

# Studie zur Nutzung von Auskunfts- und Verzeichnismedien



Stand: Januar 2018

Der [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. hat im Dezember 2017 zusammen mit dem vft Verband freier Telefonbuch- und Verzeichnismedien e.V., die 17. 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.

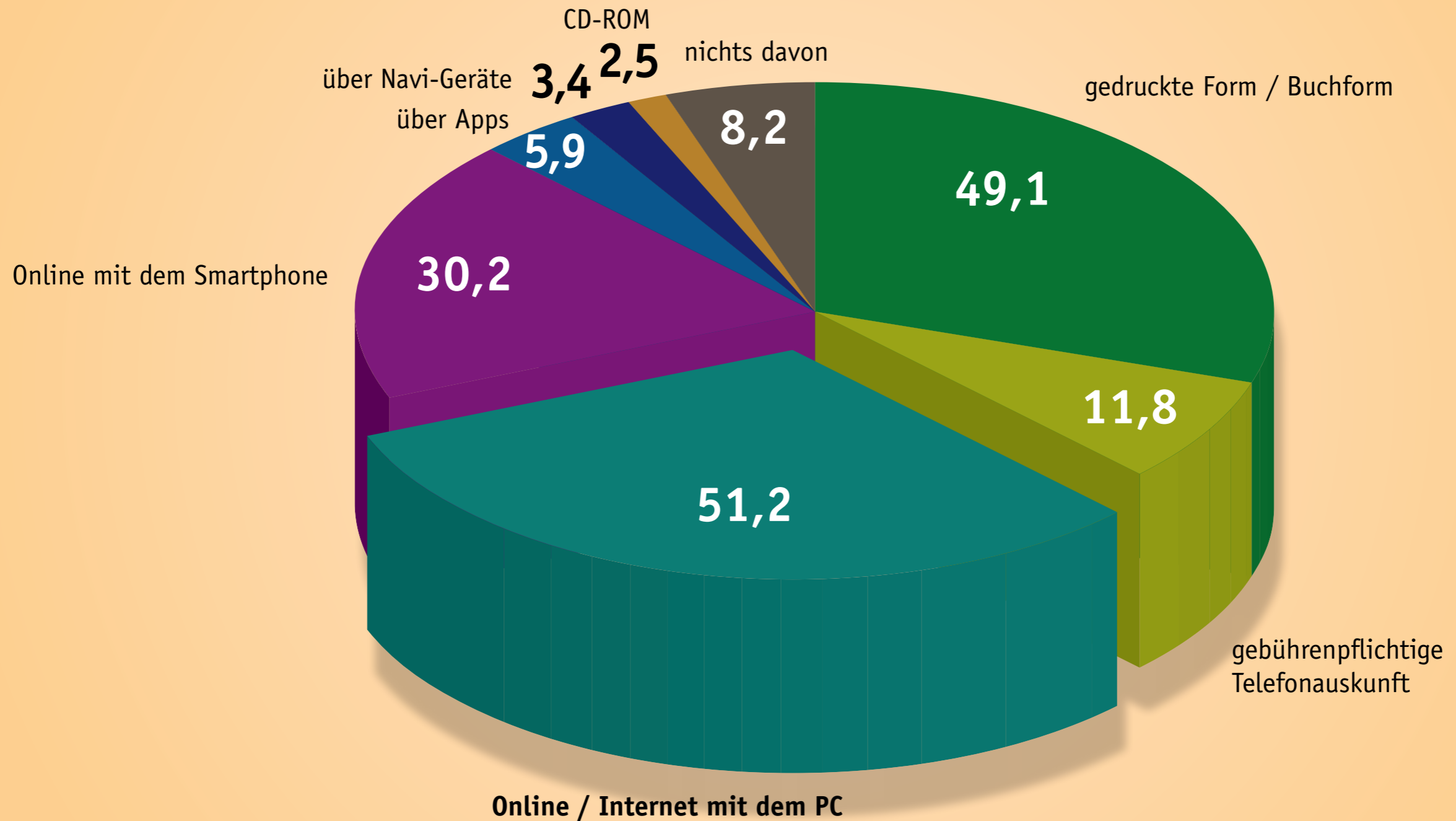
**vft**  
AUSKUNFTSMEDIEN  
regional stark – gemeinsam erfolgreich

[vdav]

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

# Nutzung von Verzeichnismedien 2017 insgesamt

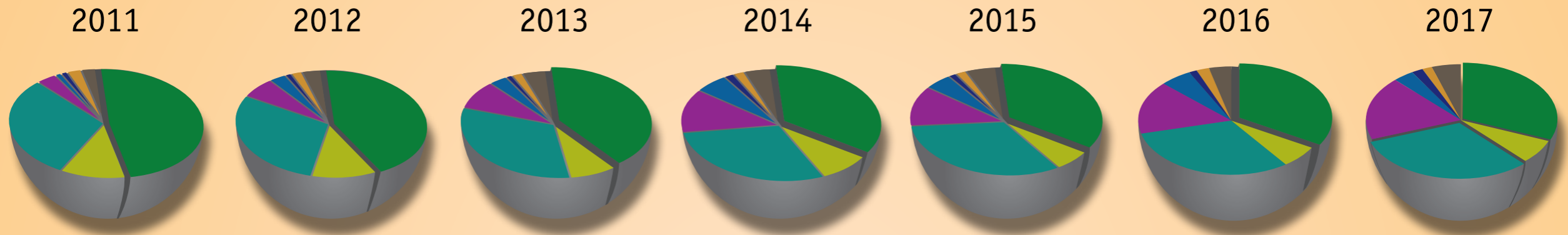
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich





# Nutzung von Verzeichnismedien 2011-2017

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



## Entwicklung in Zahlen



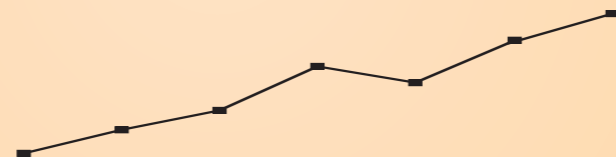
### gedruckte Form

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
79,5%	69,5%	64,6%	61,2%	56,8%	54,6%	49,1%



### Online Smartphone

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
6%	10,5%	14,2%	22,6%	19,5%	26,2%	30,2%



### CD-ROM

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
4,3%	3,3%	3%	3,4%	3,3%	3,5%	2,5%



### Telefonauskunft

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
18,3%	18,2%	13,3%	15,7%	10,7%	10,8%	11,8%



### über Apps

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2,1%	5%	5,4%	10,3%	8,1%	8,7%	5,9%



### nichts davon

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3,7%	5,1%	6,4%	7,6%	8,3%	6,2%	8,2%



### Online PC, Notebook

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
50,3%	47,4%	50,8%	51,4%	53%	50,8%	51,2%



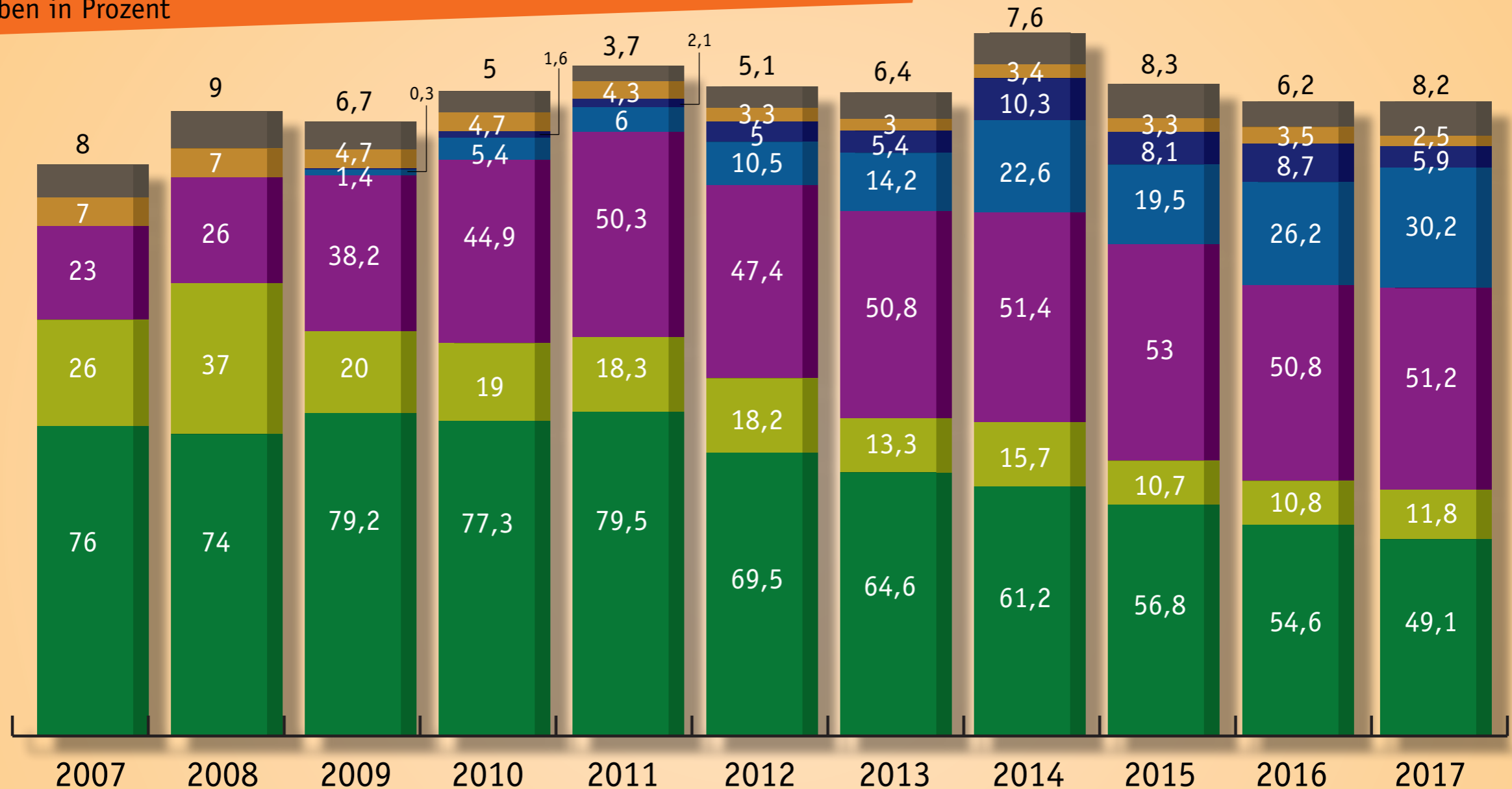
### über Navi-Geräte

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1,7%	1,5%	1,9%	2,6%	2,2%	2,5%	3,4%



# Nutzung von Verzeichnismedien 2007-2017

Angaben in Prozent

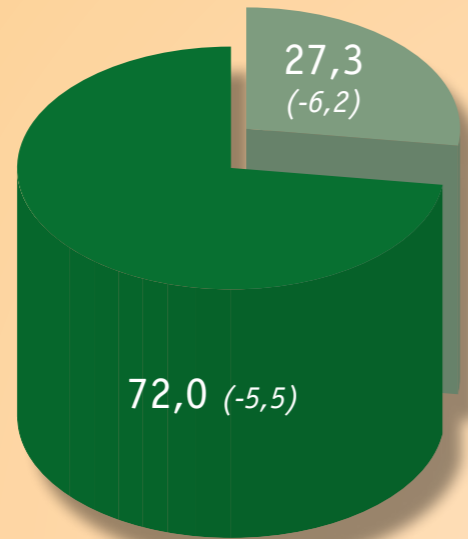


■ gedr. Form   
 ■ Telefonauskunft   
 ■ Online PC   
 ■ Smartphone   
 ■ Apps   
 ■ CD-ROM   
 ■ nichts davon

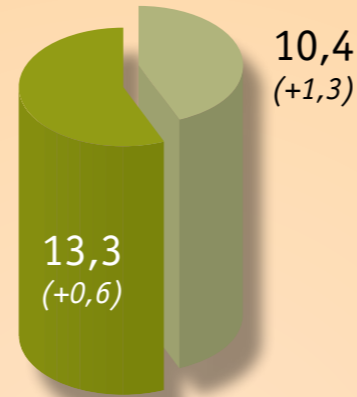
Aufgrund geänderter Fragestellungen sind die Ergebnisse ab 2008 nur bedingt mit den Ergebnissen von 2007 und davor vergleichbar. Ab 2009 wurden zusätzliche Antwortmöglichkeiten (Nutzung online über Smartphones, Blackberry, iPhone etc. und Nutzung von Apps für Smartphones, Blackberry, iPhone etc.) hinzugenommen,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

# Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Alter

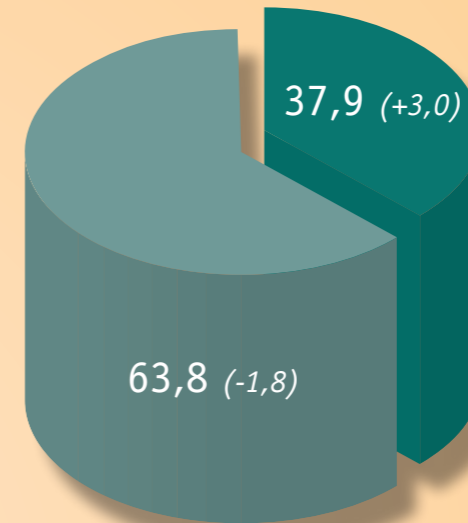
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



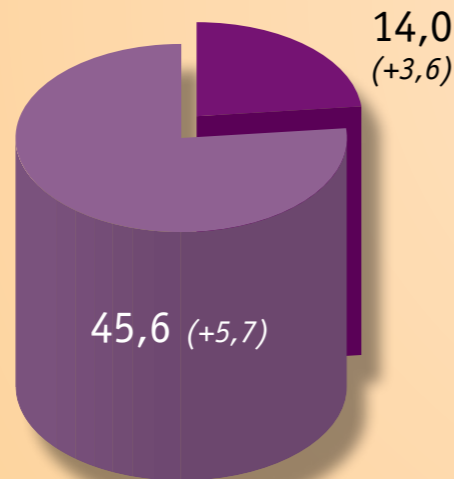
gedruckte Form



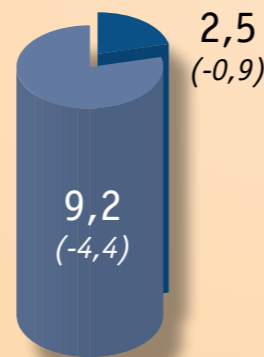
gebührenpflichtige  
Telefonauskunft



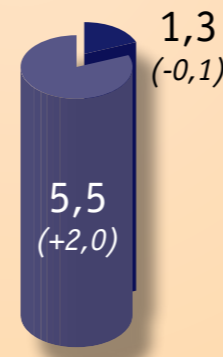
Online PC



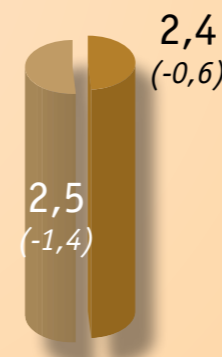
Online Smartphone



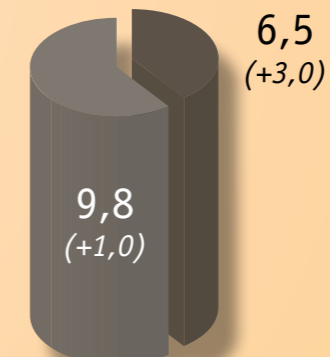
über Apps




Navi-Geräte




CD-ROM



nichts davon

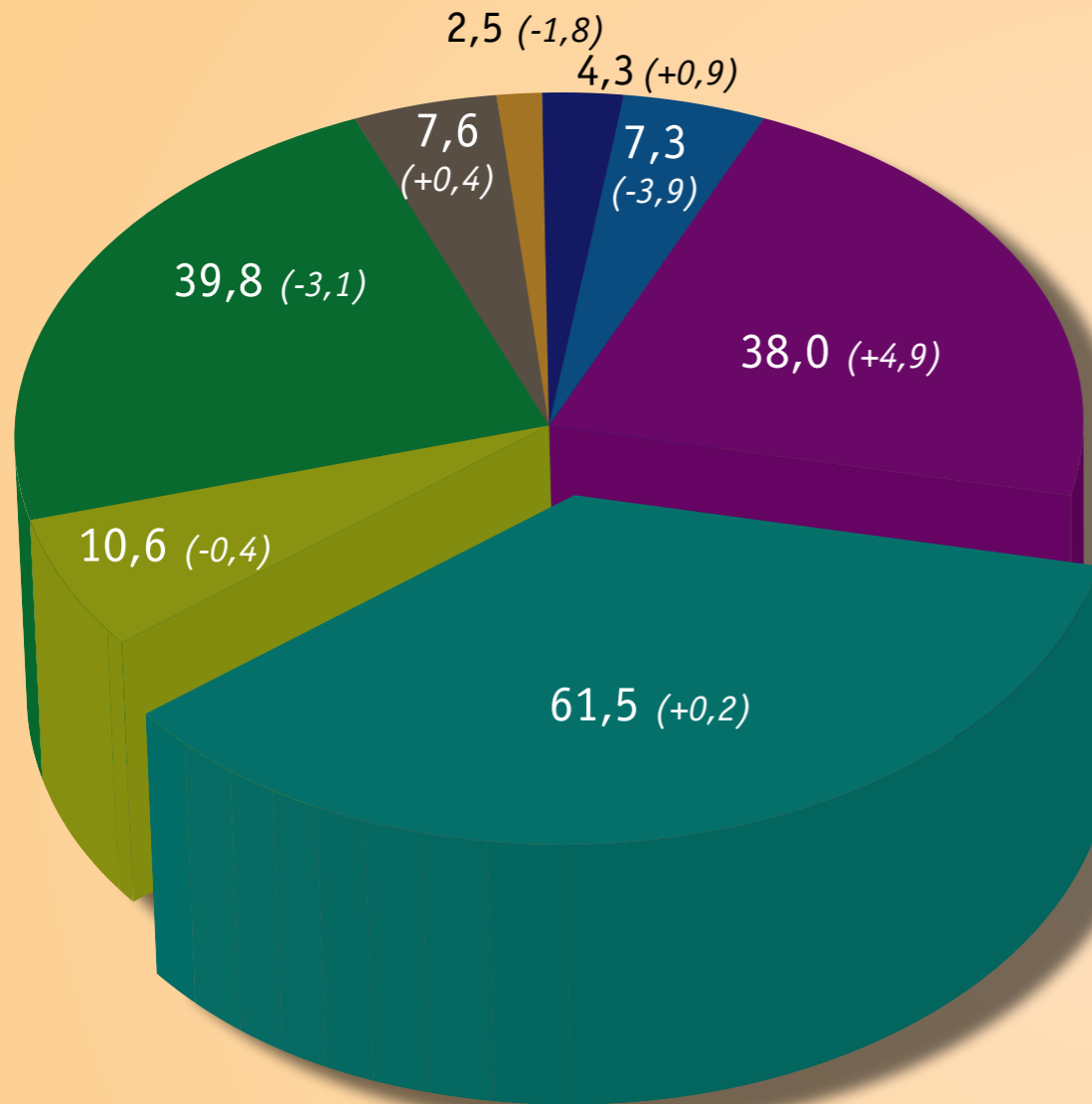
 Heller Farbton: Altersgruppe bis 49 Jahre, Ipsos Dez. 2017

 Dunkler Farbton: Altersgruppe 50 Jahre und älter, Ipsos Dez. 2017

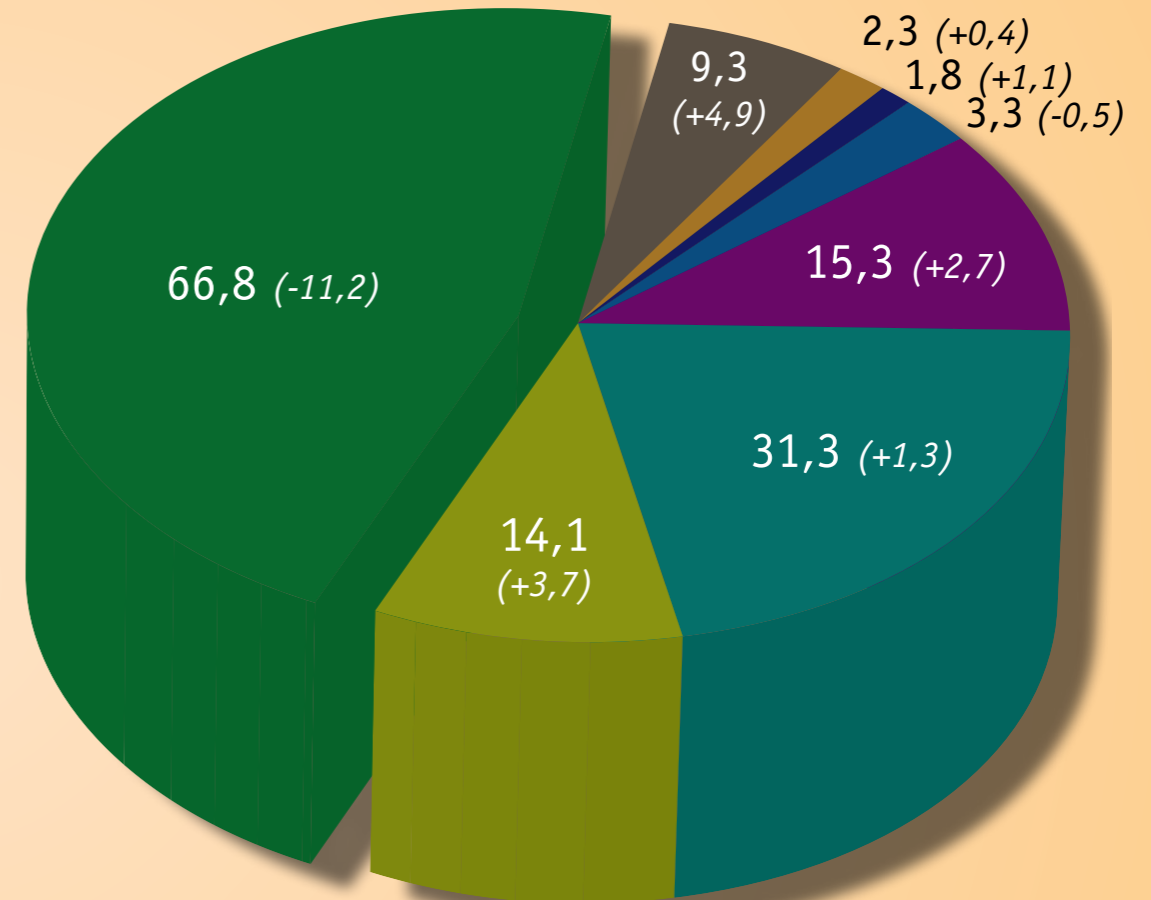
**Achtung:** Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

# Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Personen mit **weiterführender Schulbildung**

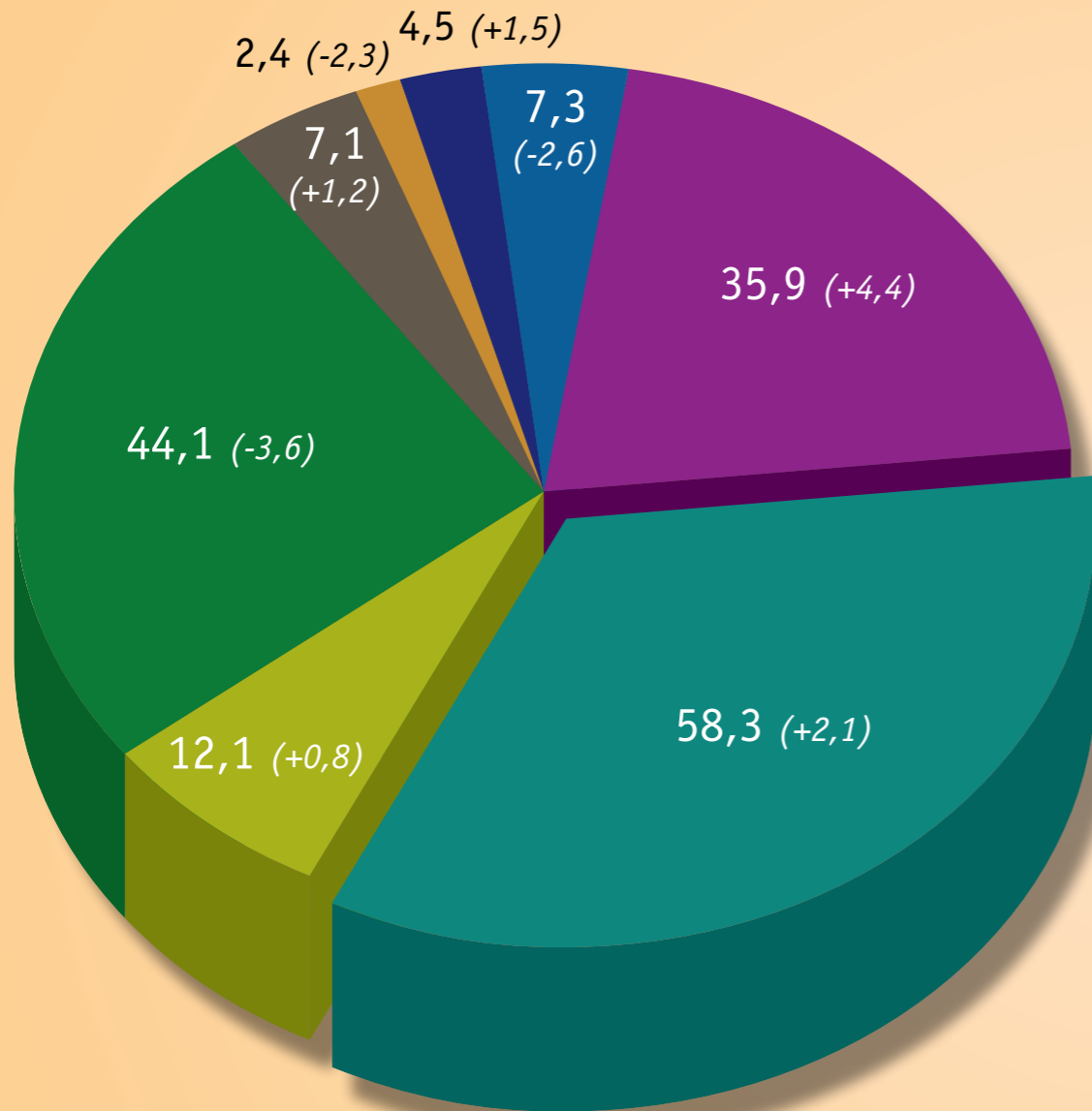


Personen mit **Hauptschulbildung**

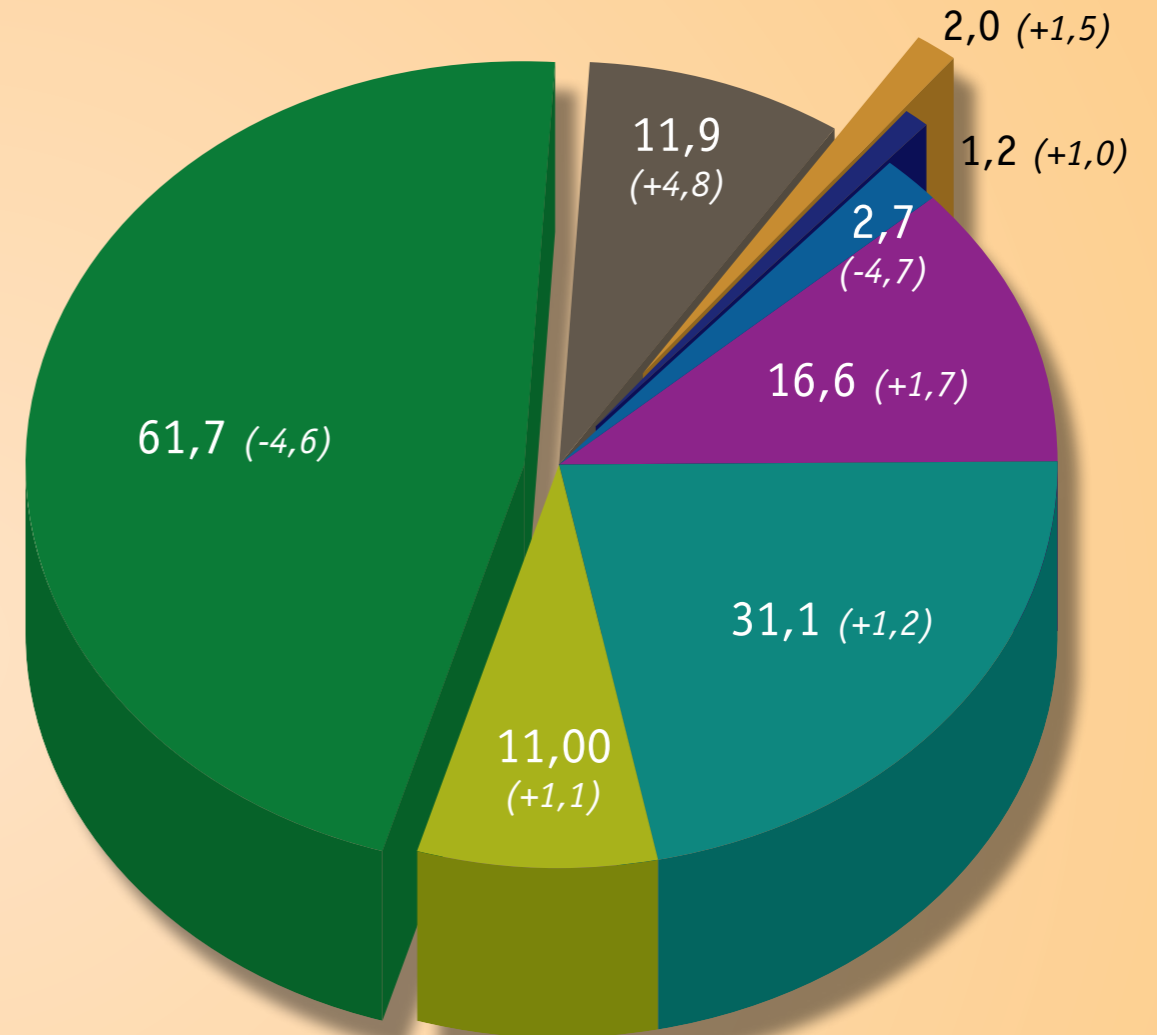
- gedruckte Form
- Telefonauskunft
- Online PC
- Online Smartphone
- Apps
- Navi-Geräte
- CD-ROM
- nichts davon

# Nutzung von Verzeichnismedien – Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nettoeinkommen **2.000 Euro und mehr**

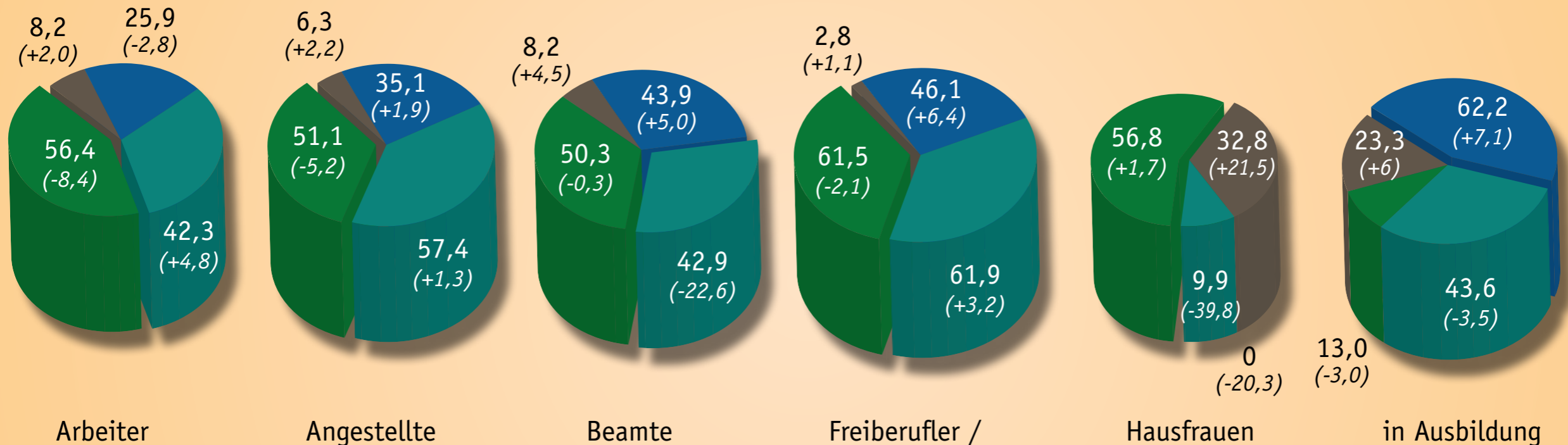


Nettoeinkommen **bis 1.500€Euro**

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

# Nutzung nach Berufsgruppen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



*(Fallzahlen sehr gering, daher kaum verwertbar)*

Print

Online

Mobile / App

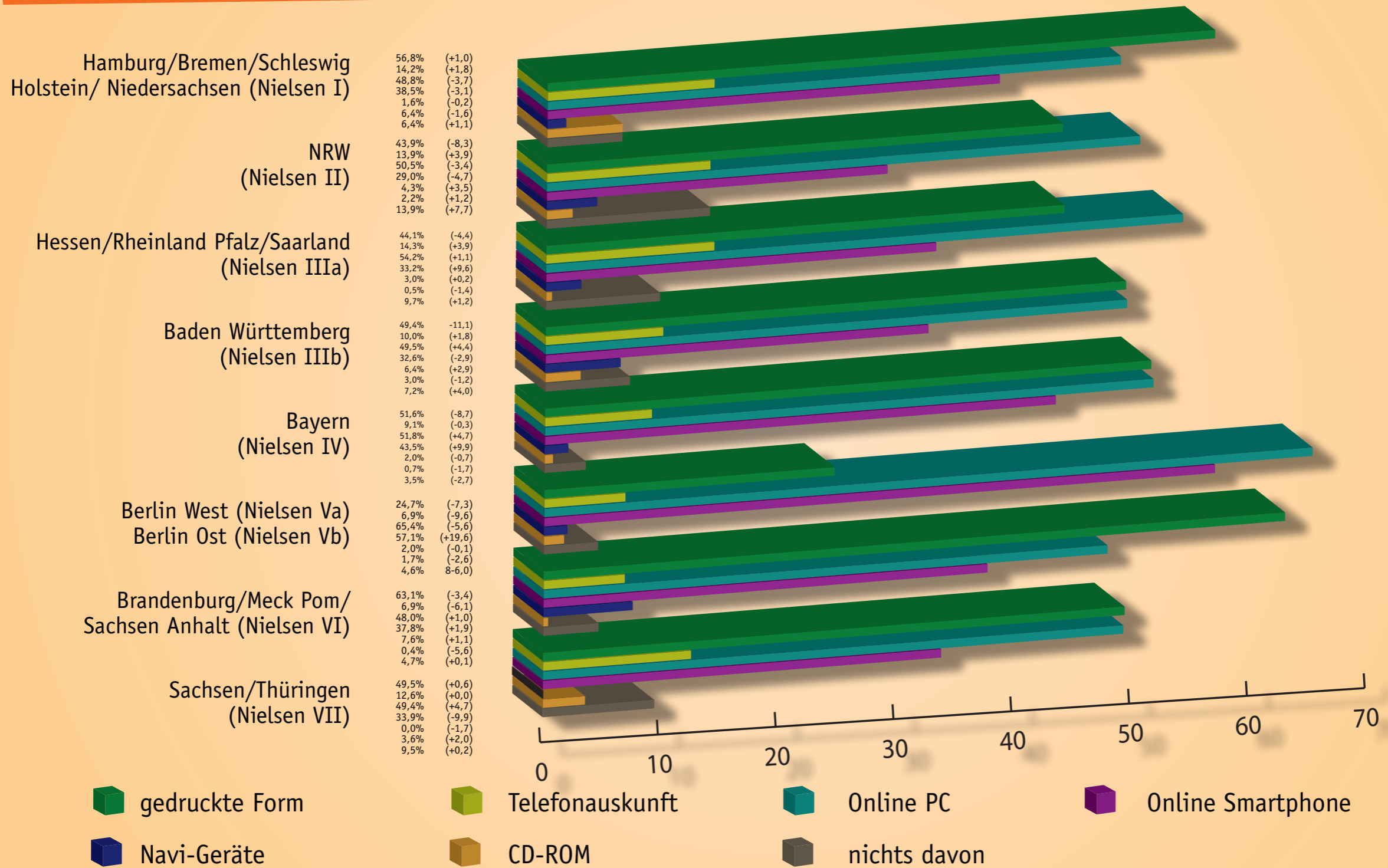
nichts davon

**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 2016



# Zwischenfazit

- Verzeichnismedien gehören nach wie vor zum Alltag der Deutschen. **Rund 92 %, also weit mehr als neun von zehn Bundesbürgern** über 14 Jahren **nutzen Verzeichnismedien** in allen medialen Ausprägungen.
- In der Einzelwertung haben **2017 die Online-Angebote erstmals** die Nutzung der **Print-Verzeichnisse abgelöst.**
- Trotzdem nutzen rund die Hälfte der Bundesbürger nach wie vor die gedruckten Verzeichnisse, wenn auch mit deutlichen Unterschieden in einzelnen Regionen, Alters- und Berufsgruppen.
- Freiberufler, Selbstständige, Hausfrauen und Arbeiter sind die häufigsten Nutzer von Print.
- Die Anzahl der Nutzer über stationäre PC stagniert seit drei Jahren mit leichten Ausschlägen nach oben und unten. 2017 nutzten 51,2 % einen stationären PC zur Suche nach Kontakten und Kommunikationsadressen.
- Dem allgemeinen Trend folgend stieg die Nutzung von mobil abgerufenen Nutzungen erneut um rund ein Fünftel auf nun 30,2 %.** Fast jeder dritte Deutsche nutzt damit die Verzeichnismedien über ein mobiles Gerät.
- Etwas weniger als im Vorjahr wurden die APPs genutzt. **Insgesamt gesehen hat sich die Anzahl der mobilen Nutzer in den letzten vier Jahren weit mehr als verdoppelt,** bei den Auszubildenden liegt die Anzahl der mobilen Nutzer bei bald zwei Dritteln.
- Im Gegensatz zu den letzten Jahren hat die Nutzerschaft der Telefonauskunft wieder leicht hinzugewonnen. Die CD haben fast ein Drittel ihrer Nutzer verloren, aber nach wie vor eine kleine Fanbase, auch wenn hier schon lange keine neuen CD mehr aufgelegt wurden.

# Zusammenfassung

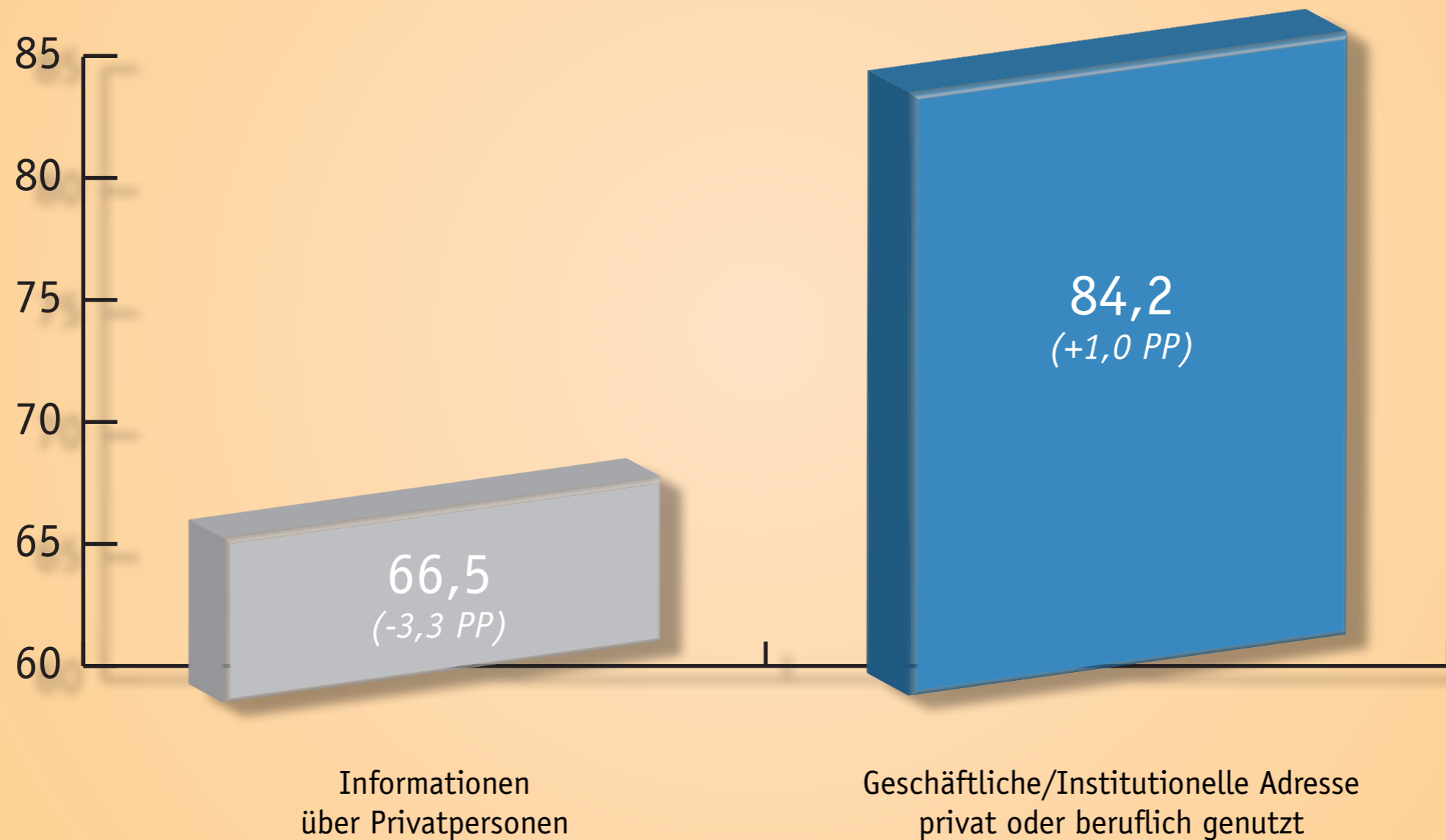
- Insgesamt gesehen bestätigt auch diese Studie den allgemeinen Trend in Sachen Mediennutzung:  
***Je ländlicher die Region, je älter die Nutzer, desto höher die Nutzung von Print. Je jünger die Nutzer, je größer die Städte, desto mobiler. Kein Wunder, dass die mobilen Nutzungen weiter im Kommen sind und weiter stark aufholen, auch wenn die Nutzung von APPs insgesamt etwas zurückgeht.***
- In der ja durchaus finanziell starken Generation **60+ liegt allerdings die Zahl der Nutzer**, die sich den **neuen Medien zu Gunsten des Print ganz verweigern, bei fast 70 %** und ist von 2017 nochmals um 2,8 PP gestiegen.
- Nutzer aller medialen Angebote, also sog. **Komplementärnutzer**, finden sich nach wie vor hauptsächlich in der **mittleren Altersgruppe**.

# Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien



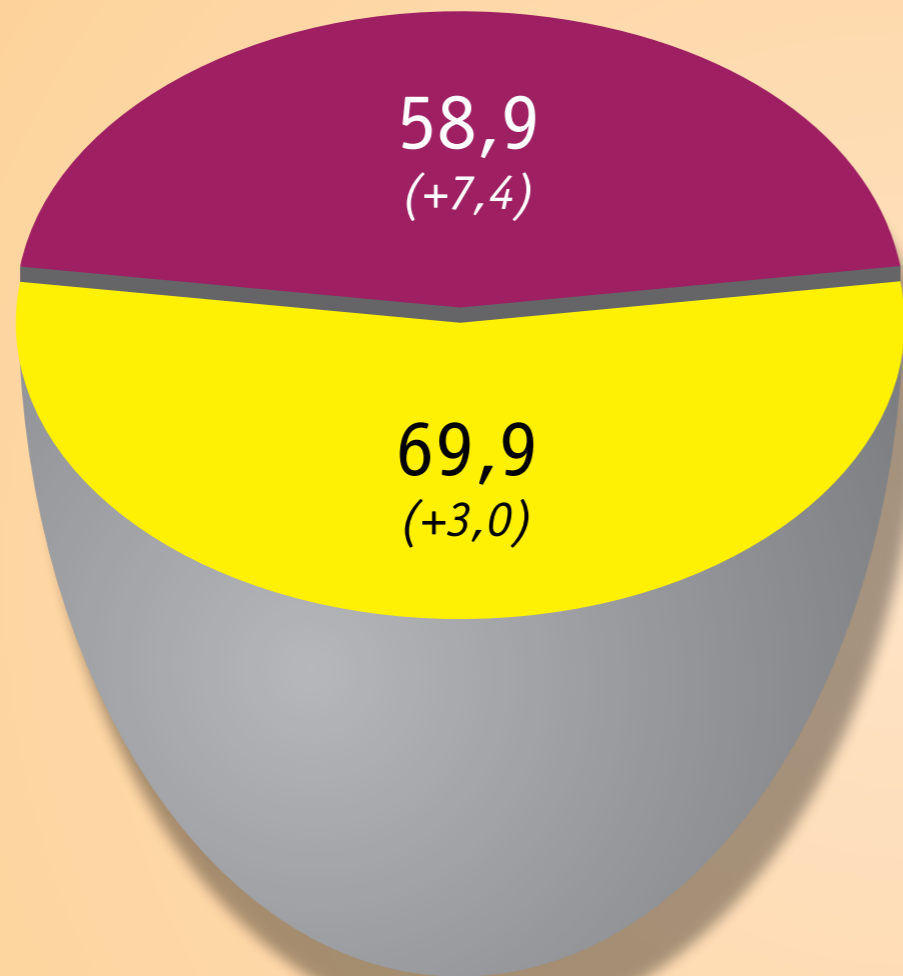
# Nutzungsanlässe von Verzeichnismedien – Geschäftliche/behördliche Nutzung aus privatem oder beruflichem Anlass

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

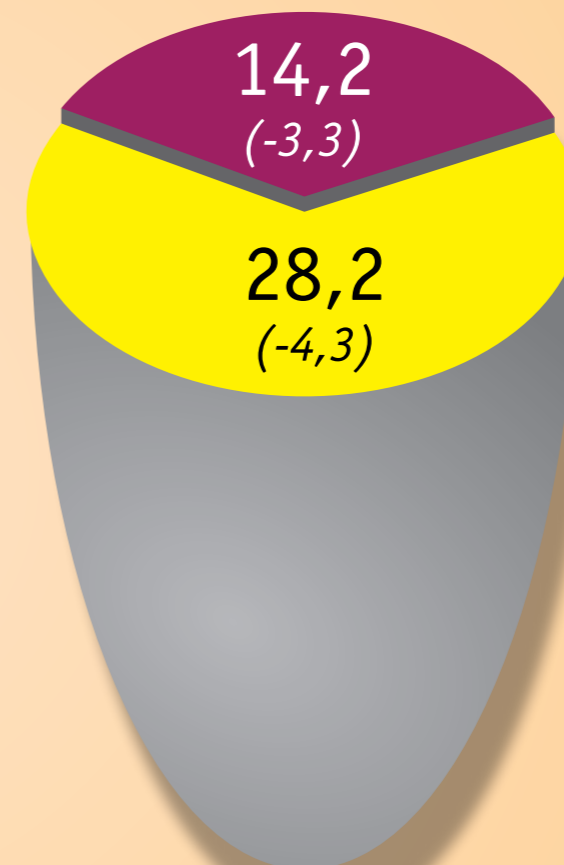


# Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie


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

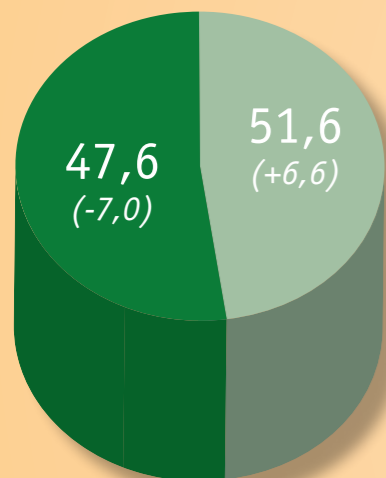
- In Verzeichnismedien wird sowohl nach Privatpersonen, als auch nach gewerblichen und institutionellen Kommunikationsadressen gesucht.
- Die **Suche nach privaten Personen ist allerdings auch 2017 erneut um 3,3 PP auf 66,5 % gesunken.** Dies dürfte damit zusammenhängen, dass die Nutzer im Laufe der Jahre feststellen mussten, dass aufgrund der Rahmenbestimmungen und des sog. Antragserfordernisses immer weniger Privatpersonen tatsächlich in den Verzeichnismedien zu finden sind.
- Demgegenüber ist die Zahl der **Suchen nach geschäftlichen** und institutionellen **Kommunikationspartnern** weiter um einen PP **auf 84,2 % angestiegen.** Damit hat sich dieser Wert in den letzten vier Jahren um fast 20 % gesteigert.
- Gerade **für Gewerbetreibende** hat sich damit **die Attraktivität der Verzeichnismedien weiter gesteigert.** Hier suchen die Nutzer tatsächlich ihre potentiellen Geschäftspartner, Dienstleister und Handwerker.

# Nutzungshäufigkeit von Auskunfts- und Verzeichnismedien

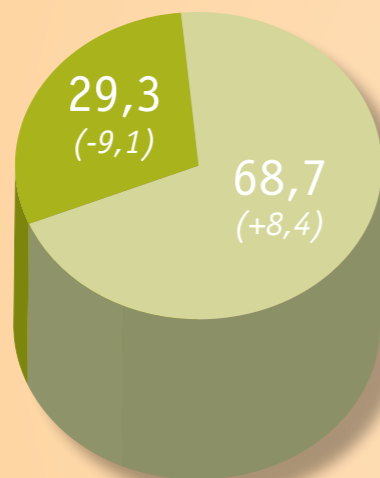


# Nutzungshäufigkeit von Verzeichnismedien – nach medialer Ausprägung

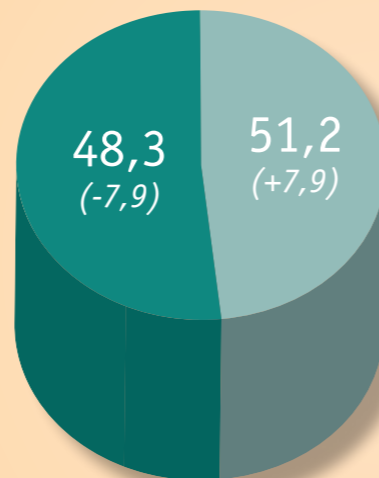
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



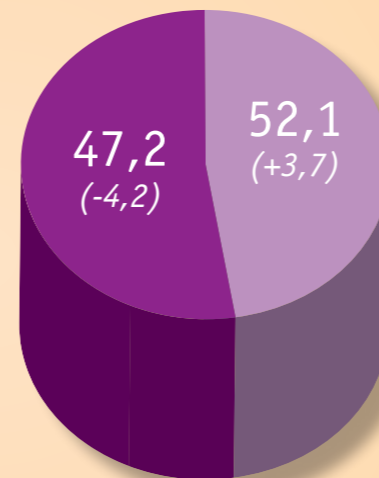
gedruckte Form/  
Buchform



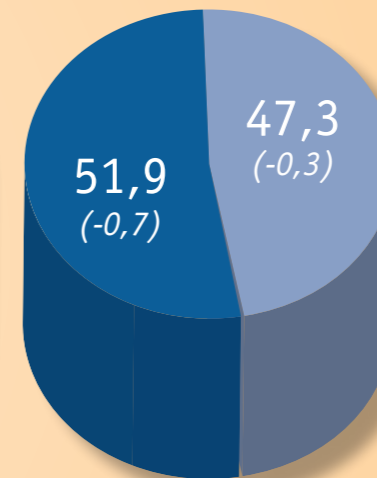
gebührenpflichtige  
Telefonauskunft



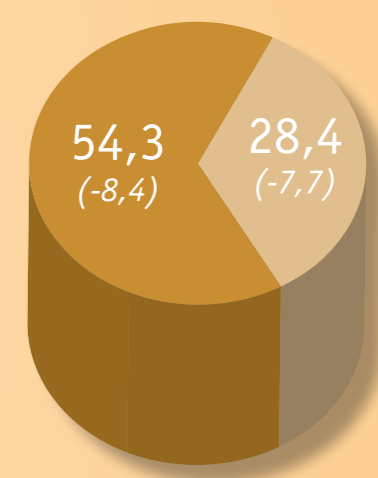
Online über PC/  
Notebook/iPad





Online über Smartphone,  
Blackberry, iPhone etc.



Apps für iPhone,  
PDA, Blackberry,  
Smartphone etc.



CD-ROM

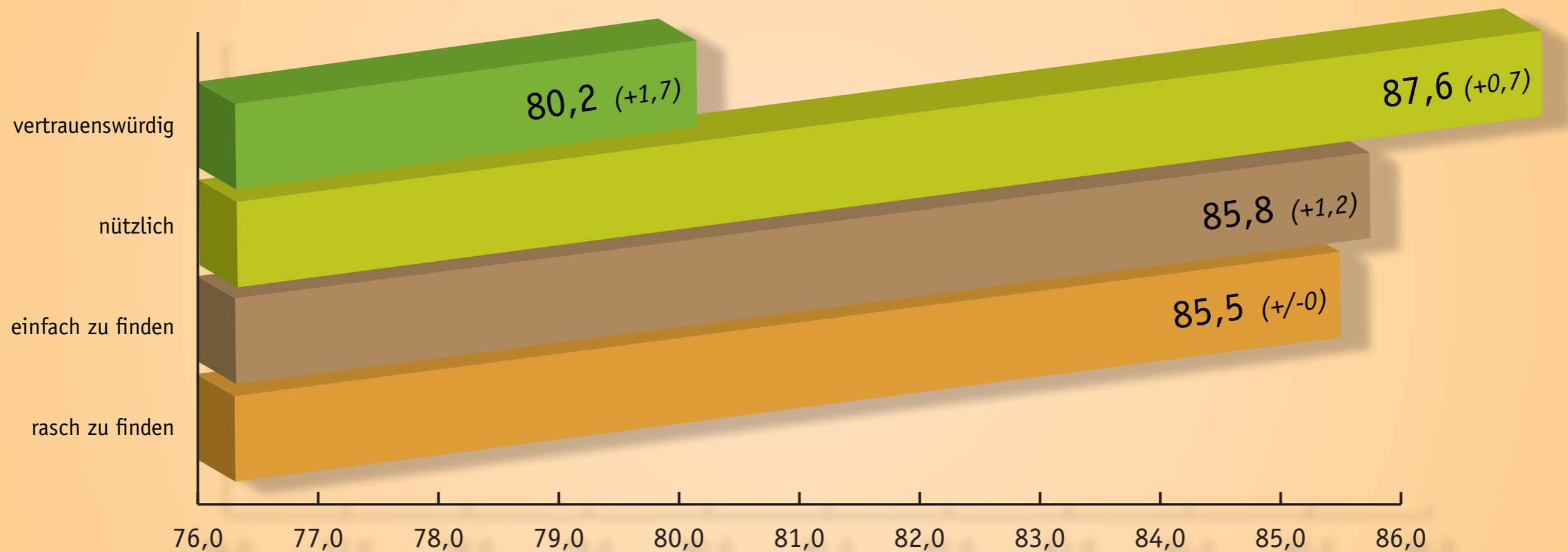
-  Dunkler Farbton: **einmal pro Monat und häufiger**
-  Heller Farbton: **seltener**

# Subjektive Kriterien

## Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

# Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind ...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



# Weiterhin hohes Vertrauen bei Inserenten und Werbungtreibenden.

- **In den sog. subjektiven Werten** – Vertrauen, Nutzen und Handhabbarkeit - **sind die Verzeichnismedien praktisch kaum zu schlagen.** Die im vergangenen Jahr durchweg weiter gestiegenen Werte jenseits der 80 % sind absolute Spitzenwerte.
- Nach dem sog. Edelman Trust Barometer, einer jährlich durchgeführten Untersuchung eines US-amerikanischen Instituts liegt der weltweit ermittelte Vertrauenswert in Medien generell bei 57 %, bei den sozialen Medien lag der Wert 2017 bei 41 %, bei Online-Medien hingegen bei 51 %. Hierzu gehören auch die Suchmaschinen, die im Wert Vertrauen damit um fast 30 PP unter den Verzeichnismedien liegen. Ein klares Indiz zugunsten der Protagonisten der lokalen Suche.
- Damit **haben die Verzeichnismedien nach wie vor ein außergewöhnlich gutes positives Profil.** Praktisch, nützlich und vor allem überaus verlässlich, das sind Attribute, die sich in diesem Maß wohl kein anderes Medium zugute schreiben lassen kann.



# Keyfacts 2017

- **Online hat Print 2017 erstmals überholt**
- **Fast jeder zweite Deutsche nutzt aber nach wie vor auch die gedruckten Angebote**
- **Suche nach Anbietern, Dienstleistern und Handwerkern steigt weiter**
- **Suche nach Privaten leicht rückläufig**

Verzeichnismedien in allen medialen Ausprägungen sind danach gerade für Dienstleister und Handwerker höchst attraktive und nahezu ideale Werbemedien.

Danke für Ihr Interesse an dieser Studie!