griffen 2019 wieder wesentlich mehr Auszubildende zum Buch, hier stieg die Nutzerzahl von 7,6 auf 18,4 %.
- Vergleichbar mit dieser Entwicklung auch die Zahl der Nicht-Nutzer bei den Auszubildenden – sie sank um mehr als die Hälfte von 32,2 auf 15,4 %.
- Die Anzahl der Nutzer über stationäre PC, die in den letzten vier Jahren mehr oder weniger stagnierte, stieg 2019 um rund zehn Prozent auf 53,1 %.
- Auch die Nutzung der mobilen Angebote veränderte sich 2019 signifikant und stieg von 29,6 % auf 36,5 % um rund ein Fünftel.
- Stagnierend hingegen die Entwicklung bei der APP-Nutzung, die bei 7,8 % verharrte.
- Während die Nutzung über Navis leicht stieg, die der CD hingegen um rund ein Drittel gesunken ist, hat sich die Telefonauskunft leicht erholt und gegenüber 2018 ein Fünftel ihrer Nutzerschaft zurückgewonnen.

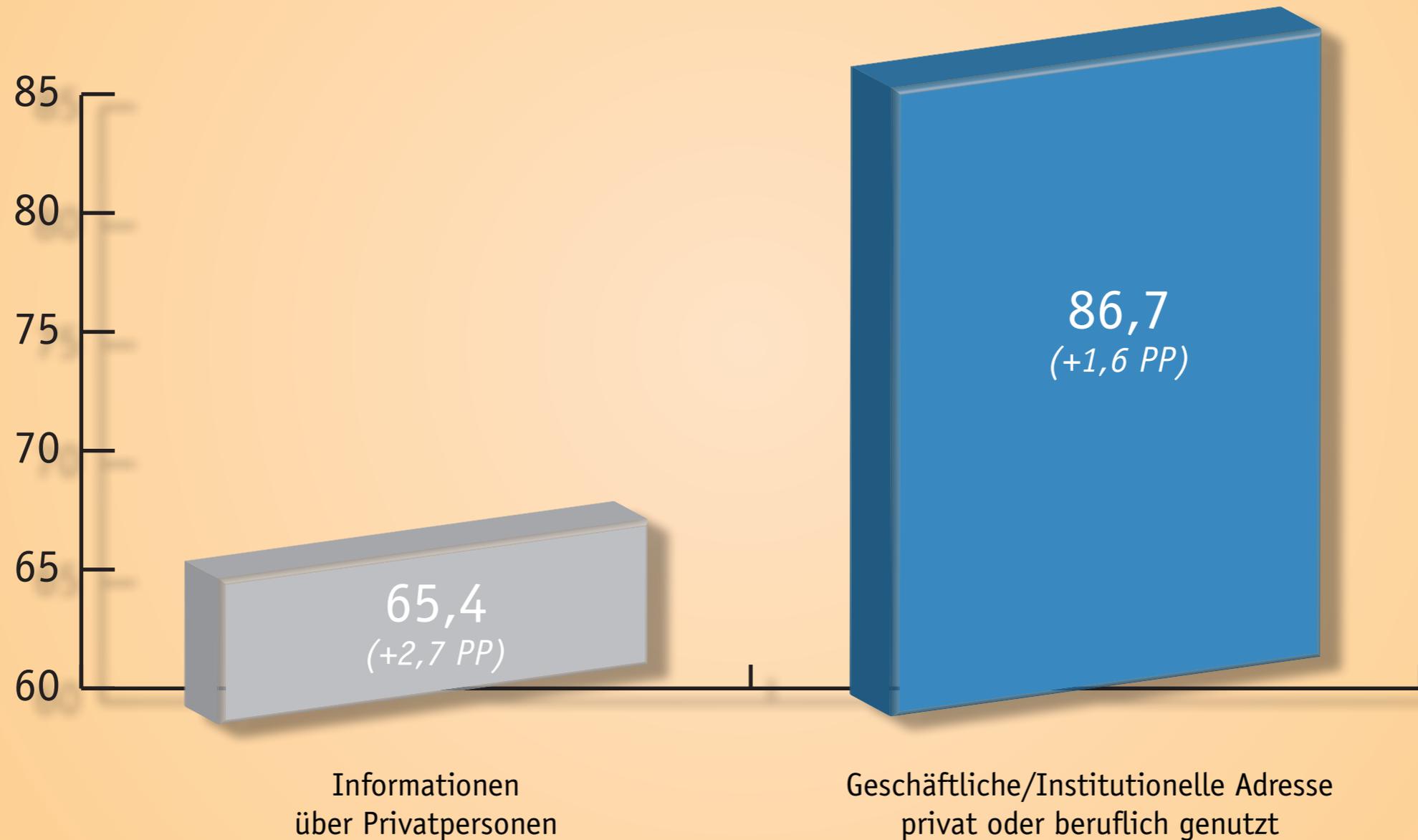
Zusammenfassung

- Nach wie vor besitzt die Grundregel – je älter, desto mehr Print, je jünger, desto mehr mobil – Gültigkeit. Während 82,1 % der Ruheständler nach wie vor zum Buch greifen, waren es (bei allerdings niedrigen Fallzahlen) 2019 immerhin 20,5 % der Heranwachsenden, 25,1 % der Singles (ein Drittel mehr als 2018) und knapp 30 % in der Lifestage Familie.
- Genau im Gegensatz dazu die mobile Nutzung der digitalen Angebote: bei den Ruheständlern nutzten 2019 nur rund 8 % ein Smartphone (2018 waren es noch 5 %), in den Life-Stages der Heranwachsenden bis zur Familie sind es hingegen durchgängig um die 50 %, bei den Singles gar fast 60 %.

Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien

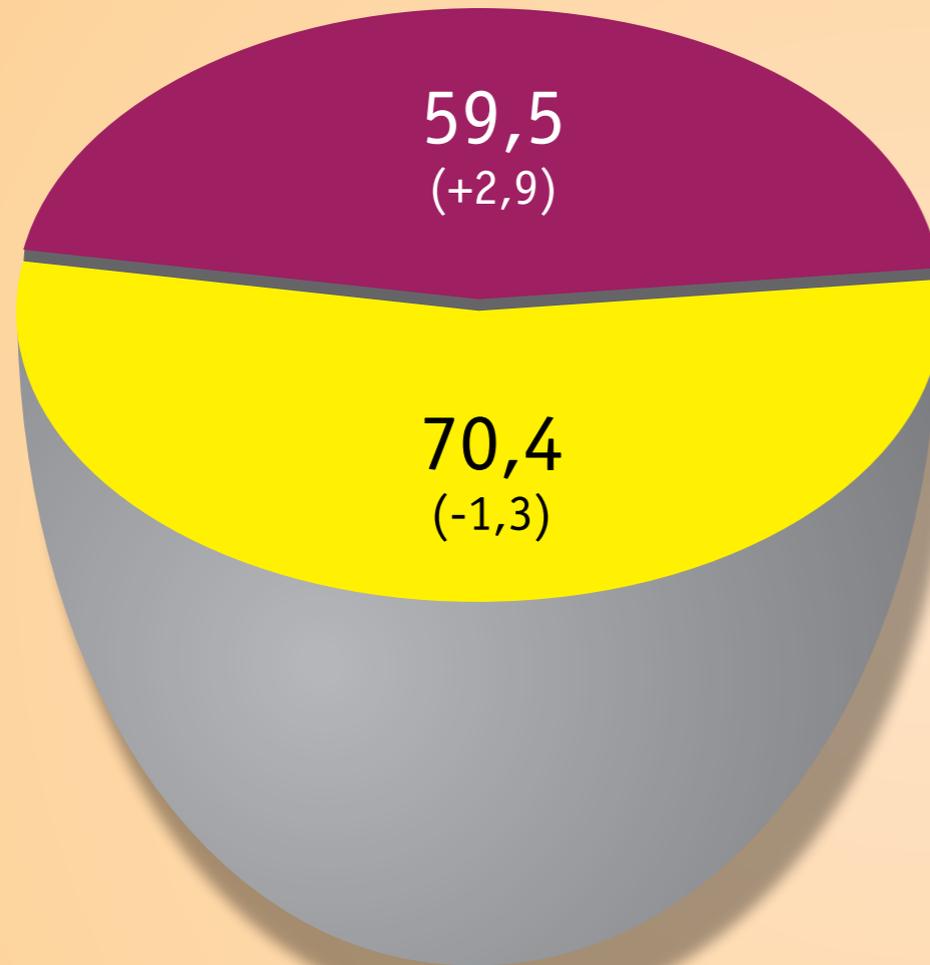
Nutzungsanlässe von Verzeichnismedien – Geschäftliche/behördliche Nutzung aus privatem oder beruflichem Anlass

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



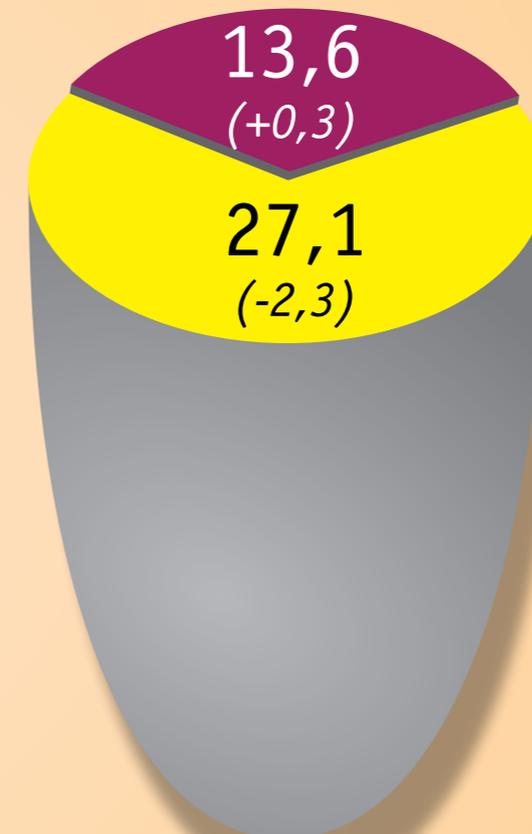
Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Informationen über Produkte,
Dienstleistungen und Firmen
aus privatem Anlass

 Personen mit einem Einkommen bis **unter 1.500 Euro**



Informationen über Produkte,
Dienstleistungen und Firmen
aus beruflichem Anlass

 Personen mit einem Einkommen von **2.000 Euro und mehr**

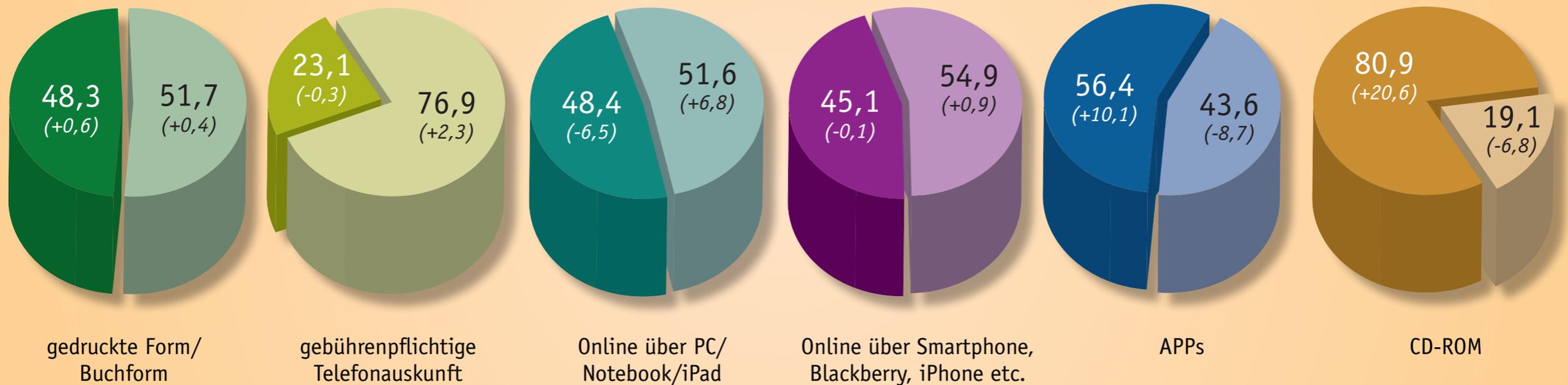
Zwischenfazit

- In Verzeichnismedien wird sowohl nach Privatpersonen, als auch nach gewerblichen und institutionellen Kommunikationspartnern gesucht.
- **Die Suche nach privaten Personen ist nach einem leichten Minus in 2018 im letzten Jahr wieder auf 65,4 % gestiegen, der Bedarf nach privaten Kontaktaufnahmen also nach wie vor vorhanden,** obwohl die Nutzer immer häufiger feststellen müssen, dass aufgrund der restriktiven Eintragungsmodalitäten und des Antragserfordernisses immer weniger Private in den Verzeichnissen zu finden sind. Dies betrifft natürlich insbesondere die Rufnummern mobiler Anschlüsse. *Zum Vergleich: Facebook verfügt über WhatsApp nicht nur über 100 % der deutschen Kommunikationsadressen, sondern zudem über intime Kenntnis der dahinter stehenden Netzwerke.*
- **Auch die Zahl der Suchen nach geschäftlichen und institutionellen Kommunikationsadressen ist erneut um 1,6 PP auf 86,7 % gestiegen.** Damit hat sich der Wert in den letzten sechs Jahren um mehr als ein Viertel gesteigert.
- Für Gewerbetreibende ist ein Verzeichniseintrag daher nach wie vor ein Muss und sollte oberste Priorität in der Unternehmenskommunikation haben. Der Nutzer sucht gerade hier nach validen und vertrauensvollen Informationen zu potentiellen Geschäftspartnern, Dienstleistern und Handwerkern.

Nutzungshäufigkeit von Auskunfts- und Verzeichnismedien

Nutzungshäufigkeit von Verzeichnismedien – nach medialer Ausprägung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



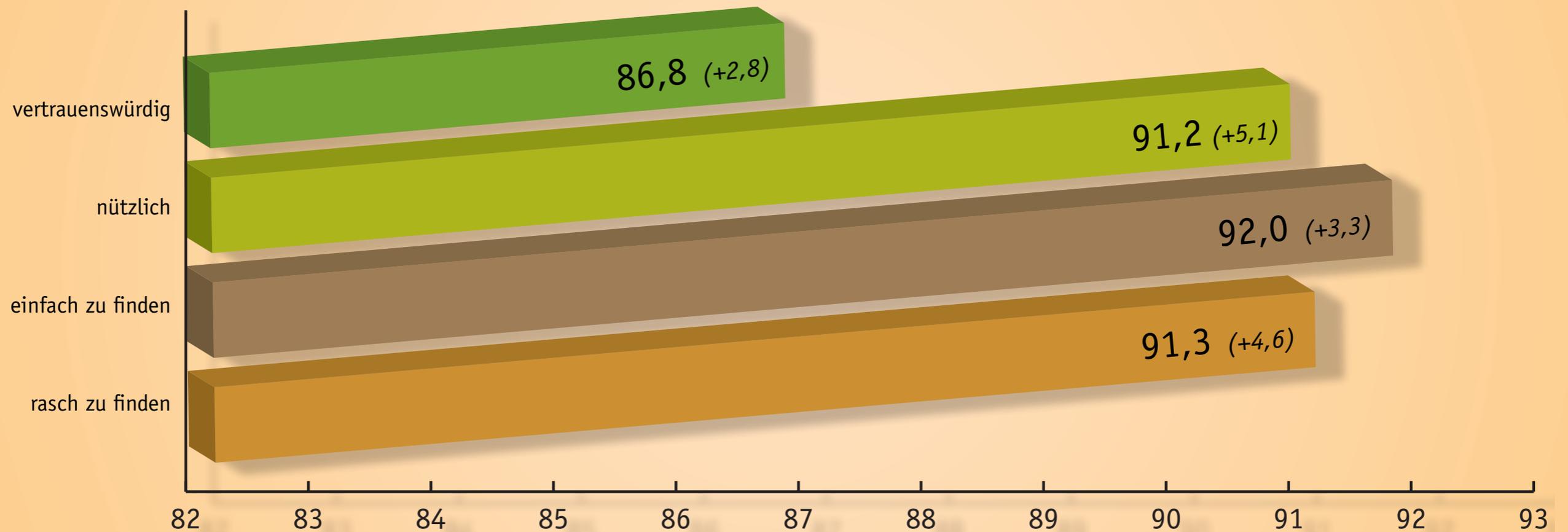
-  Dunkler Farbton: **einmal pro Monat und häufiger**
-  Heller Farbton: **seltener**

Subjektive Kriterien

Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind ...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Gesamtfazit

Die Ergebnisse der Nutzerstudie 2019 belegen erneut, dass die Verzeichnismedien nach wie vor ein außergewöhnlich positives Profil besitzen.

- In den sog. subjektiven Werten – Vertrauen, Nutzen, Handhabbarkeit – sind die Verzeichnismedien nach wie vor so gut wie unschlagbar.
- Alle diese Werte sind 2019 nochmals auf Werte nahe der 90 % oder sogar darüber gestiegen.
- Nach dem Edelman Trust Barometer, der jährlich durchgeführten Untersuchung eines renommierten US-amerikanischen Instituts, liegt der weltweit ermittelte Vertrauenswert in die Medien aktuell bei knapp über 50 %.
- **Laut Edelman 2019 liegt der Vertrauensindex in die traditionellen Medien bei 60 %, im Search – also durchaus eine vergleichbare Branche - bei 59 % und bei den sozialen Medien bei nur 34 % – den Informationen aus und in Verzeichnismedien vertrauen aktuell 86,8 % und damit nochmals 2,8 PP mehr als 2018.**

**Danke für Ihr Interesse
an dieser Studie!**