

Studie zur Nutzung von Auskunftsw- und Verzeichnismedien im Jahr 2016



Stand: Januar 2017

Der [vdav] – Verband Deutscher Auskunftsw- und Verzeichnismedien e.V. hat im November 2016 zusammen mit dem vft Verband freier Telefonbuch- und Verzeichnismedien e.V., die 16. repräsentative Bevölkerungsbefragung bei Personen ab 14 Jahren zur Nutzung von Auskunftsw- 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.

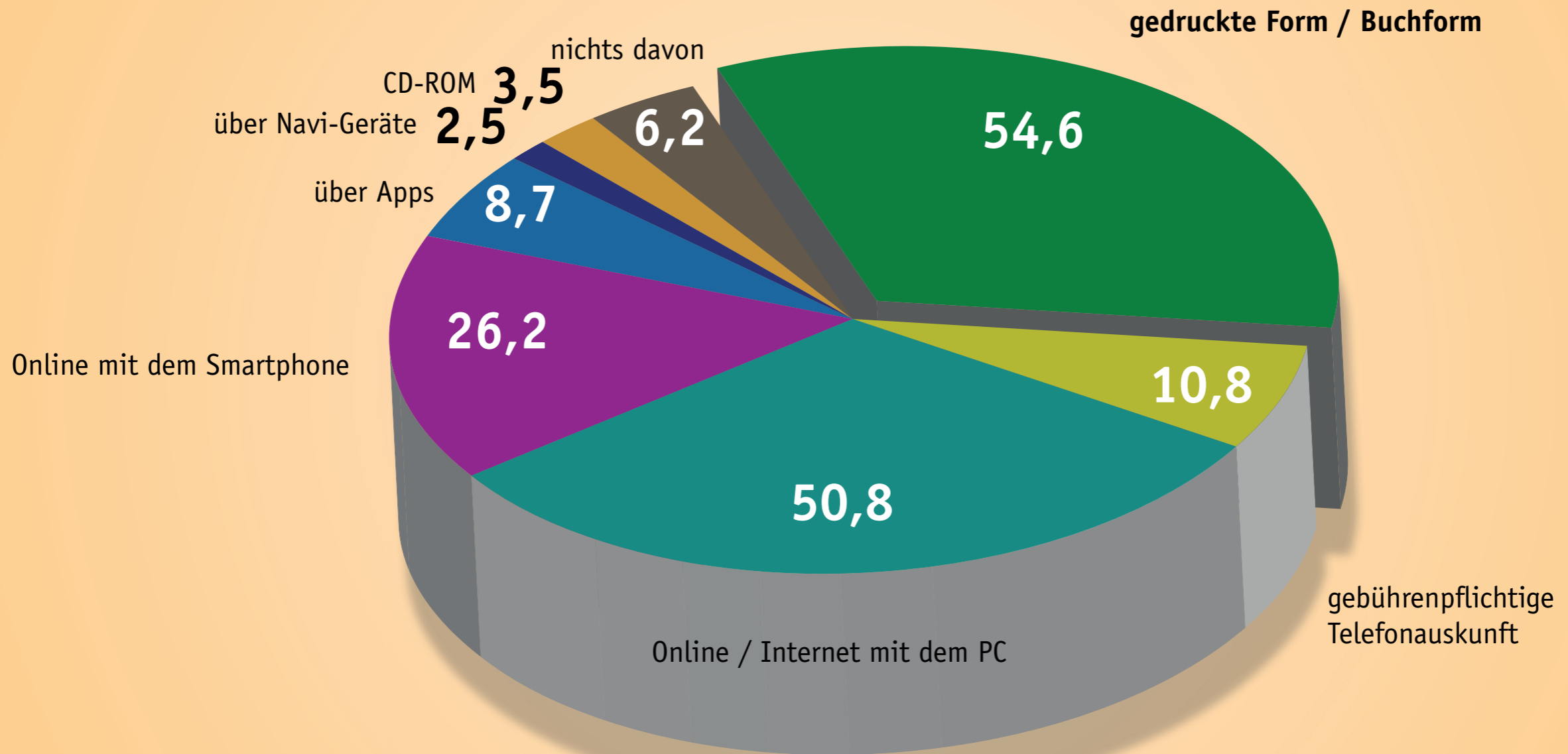
vft
AUSKUNFTSMEDIEN
regional stark – gemeinsam erfolgreich

[vdav]

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

Nutzung von Verzeichnismedien 2016 insgesamt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nutzung von Verzeichnismedien 2011-2016

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

2011

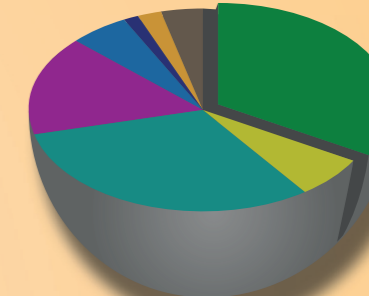
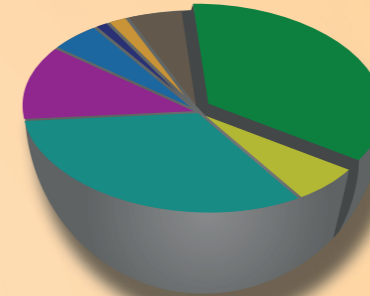
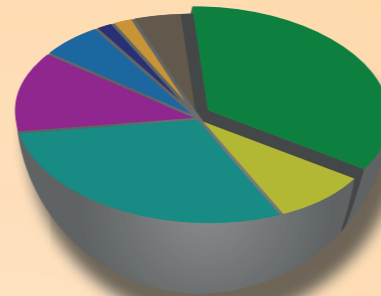
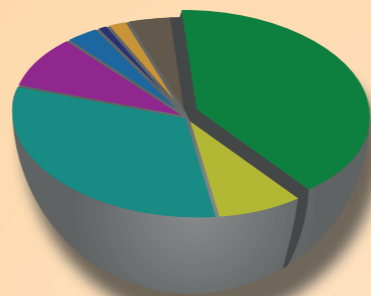
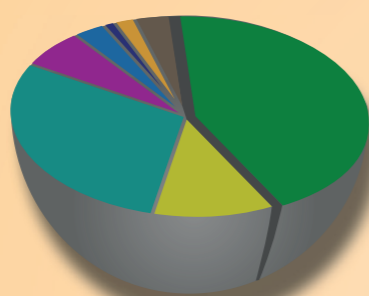
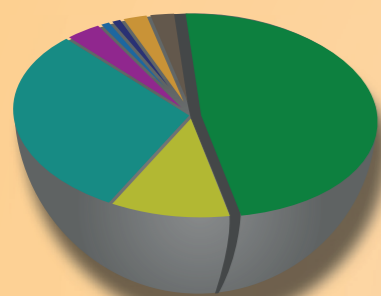
2012

2013

2014

2015

2016

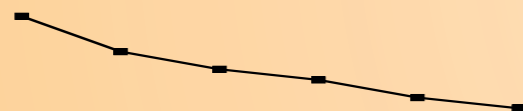


Entwicklung in Zahlen



gedruckte Form

2011	2012	2013	2014	2015	2016
79,5%	69,5%	64,6%	61,2%	56,8%	54,6%



Telefonauskunft

2011	2012	2013	2014	2015	2016
18,3%	18,2%	13,3%	15,7%	10,7%	10,8%



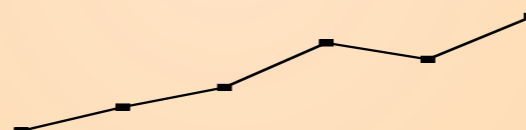
Online PC, Notebook

2011	2012	2013	2014	2015	2016
50,3%	47,4%	50,8%	51,4%	53%	50,8%



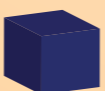
Online Smartphone

2011	2012	2013	2014	2015	2016
6%	10,5%	14,2%	22,6%	19,5%	26,2%



über Apps

2011	2012	2013	2014	2015	2016
2,1%	5%	5,4%	10,3%	8,1%	8,7%



über Navi-Geräte

2011	2012	2013	2014	2015	2016
1,7%	1,5%	1,9%	2,6%	2,2%	2,5%



CD-ROM

2011	2012	2013	2014	2015	2016
4,3%	3,3%	3%	3,4%	3,3%	3,5%



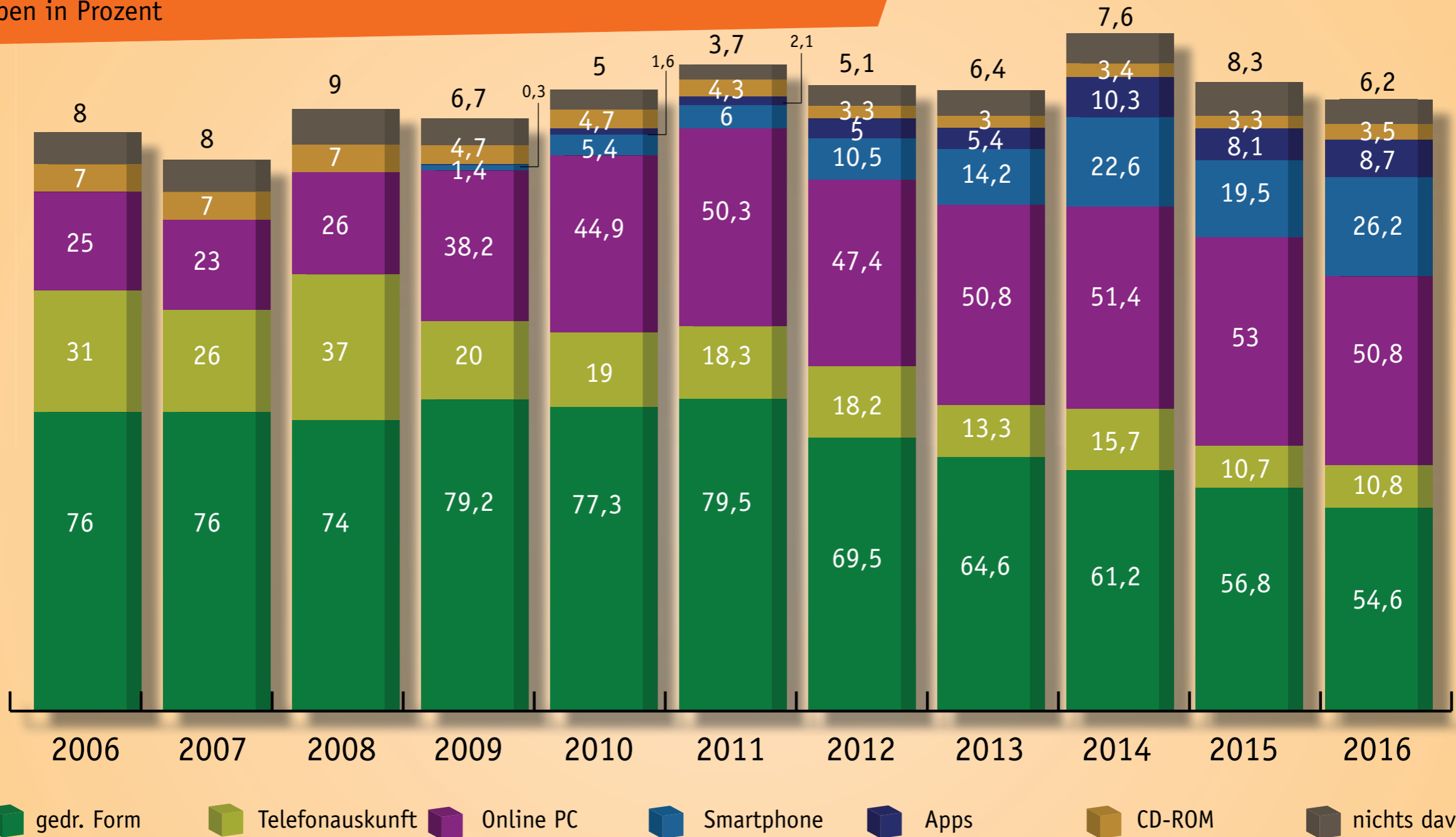
nichts davon

2011	2012	2013	2014	2015	2016
3,7%	5,1%	6,4%	7,6%	8,3%	6,2%



Nutzung von Verzeichnismedien 2006-2016

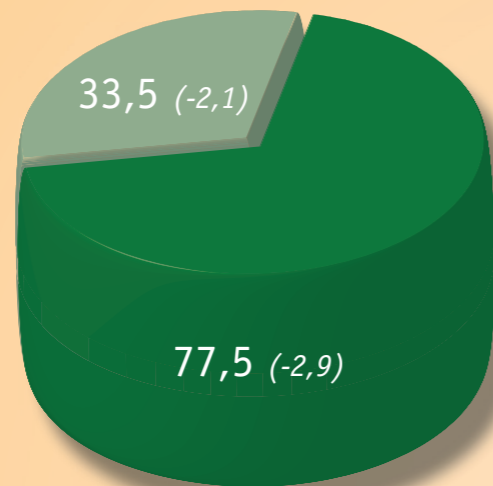
Angaben in Prozent



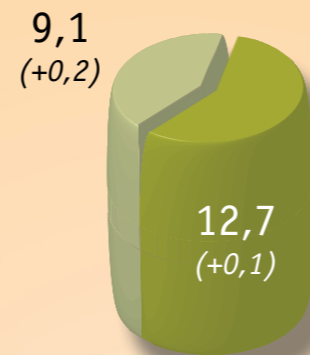
Aufgrund geänderter Fragestellungen sind die Ergebnisse ab 2008 nur bedingt mit den Ergebnissen von 2007 und davor vergleichbar. Ab 2009 wurden zusätzliche Antwortmöglichkeiten (Nutzung online über Smartphones, Blackberry, iPhone etc. und Nutzung von Apps für Smartphones, Blackberry, iPhone etc.) hinzugenommen, um den neu hinzugekommenen Angeboten Rechnung zu tragen.

Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Alter

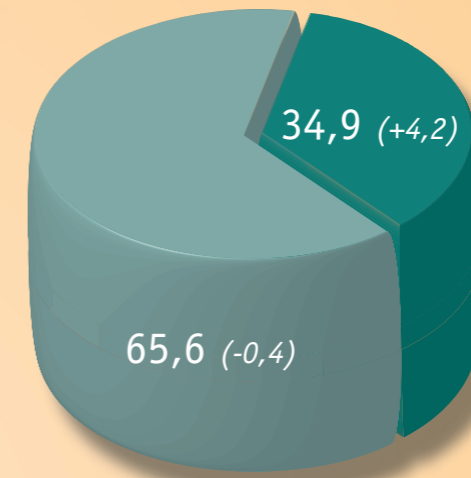
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



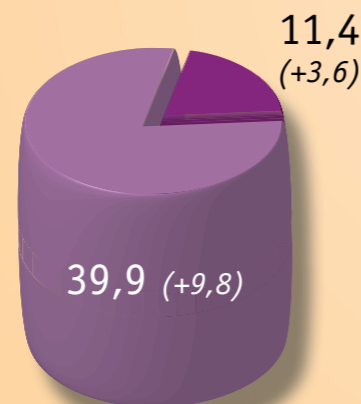
gedruckte Form



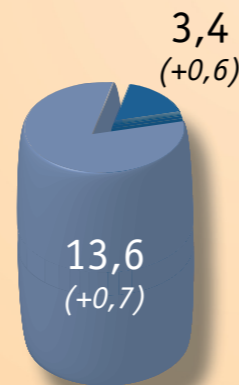
gebührenpflichtige
Telefonauskunft



Online PC



Online Smartphone



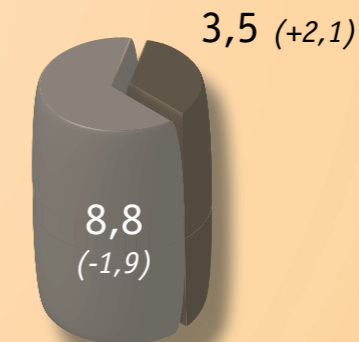
über Apps




Navi-Geräte




CD-ROM



nichts davon

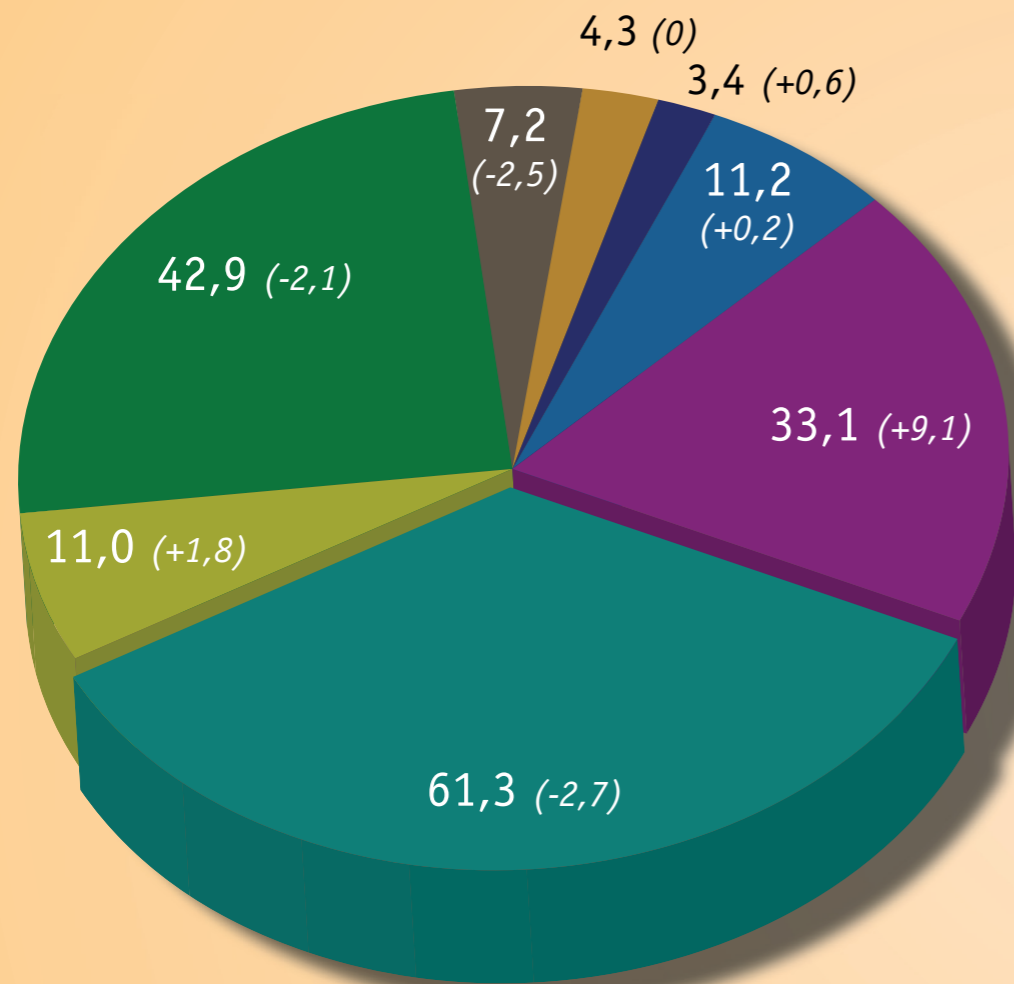
 Heller Farbton: Altersgruppe bis 49 Jahre, Ipsos Nov. 2016

 Dunkler Farbton: Altersgruppe 50 Jahre und älter, Ipsos Nov 2016

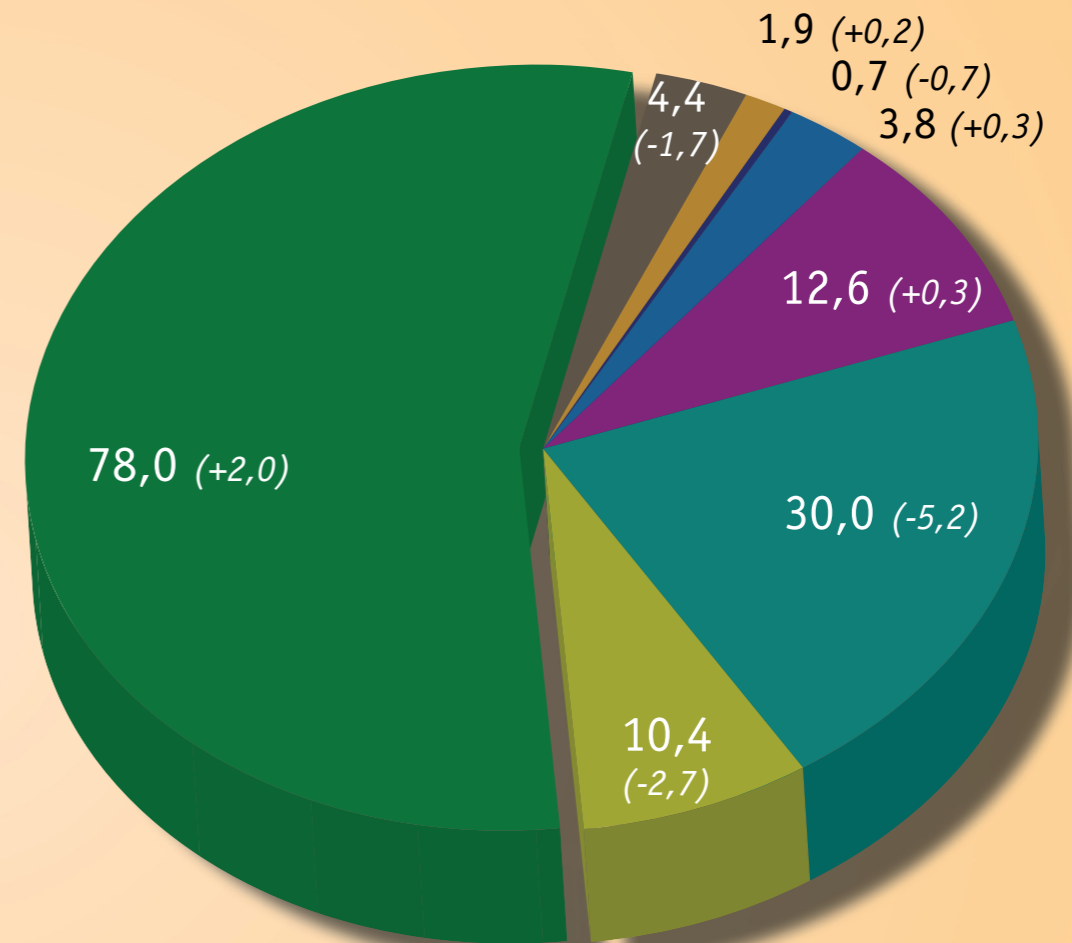
Achtung: Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung









Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Personen mit **weiterführender Schulbildung**

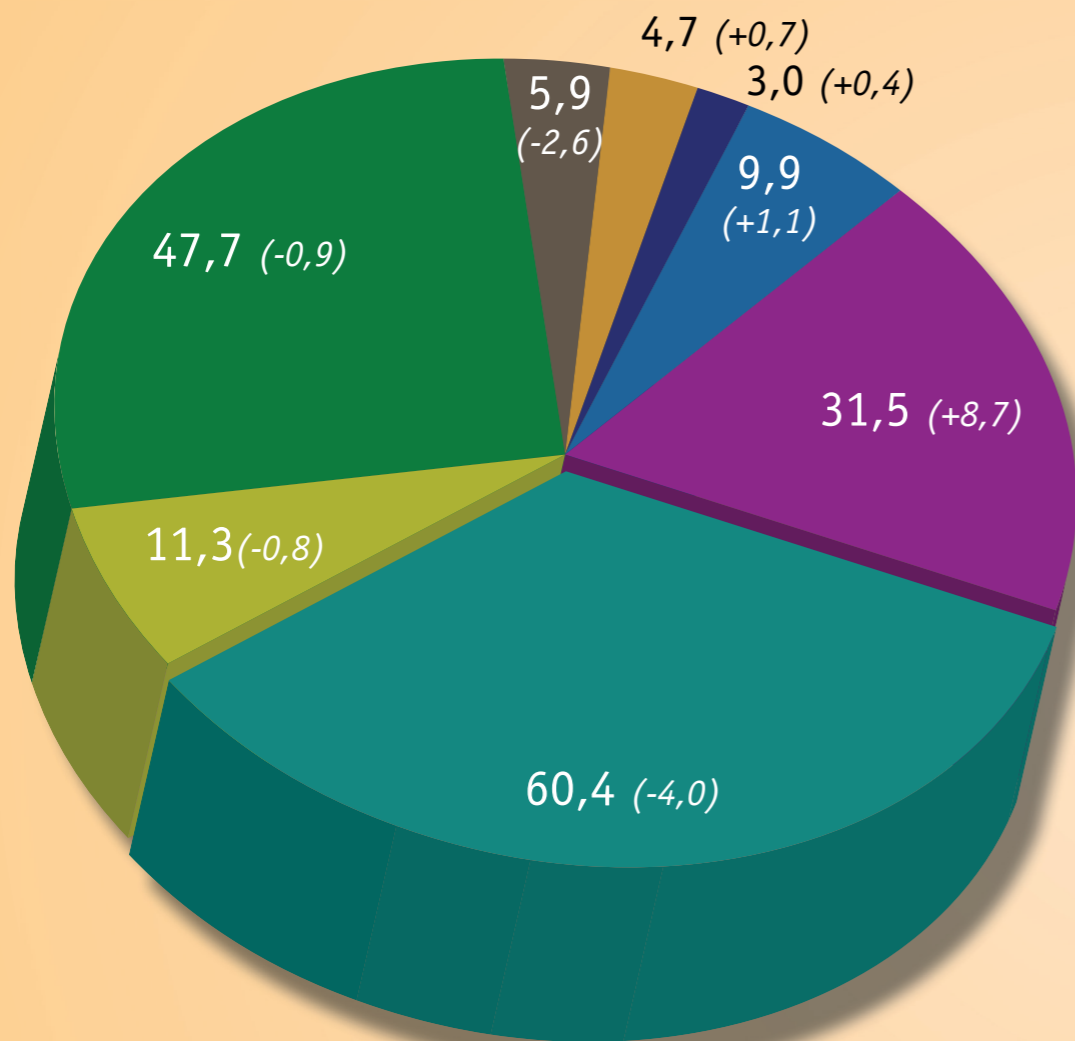


Personen mit **Hauptschulbildung**

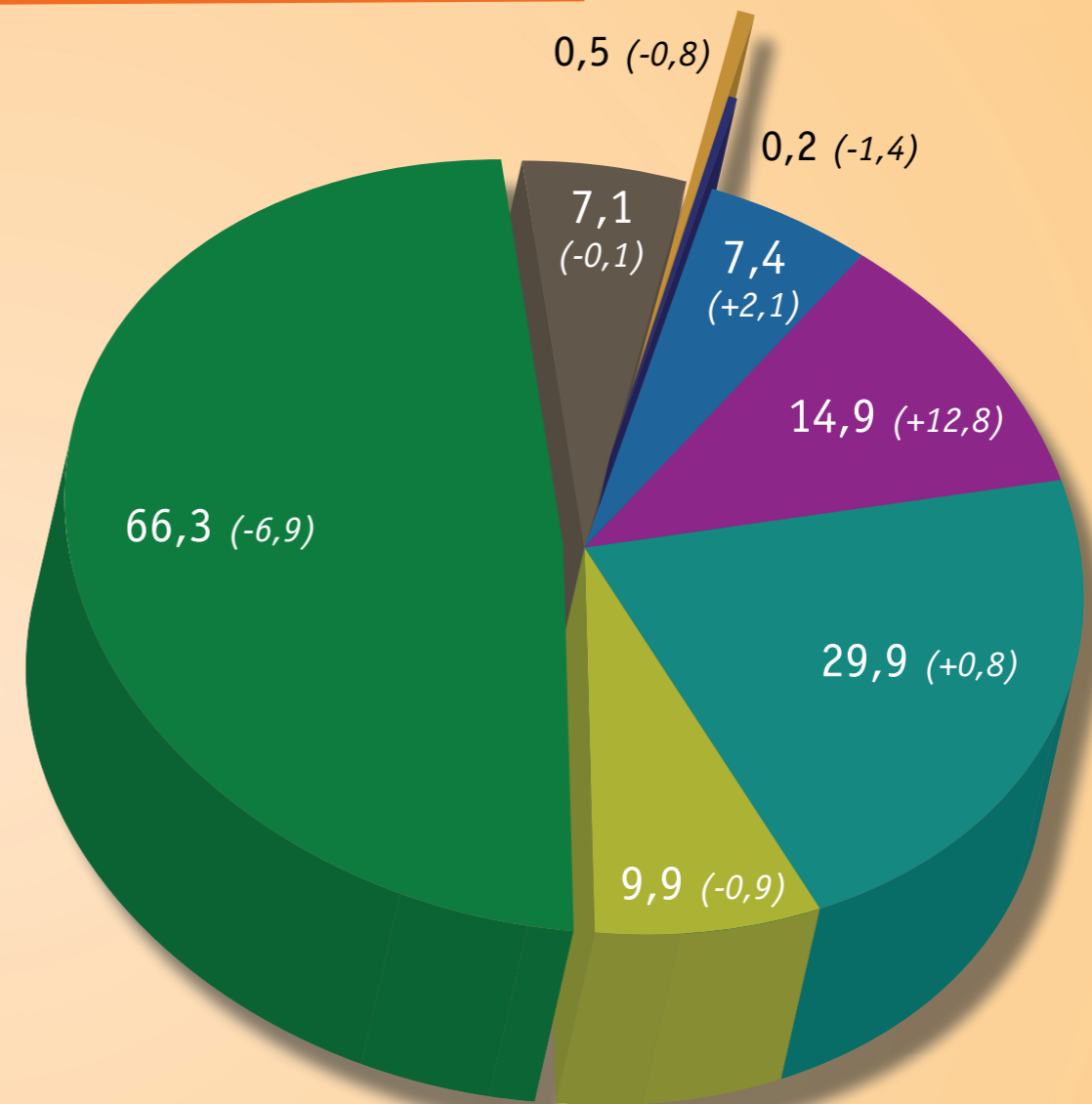
-  gedruckte Form
-  Telefonauskunft
-  Online PC
-  Online Smartphone
-  Apps
-  Navi-Geräte
-  CD-ROM
-  nichts davon

Nutzung von Verzeichnismedien – Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nettoeinkommen **2.000 Euro und mehr**

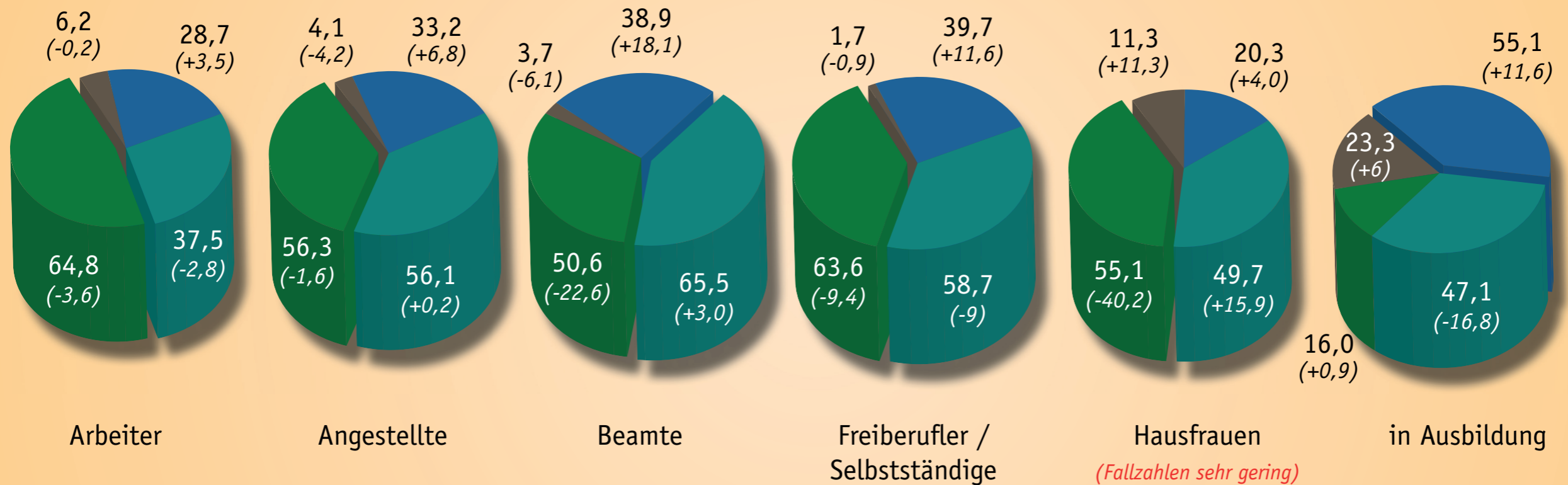


Nettoeinkommen **bis 1.500 Euro**

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

Nutzung nach Berufsgruppen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Print

Online

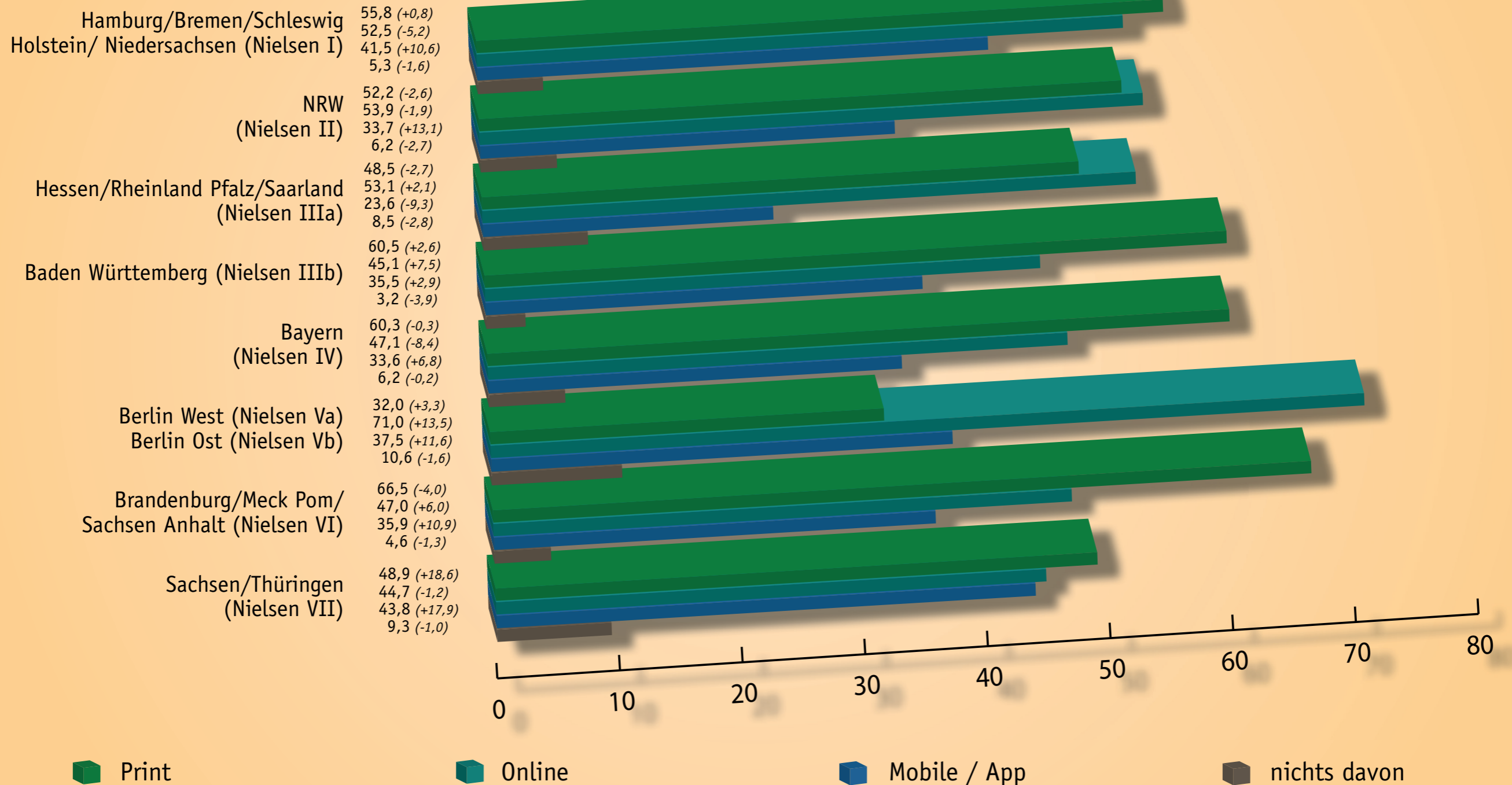
Mobile / App

nichts davon

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 2015



Zwischenfazit

- Verzeichnismedien gehören zum Alltag der Deutschen. Rund 94 %, also **weit mehr als neun von zehn Bundesbürgern** über 14 Jahren nutzen Verzeichnismedien in allen Ausprägungen.
- In der Einzelwertung behaupten die **gedruckten Angebote nach wie vor ihre führende Position**. Mehr als die Hälfte der Deutschen greift nach wie vor zum Buch, auch wenn es hier gravierende Unterschiede je nach Alter und geografischer oder soziodemografischer Art gibt.
- Freiberufler, Selbstständige und Arbeiter sind die häufigsten Nutzer von Print.
- Die Nutzerschaft über stationäres Online stagniert seit zwei Jahren mit leichten Ausschlägen nach oben und unten. Knapp 51 % nutzten 2016 den stationären PC.
- Die Nutzung über mobile Endgeräte wie Smartphones ist 2016 um mehr als ein Viertel auf 26,2 % gestiegen. **Jeder Vierte nutzt damit mobile Devices für seine Suchen.**
- Die Nutzung von Apps ist ebenfalls gestiegen.** Insgesamt hat die mobile Nutzung über Smartphones und Apps im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 25 % zugelegt. Die mobilen Verzeichnis-Angebote nutzt so mehr als ein Drittel (34,9 %) der Deutschen mit steigender Tendenz quer durch alle Berufsgruppen und Altersschichten. Bei den Auszubildenden ist schon mehr als die Hälfte mobil unterwegs, wenn es um die Nutzung von Verzeichnismedien geht.
- Die Telefonauskunft, die 2015 fast ein Drittel ihrer Nutzerschaft verloren hatten, hat 2016 nicht weiter verloren.**
- CD-ROM blieben ebenfalls stabil, sie haben nach wie vor eine treue Fan-Base.

Komplementär-Nutzung verschiedener Formen der Auskunfts- und Verzeichnismedien

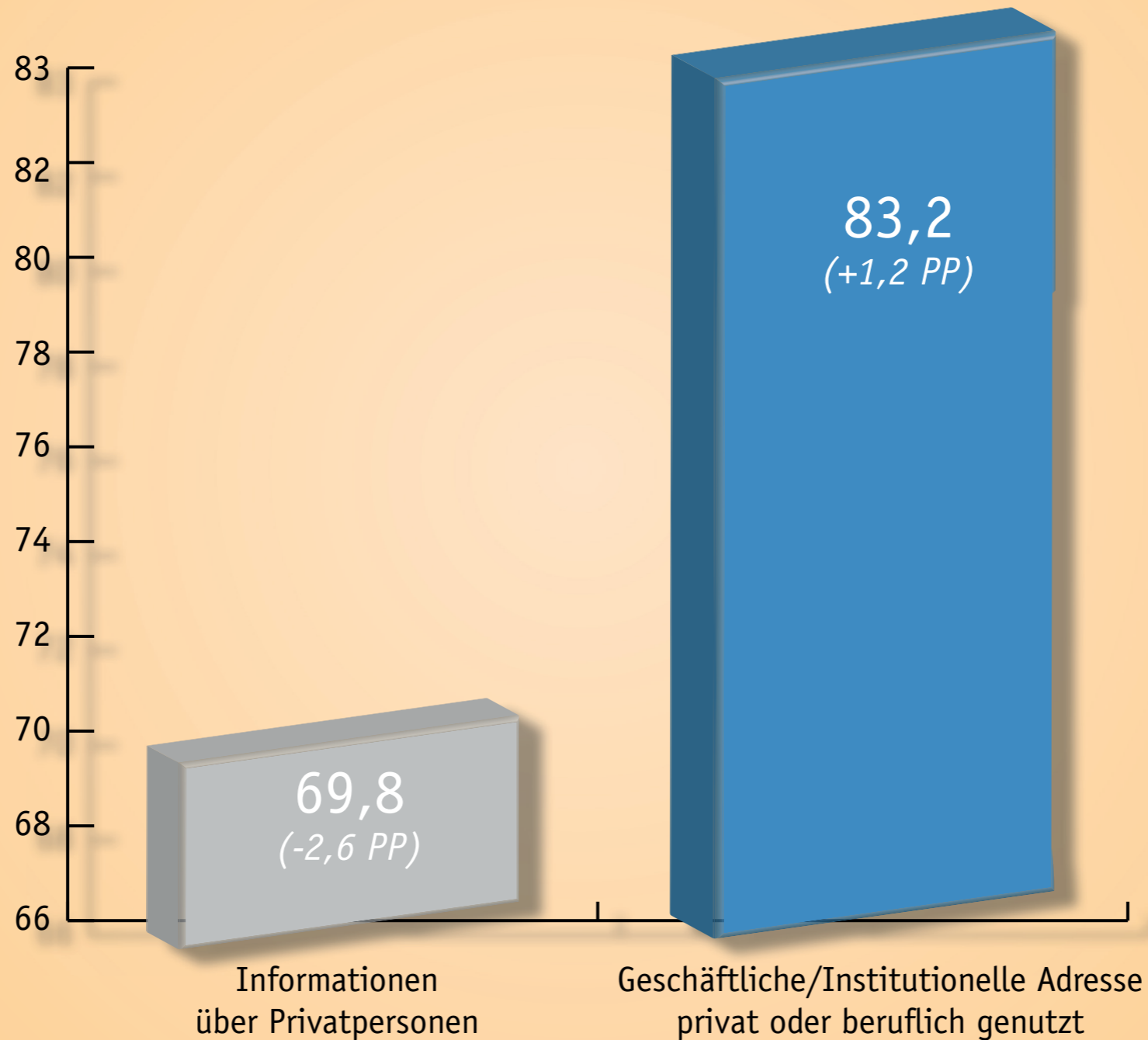
Zusammenfassung

- Während die Anzahl der Nutzer, die neben der stationären Online-Nutzung auch Print nutzen, um 5,7 PP auf 36,9 % zurückgegangen ist, **stieg die Zahl der Nutzer mobiler Angebote**, die bei ihrer Suche auch Print nutzen, um rund ein Drittel (10,3 PP) auf 43,3%.
- Der Anteil derjenigen, die nur Online-Verzeichnisse und gar keine Print-Angebote mehr nutzen, zeichnete sich auch 2016 durch ein relativ markantes soziodemografisches Profil aus. **Weit überdurchschnittlich** gehören die exklusiven Online-Nutzer den **jüngeren und mittleren Altersgruppen** (bis 49 Jahre) an und besitzen noch häufiger als im Vorjahr eine **höhere Schulbildung**.
- Komplementärnutzer** der Verzeichnismedien (Online und Print) sind vor allem in der **mittleren Altersgruppe** vertreten. 63,3 % dieser Personen sind 30 bis 59 Jahre alt.
- Die Anzahl der älteren (50+) exklusiven Online-Nutzer ist von 18,3 % auf aktuell 22,2 % gestiegen, während sich in der Altersgruppe 60+ die Zahl der exklusiven Print-Nutzer kaum verändert hat.

Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien

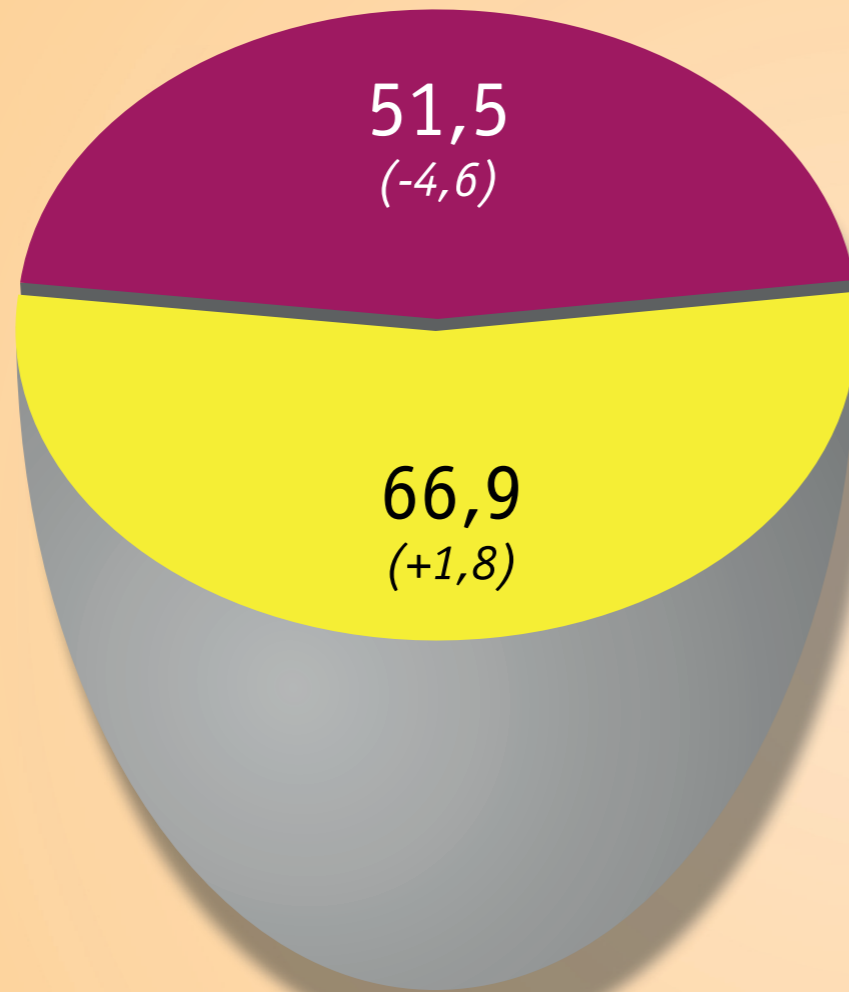
Nutzungsanlässe von Verzeichnismedien – Geschäftliche/behördliche Nutzung aus privatem oder beruflichem Anlass

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

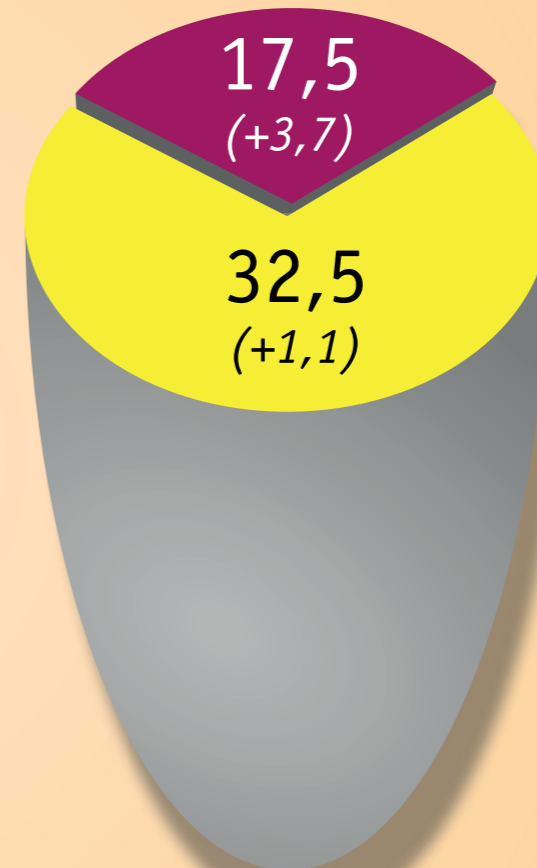


Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie


Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Informationen über Produkte,
Dienstleistungen und Firmen
aus privatem Anlass



Informationen über Produkte,
Dienstleistungen und Firmen
aus beruflichem Anlass

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

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

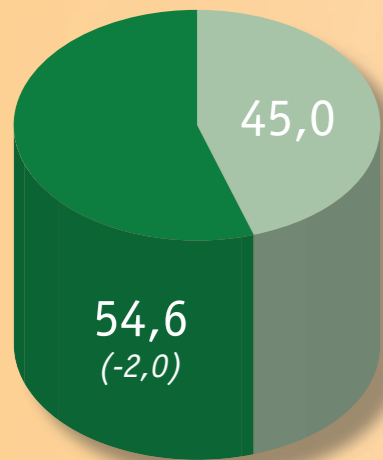
Zwischenfazit

- In Verzeichnismedien wird sowohl nach Privatpersonen, als auch nach gewerblichen und institutionellen Kommunikationsdaten gesucht.
- Die Suche nach Privatpersonen ist 2016 um 2,6 PP gesunken und damit auf dem Niveau des Jahres 2014.
- Die Suche nach **geschäftlichen Kontakten stieg erneut um 1,2 PP auf nunmehr 83,2 %** und hat damit in den letzten drei Jahren **fast 15 % zugelegt**.
- 2016 ist die Nutzung bei der Suche nach Produkten und Dienstleistungen in der Einkommensgruppe über 2.000 Euro erneut gestiegen. **Damit beweisen die Verzeichnismedien nach wie vor ihre hohe Attraktivität** als Werbemedium.
- Verzeichnismedien wurden auch 2016 überproportional von einkommensstärkeren Gruppen genutzt, um Geschäftspartner, sei es aus privaten oder auch aus geschäftlichen Anlässen, zu finden.

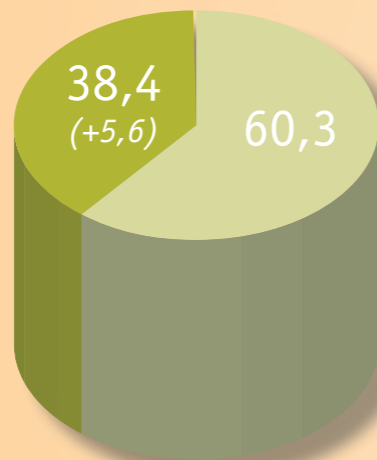
Nutzungshäufigkeit von Auskunfts- und Verzeichnismedien

Nutzungshäufigkeit von Verzeichnismedien – nach medialer Ausprägung

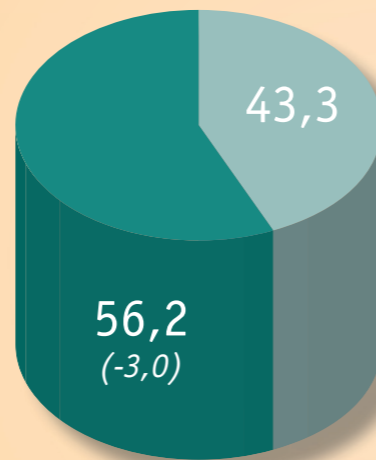
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



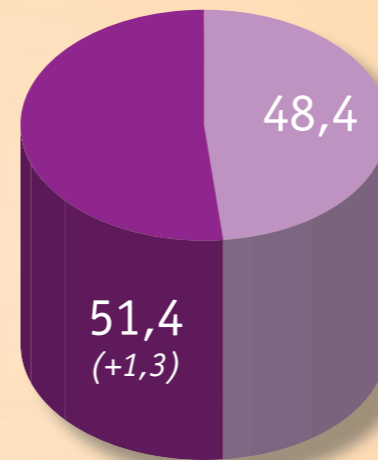
gedruckte Form/
Buchform



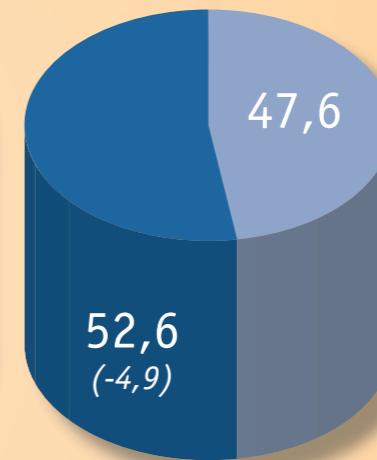
gebührenpflichtige
Telefonauskunft



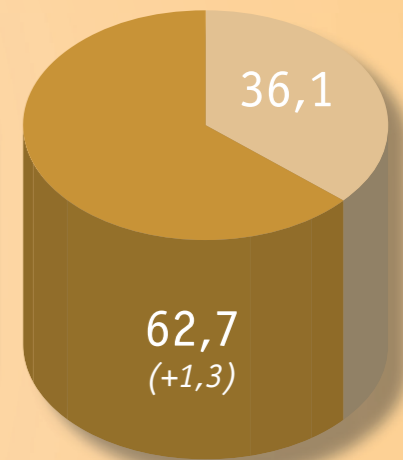
Online über PC/
Notebook/iPad




Online über Smartphone,
Blackberry, iPhone etc.



Apps für iPhone,
PDA, Blackberry,
Smartphone etc.



CD-ROM

 Dunkler Farbton: **einmal pro Monat und häufiger**

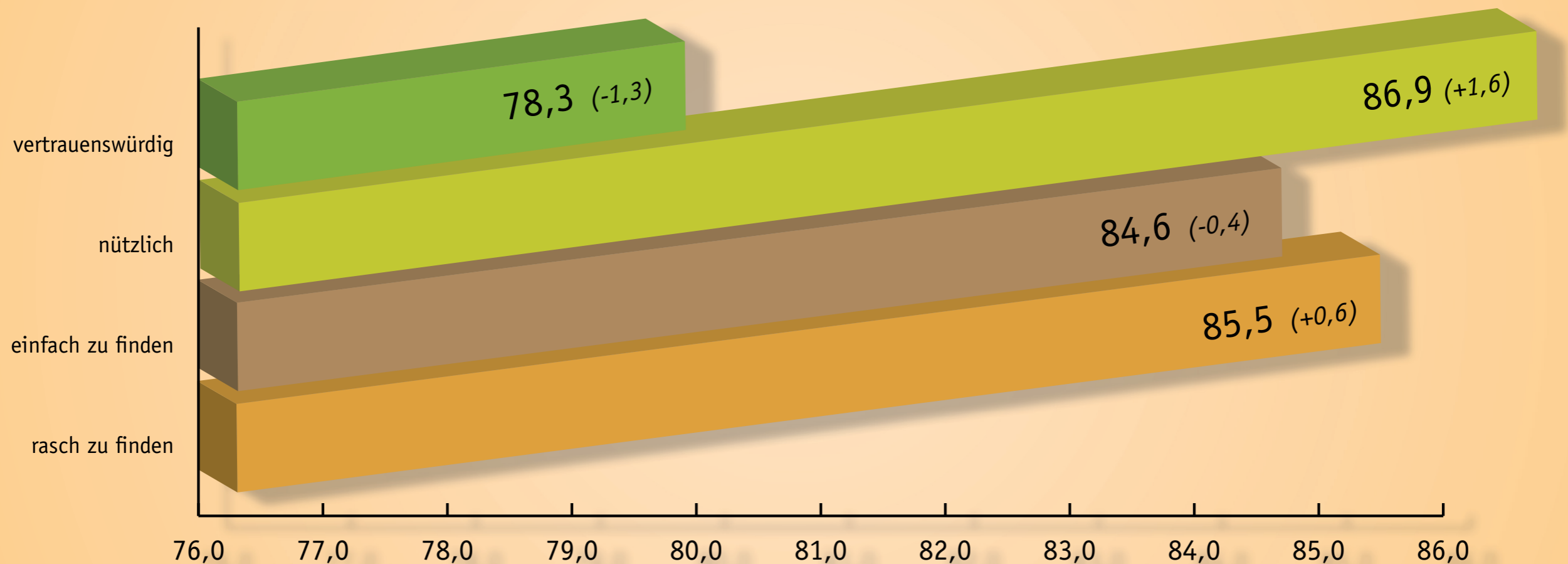
 Heller Farbton: **seltener**

Subjektive Kriterien

Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind ...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Gesamtfazit I

Weiterhin hohes Potential und attraktive Struktur für Inserenten und Werbungtreibende.

- Auskunfts- und Verzeichnismedien sind nach wie vor **fester Bestandteil des Alltags** der Bundesbürger. **Fast 94 %** der Deutschen sind auch in der Zeit der Suchmaschinen Nutzer dieser Protagonisten der lokalen Suche.
- **Die gedruckte Form führt nach wie vor im intermedialen Bereich.** Trotz fast stabiler stationären Online-Nutzung und stark steigender mobiler Präsenz sind entgegen vieler Vorurteile mehr als die Hälfte der Deutschen (54,6 %) Nutzer der gedruckten Informationsmedien.
- Die Anzahl der Nutzer über stationäre PC sank 2016 im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 PP und liegt damit auf dem hohen Niveau von 2014.
- Mehr als **ein Drittel der Deutschen (34,9 %) suchen mittlerweile mobil** und per App. Die Steigerungsrate betrug 2016 im Vergleich zum Vorjahr mehr als 25 %.
- Eine überdurchschnittliche Nutzung von Verzeichnismedien war auch 2016 gerade bei Personen mit überdurchschnittlichem Bildungs- und Einkommensniveau festzustellen.
- Die Nutzer von Verzeichnismedien sind und **bleiben für werbliche Investitionen eine hoch interessante und zahlungskräftige Zielgruppe.**

Exklusiv- und Komplementär-Nutzer Online/Print haben ein markantes Profil.

- Bis auf die Telefonauskunft werden alle medialen Angebote in überwiegenderem Maße häufiger genutzt.
- Die Nutzerschaft von Print und stationären PC sank 2016 leicht, die **der mobilen Online-Nutzung und per App stieg demgegenüber um mehr als 25 %.**
- **Verzeichnismedien werden von 83,2 % der Deutschen genutzt**, um Geschäftspartner oder Dienstleister zu finden, Private werden von rund 70 % der Deutschen gesucht. Auch dieser Suchmechanismus wird nach wie vor stark genutzt.
- **Über 60 % der Deutschen** nutzen die Verzeichnismedien auch, um sich über Städte, und Behörden zu informieren, **seit 2013 stieg die Zahl der Nutzer hier um rund ein Drittel.**
- Auskunft- und Verzeichnismedien haben ein sehr positives Profil. Die subjektiven Bewertungen der Nutzer bestätigen ihnen einen hohen praktischen Nutzen als überaus seriöse und zuverlässige Informationsquellen. Gerade in diesen Punkten unterscheiden sich die Verzeichnismedien gravierend etwa von der Bewertung von Suchmaschinen.

Keyfacts 2016

- **Print führt knapp vor stationärem Internet (beides über 50 %)**
- **Nutzerschaft der mobilen Angebote stark – um über ein Viertel auf fast 35 % gestiegen**
- **Subjektive Werte – vertrauensvoll, nützlich, Informationen rasch und einfach zu finden – stabil auf über 80 %**
- **Häufignutzung der Verzeichnismedien steigt gerade im Wachstumsmarkt der mobilen Nutzung**
- **Suche nach Produkten, Anbietern, Dienstleistungen und Handwerkern weiter gestiegen**

Danke für Ihr Interesse an dieser Studie!