

Nutzerstudie 2019/2020 – Übertrender Vertrauenswert für Verzeichnismedien

- **Print sinkt nur leicht, digitale Nutzung steigt weiter**

Willich/Berlin, 11. Februar 2020 - In Zeiten, in denen sich viele Menschen fragen, ob man Informationen Glauben schenken kann, in denen Fake-News und „alternative Wahrheiten“ viele Diskussionen beherrschen, ist Vertrauen zu einer hoch geschätzten, in den letzten Jahren stark im Wert gestiegenen Währung geworden.

Nach dem jüngst erschienenen Edelman Trust Barometer, einer jährlich erhobenen Studie zu Vertrauen in Regierungen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Wirtschaft und Medien, die in diesem Jahr zum 20. Mal durchgeführt wurde und von der US-Marktforschungsfirma Edelman Intelligence entwickelt wurde, vertrauen gerade einmal 60 % der Menschen den traditionellen Medien. Immerhin 59 % vertrauen den Ergebnissen im Bereich „Search“, nur noch 34 % den sozialen Medien.

Aber es gibt sie noch - die Leuchttürme, denen Menschen tatsächlich fast voll und ganz vertrauen: 86,8 % der erwachsenen Deutschen vertrauen nach der jüngsten vom Marktforschungsinstitut IPSOS durchgeführten repräsentativen Studie zur Nutzung von Verzeichnismedien den Informationen, die sie in Telefon- und Branchenverzeichnissen als Buch, online oder mobiles Angebot, finden.

Die von den Branchenverbänden [vdav] und vft in diesem Jahr zum 20. Mal in Auftrag gegebenen Studie enthält etliche weitere hochinteressante Ergebnisse, die so gar nicht zu vielen in der Öffentlichkeit fälschlicherweise

kolportierten Vorurteilen zu dieser Mediengattung passen. Durchschnittlich immer noch fast 48 % der Deutschen nutzen tatsächlich (auch) die gedruckten Verzeichnisse, 53,1 % suchen online und 48,3 % nutzen mobile Angebote, um Kommunikationsadressen von Privatpersonen und potentiellen Geschäftspartnern zu finden. Nur sechs Prozent gaben an, die Verzeichnisse gar nicht, sondern andere Informationsquellen zu nutzen.

Auch bei weiteren subjektiven Werten wie Nützlichkeit, einfach und schnell zu finden, können die Verzeichnismedien voll punkten – Ergebnisse jenseits der 90 % - Hürde sprechen für sich.

Fast 25 Jahre nach der Abschaffung des sog. Pflichteintrags für Telefonteilnehmer – seit 1996 muss man bei seinem Provider einen Antrag stellen, um im Telefonbuch gefunden zu werden – suchen 65,4 % der Deutschen hier nach Informationen über Privatpersonen, die allerdings leider aufgrund der Eintragungsmodalitäten hier nicht immer zu finden sind. 86,7 % suchen nach geschäftlichen oder institutionellen Ansprechpartnern, ein Wert, der im Vergleich zum Vorjahr nochmals um 1,6 Prozentpunkte gestiegen ist. Gerade kleine und mittlere Unternehmen, Handwerker und Freiberufler sollten ihre Chance, gefunden zu werden, wo sie auch gesucht werden, auf jeden Fall nutzen. Die Verzeichnismedien machen mit einem Standardeintrag jeden Teilnehmer, der dies beantragt hat, sichtbar. In Suchmaschinen wären die fast 40 % der KMU, die nach den Zahlen des Bundeswirtschaftsministeriums immer noch über keinen digitalen Auftritt verfügen, eigentlich unsichtbar – aber auch hier sind es die Verzeichnismedien, die die „N-Onliner“ über die eigenen Verlinkungen auffindbar machen.

Die landläufige Meinung – die Suchmaschine findet mich doch sowieso – stimmt so zwar, die Grundvoraussetzung dafür schafft aber in vielen Fällen der Eintrag im Verzeichnis.



Die Verzeichnisse verschaffen den deutschen KMU so schätzungsweise rund 30 Milliarden Euro Umsatz im Jahr, weil ein großer Teil der dort Suchenden dann auch tatsächlich einen Auftrag und damit Geschäft auslöst. Die sog. Conversion-Rate ist hier wesentlich höher als nach einer Suche über eine Suchmaschine im Internet.

Was für die Nutzung fast alle Mediengattungen mit multimedialen Angeboten gilt, hat auch für die Verzeichnismedien Geltung: Je ländlicher und älter, desto höher die Printnutzung, je jünger und großstädtischer, desto digitaler und mobiler. Eine kleine Ausnahme bildet Bayern: Hier liegen Print (59,5 %) und die mobile Nutzung mit fast 54 % auf hohem Niveau fast gleichauf.

Die kompletten Ergebnisse der Nutzerstudie 2019/20 sind über die Geschäftsstelle abrufbar.

Der [vdav]-Verband deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. (vdav.org) wurde 1920 gegründet und ist die Interessenvertretung von insgesamt 150 meist mittelständischen, oft familiengeführten Medienunternehmen, die mit Produkten und Angeboten rund um die lokale Suche wie den Gelbe Seiten, Das Telefonbuch, Das Örtliche, 11880.com oder gewusst-wo täglich Millionen von Kontakten herstellen. Damit generieren sie ganz erhebliche Umsätze insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen, Handwerker und Freiberufler. Direkt und indirekt sichern diese Medienunternehmen rund 30.000 Arbeitsplätze in Deutschland.

Verzeichnismedien – Kommunikation sichern – Wirtschaft fördern

Der vft – Verband freier Telefonbuch- und Auskunftsmedien e.V. wurde im Jahr 2000 gegründet. Aktuell setzt er sich aus über 30 regional tätigen, von der Telekom AG unabhängigen Telefon- und Branchenbuchverlagen zusammen. Die Mitglieder gaben im vergangenen Jahr 11 Mio. Bücher heraus. Der



Verband grenzt sich klar von unseriösen Anbietern von Verzeichnismedien ab und bündelt die regionalen Kompetenzen sowie Interessen seiner Mitglieder. Ebenso wichtig ist dem Verband die Bekanntmachung der Bücher der vft-Verlage als attraktive Werbemedien für überregional aktive Kunden.

Insgesamt erwirtschaften die Mitgliedsunternehmen beider Verbände rund eine Milliarde Euro im Jahr und belegen damit im Ranking des ZAW Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft Platz Sechs unter den Werbemedien in Deutschland.

Ihr Ansprechpartner für Rückfragen

Rhett-Christian Grammatik

Geschäftsführer

[vdav] - Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon +49 2156.7743857

Mobil +49 170 5 111 111

Mail grammatik@vdav.org

Bei Veröffentlichung Belegexemplar erbeten.

[*vdav*]