

# Studie zur Nutzung von Auskunfts- und Verzeichnismedien



Stand: Januar 2019

Der [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. hat im Dezember 2018 zusammen mit dem vft Verband freier Telefonbuch- und Verzeichnismedien e.V., die 18. 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.

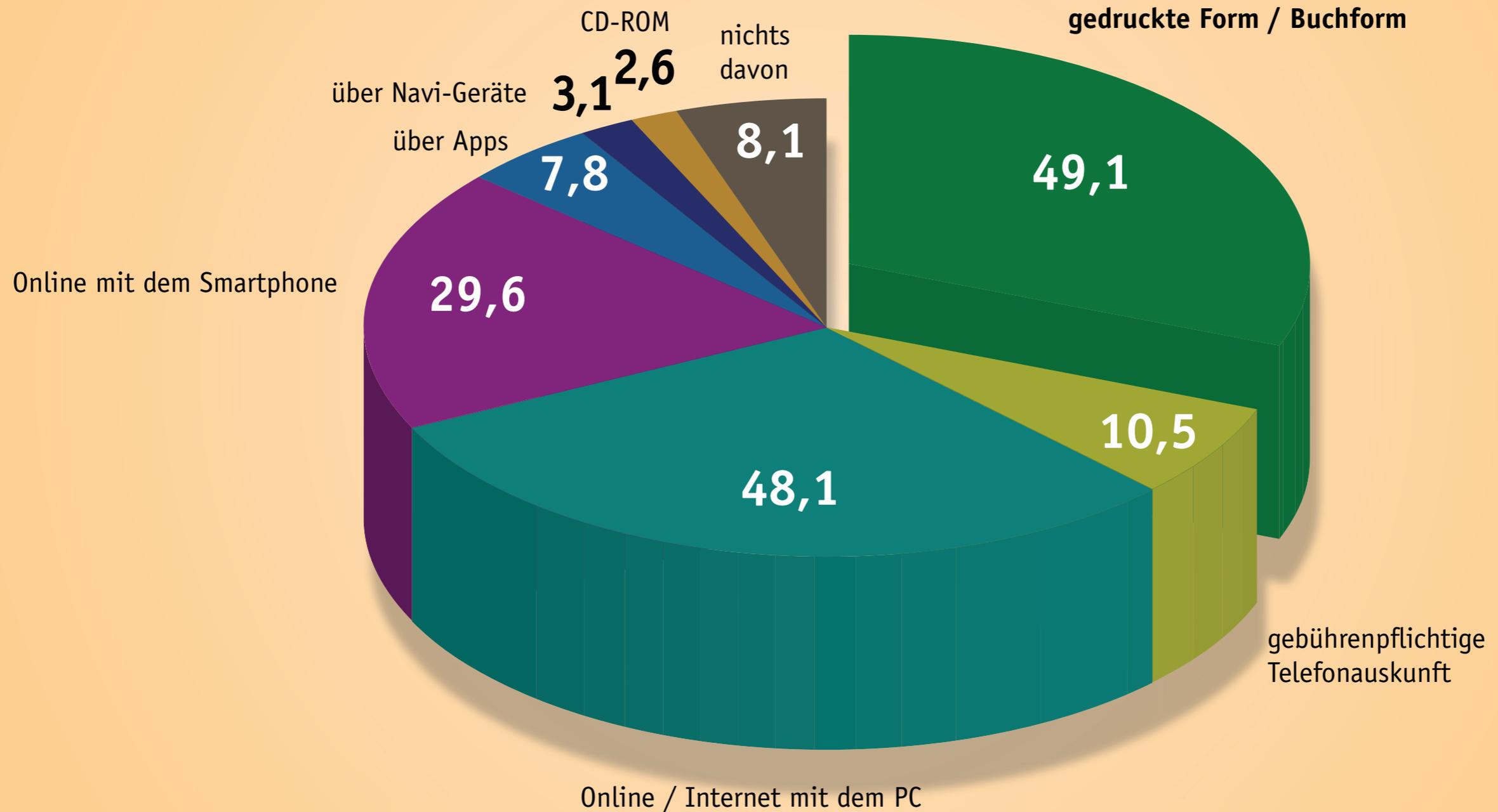
**vft**  
AUSKUNFTSMEDIEN  
regional stark – gemeinsam erfolgreich

[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

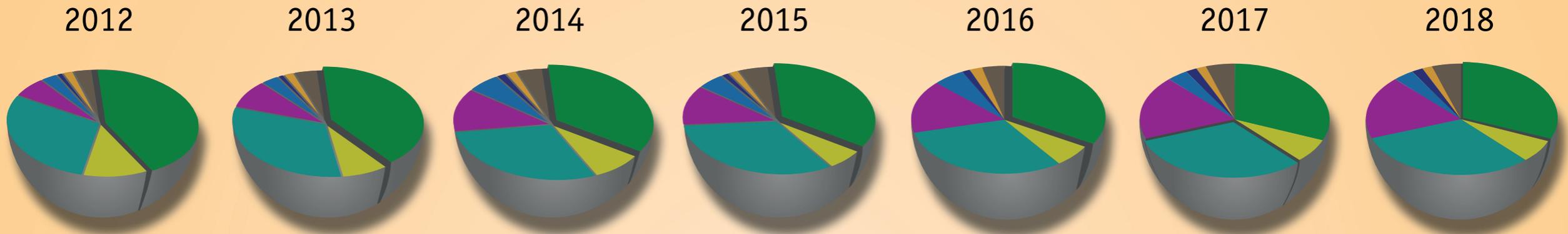
# Nutzung von Verzeichnismedien 2018 insgesamt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



# Nutzung von Verzeichnismedien 2012-2018

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

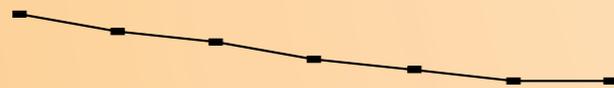


## Entwicklung in Zahlen



### gedruckte Form

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
69,5%	64,6%	61,2%	56,8%	54,6%	49,1%	49,1%



### Online Smartphone

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
10,5%	14,2%	22,6%	19,5%	26,2%	30,2%	29,6%



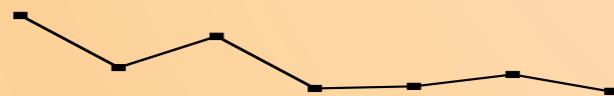
### CD-ROM

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
3,3%	3%	3,4%	3,3%	3,5%	2,5%	2,6%



### Telefonauskunft

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
18,2%	13,3%	15,7%	10,7%	10,8%	11,8%	10,5%



### über Apps

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
5%	5,4%	10,3%	8,1%	8,7%	5,9%	7,8%



### nichts davon

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
5,1%	6,4%	7,6%	8,3%	6,2%	8,2%	8,1%



### Online PC, Notebook

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
47,4%	50,8%	51,4%	53%	50,8%	51,2%	48,1%



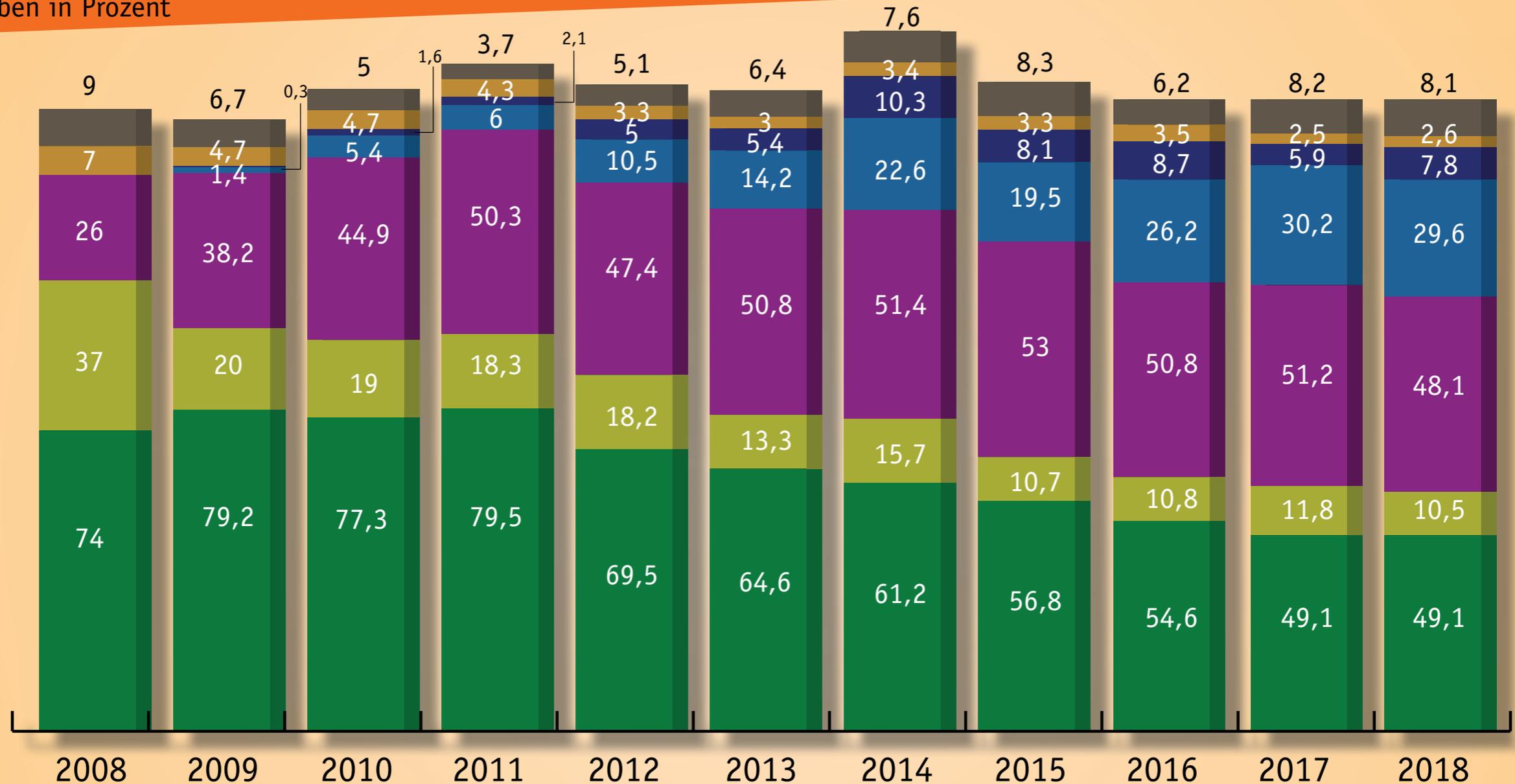
### über Navi-Geräte

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1,5%	1,9%	2,6%	2,2%	2,5%	3,4%	3,1%



# Nutzung von Verzeichnismedien 2008-2018

Angaben in Prozent

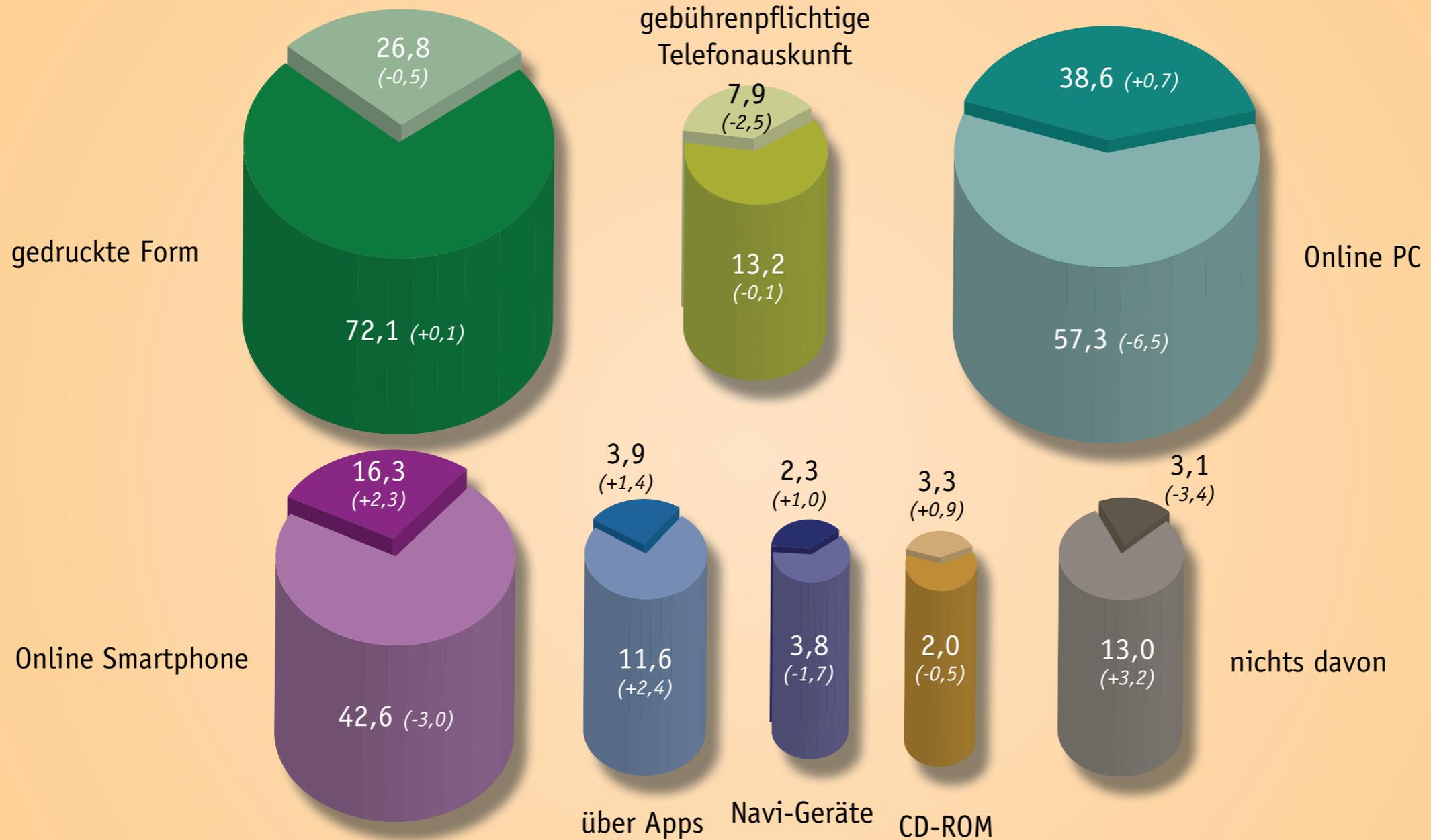


■ gedr. Form   
 ■ Telefonauskunft   
 ■ Online PC   
 ■ Smartphone   
 ■ Apps   
 ■ CD-ROM   
 ■ nichts davon

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



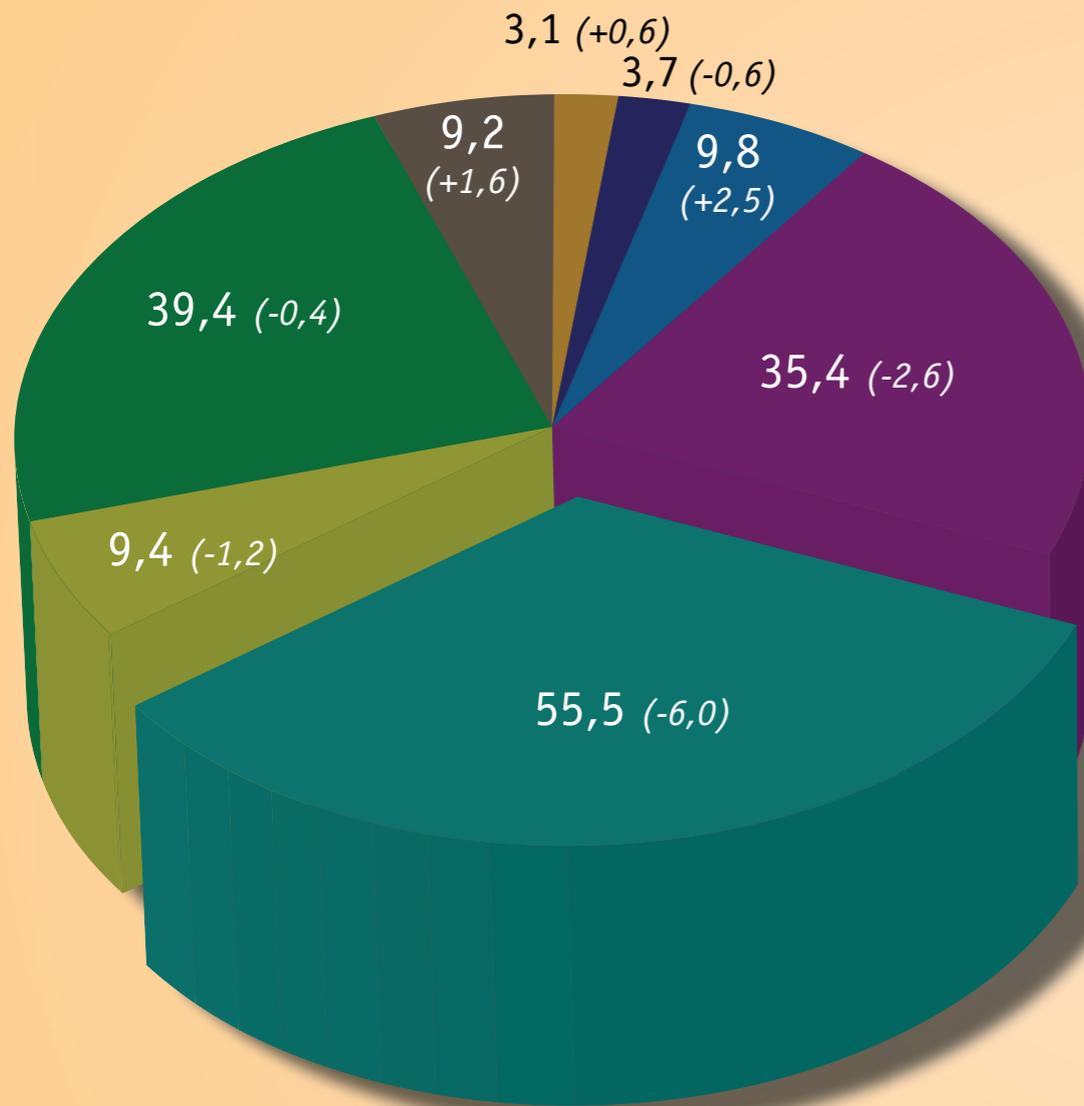
Heller Farbton: Altersgruppe bis 49 Jahre, Ipsos Dez. 2018

Dunkler Farbton: Altersgruppe 50 Jahre und älter, Ipsos Dez. 2018

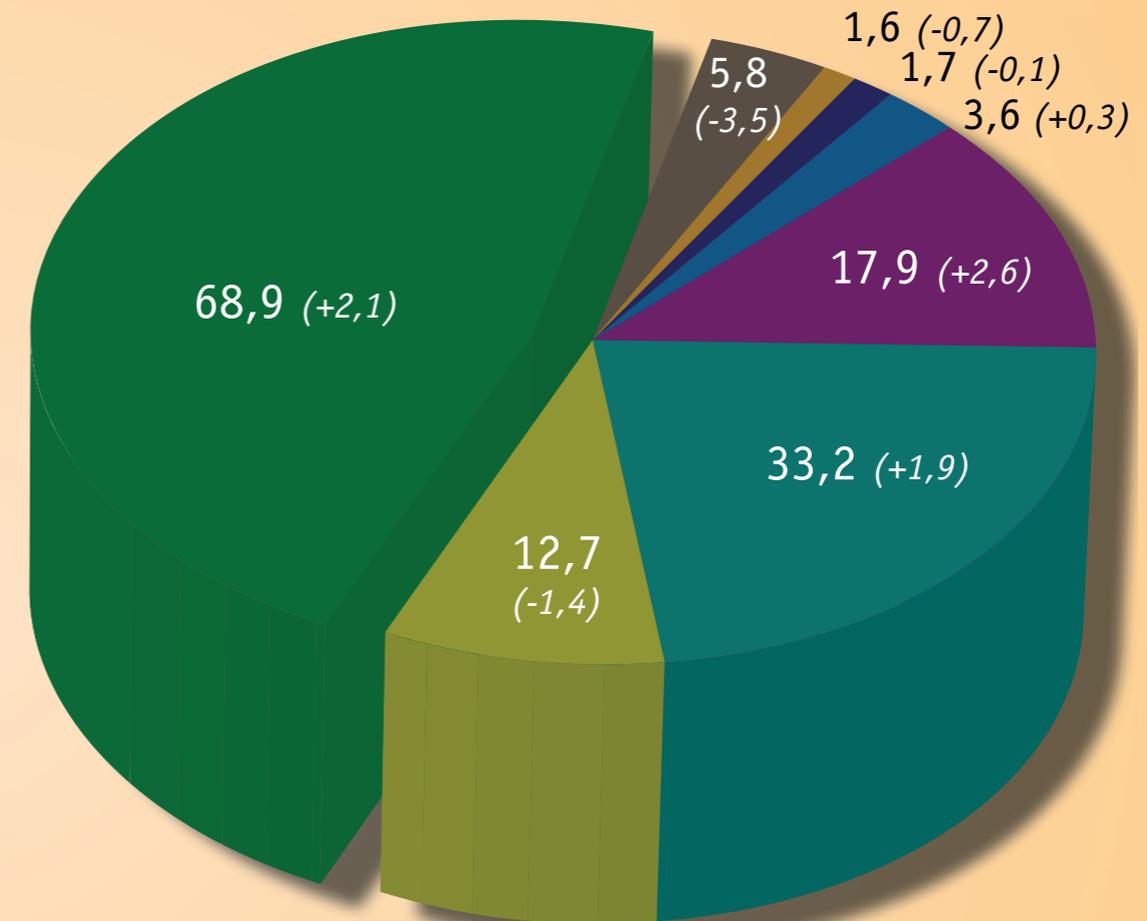
**Achtung:** Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

# Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Personen mit **weiterführender Schulbildung**

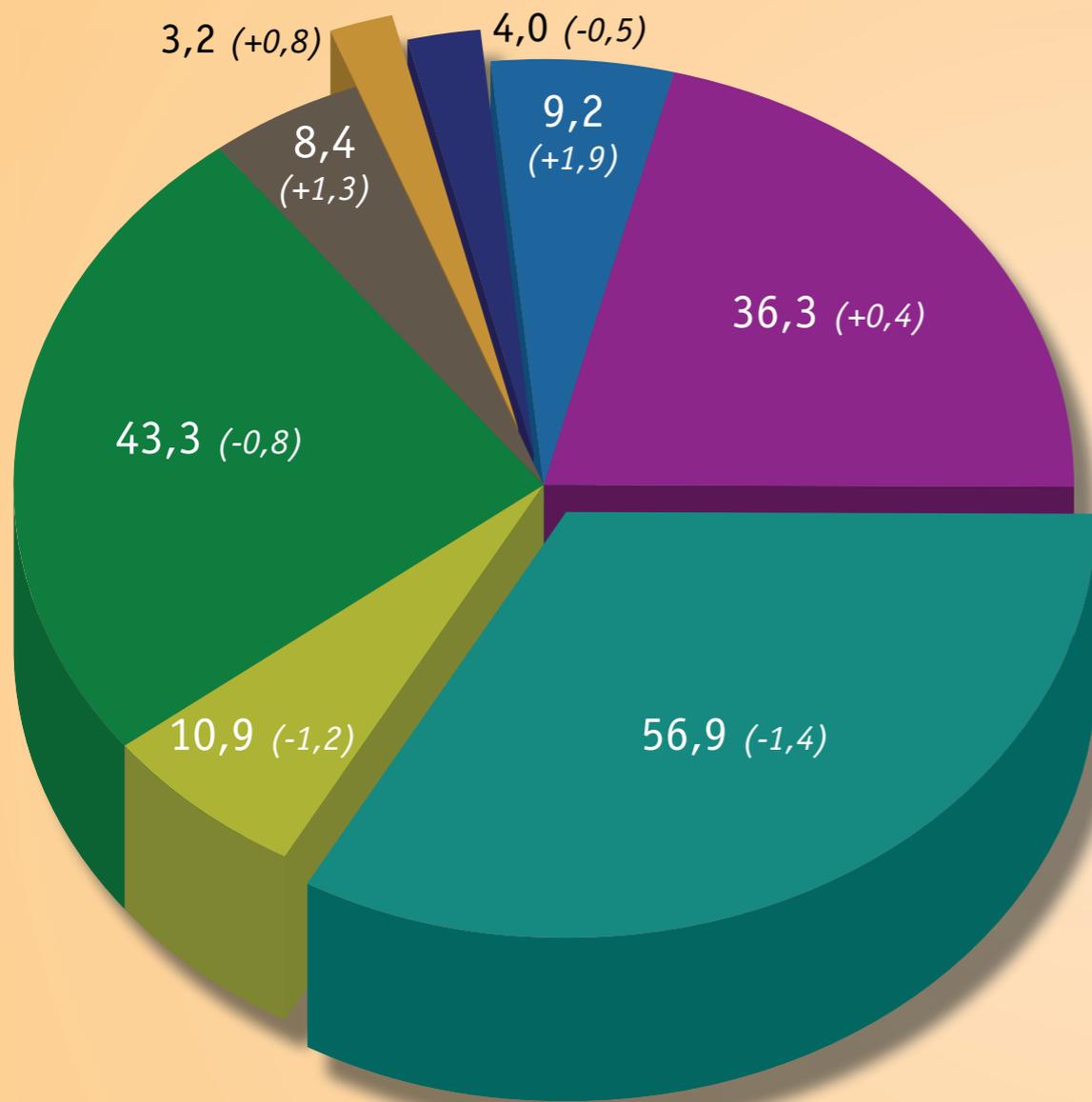


Personen mit **Hauptschulbildung**

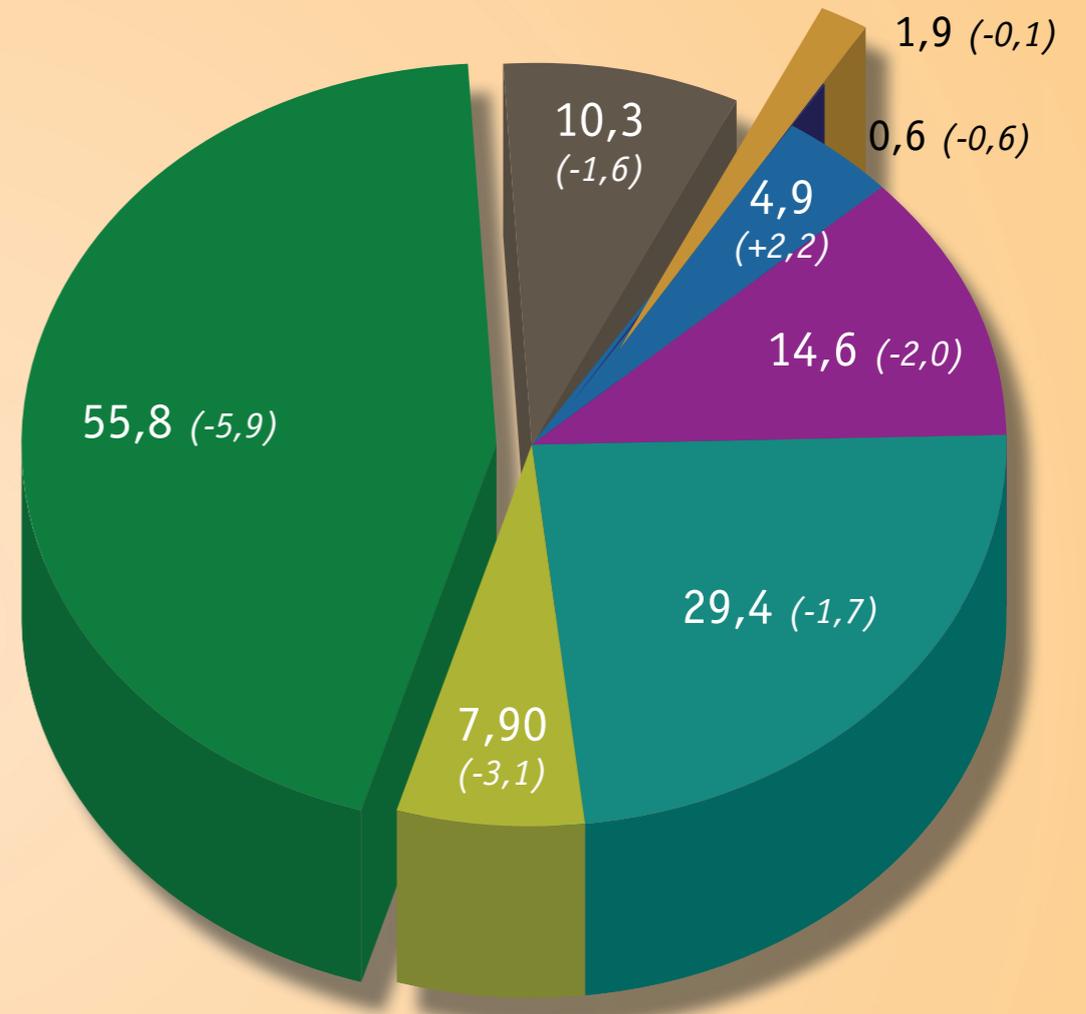
- gedruckte Form
- Telefonauskunft
- Online PC
- Online Smartphone
- Apps
- Navi-Geräte
- CD-ROM
- nichts davon

# Nutzung von Verzeichnismedien – Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nettoeinkommen **2.000 Euro und mehr**

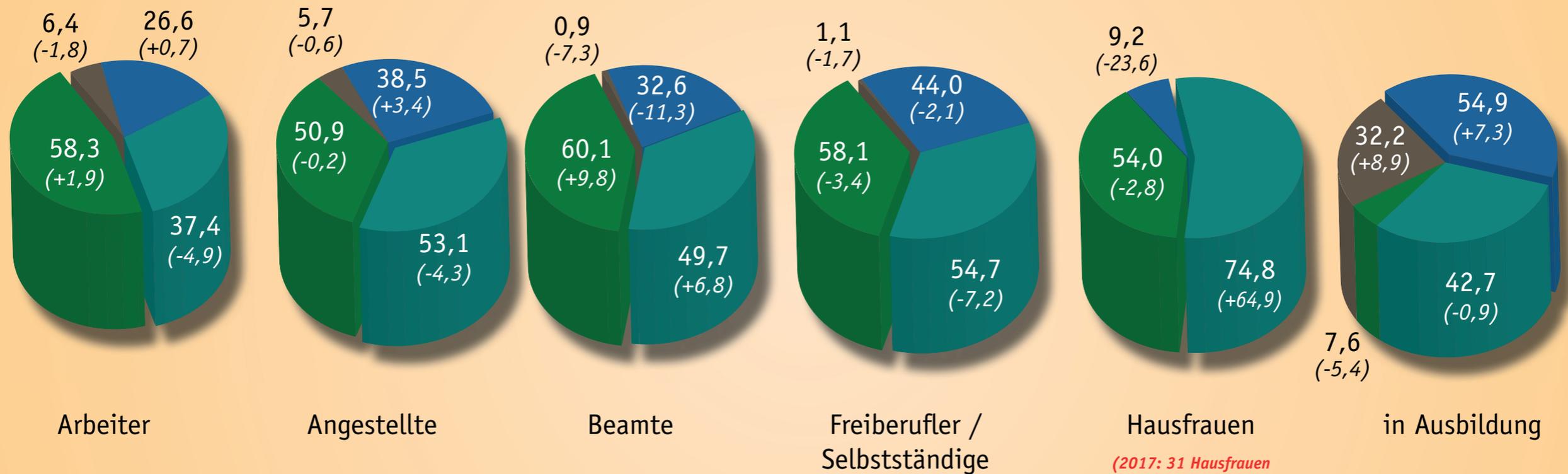


Nettoeinkommen **bis 1.500 Euro**

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

# Nutzung nach Berufsgruppen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



*(2017: 31 Hausfrauen  
2018: 15 Hausfrauen  
Fallzahlen sehr gering,  
daher nicht verwertbar)*

Print

Online

Mobile / App

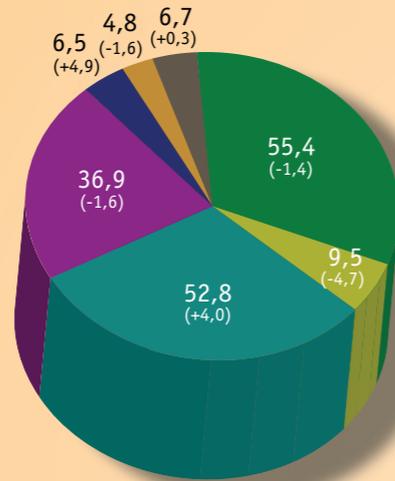
nichts davon

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

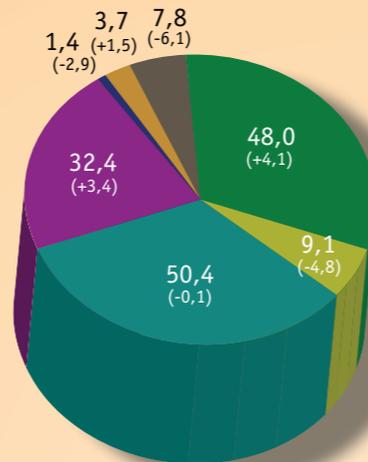
# Regionale Unterschiede nach Nielsen-Gebieten

Veränderung in %-Punkten, bei mobiler- und Nicht-Nutzung in Klammern die Entwicklung im Vergleich zu 2017

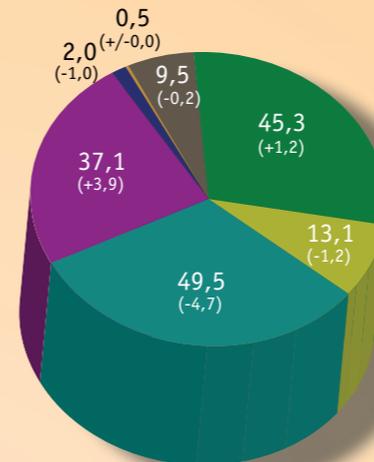
Hamburg/Bremen/Schleswig  
Holstein/ Niedersachsen (Nielsen I)



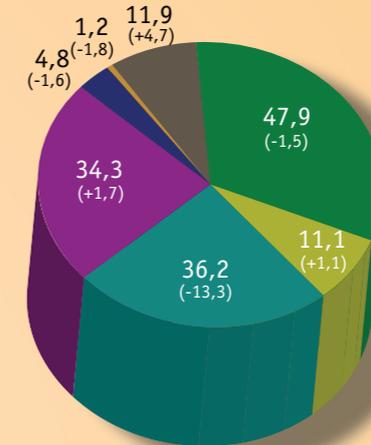
NRW (Nielsen II)



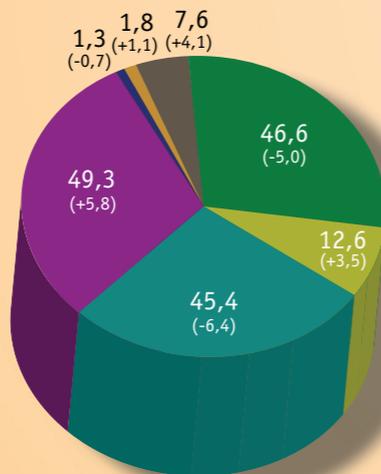
Hessen/Rheinland Pfalz/Saarland (Nielsen IIIa)



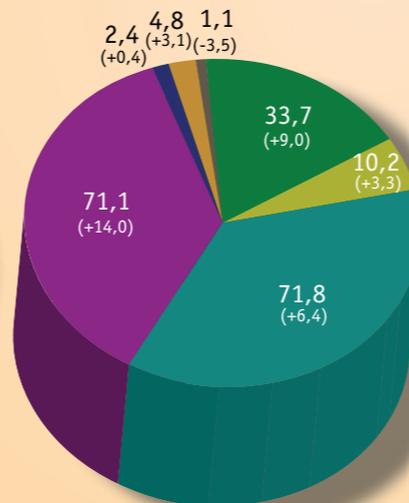
Baden Württemberg (Nielsen IIIb)



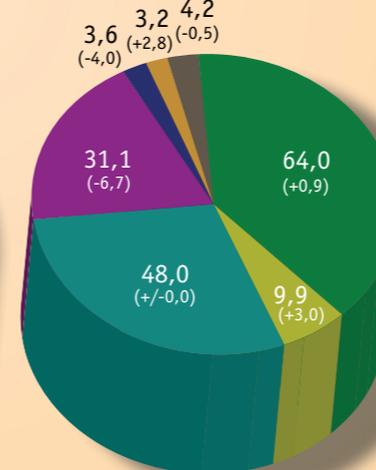
Bayern (Nielsen IV)



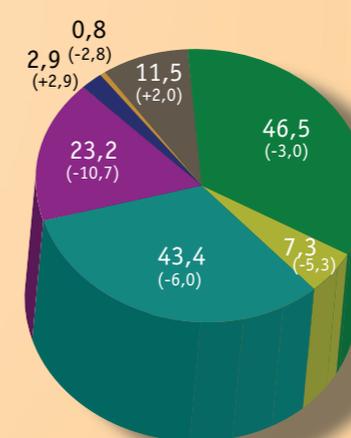
Berlin West (Nielsen Va)  
Berlin Ost (Nielsen Vb)



Brandenburg/Meck Pom/  
Sachsen Anhalt (Nielsen VI)



Sachsen/Thüringen (Nielsen VII)



gedruckte Form  
Navi-Geräte

Telefonauskunft  
CD-ROM

Online PC  
nichts davon

Online Smartphone

# Zwischenfazit

- Verzeichnismedien waren auch 2018 fester Bestandteil des Alltags der Deutschen. **Rund 92 % nutzten die verschiedenen medialen Angebote.**
- Im Vergleich zum Vorjahr allerdings haben sich die Nutzungsdaten in den Hauptgruppen allerdings nur marginal verändert.
- Freiberufler, Beamte, Selbstständige und Angestellte sind die häufigsten Nutzer von Print-Produkten, deren Nutzung insgesamt auf hohem Niveau stabil geblieben ist.
- Während die Print-Nutzung bei den Beamten um ein Fünftel auf 60% stieg, verlor Print bei den Auszubildenden fast die Hälfte der ohnehin nicht üppigen Nutzerschaft und liegt jetzt bei nur noch 7,6%.
- Stark erhöht hat sich bei den Auszubildenden demgegenüber die **Zahl der Nicht-Nutzer von Verzeichnismedien, sie stieg von 19,7 auf 32,2%.**
- Die Anzahl der Nutzer über stationäre PC stagniert seit nunmehr vier Jahren, 2018 mit leichten Ausschlägen nach unten.
- Auch die Nutzung der mobilen Angebote veränderte sich nur geringfügig. Fast jeder Dritte nutzt inzwischen mobile Angebote.
- Positiv die Entwicklung bei der **APP-Nutzung: deren Nutzung stieg um fast ein Drittel von 5,9 auf 7,8%.**
- Während die Nutzungen über Navis und CD weiter auf niedrigem Niveau stagnieren, hat **die Telefonauskunft erneut rund 10% ihrer Nutzerschaft eingebüßt.**

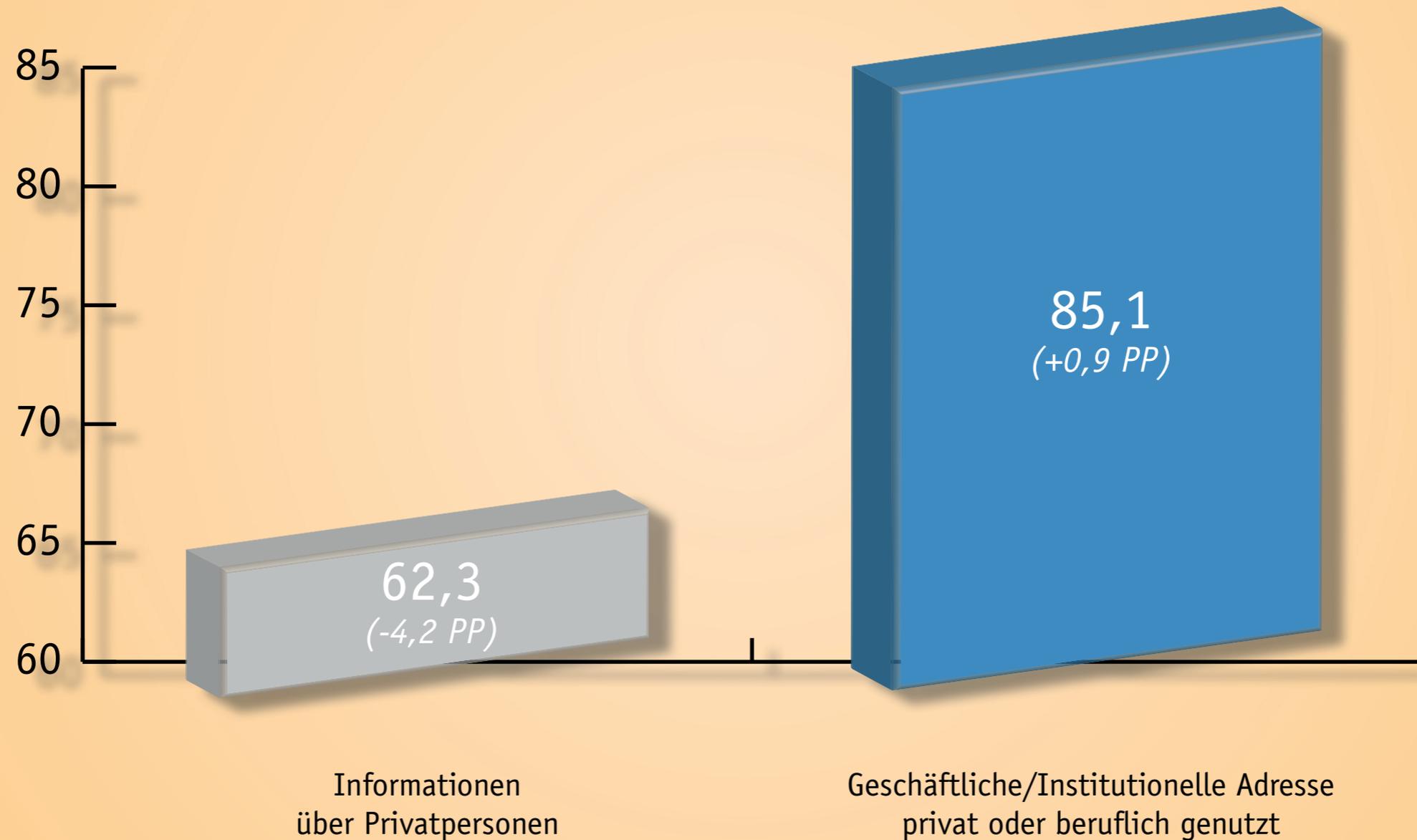
# Zusammenfassung

- Nach wie vor besitzt die Grundregel je älter, desto mehr Print, je jünger desto mehr mobil Gültigkeit – während 83,1% der Ruheständler zum Buch greifen, sind es nur 9,5 der Heranwachsenden, 18% der Singles und knapp unter 30% in der Lifestage Familie.
- Genau im Gegensatz dazu die mobile Online-Nutzung: bei den Ruheständlern nutzen nur rund 5% ein Smartphone zur Suche, in den Stages Heranwachsende bis Familie sind es durchgängig rund 40%.

# Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien

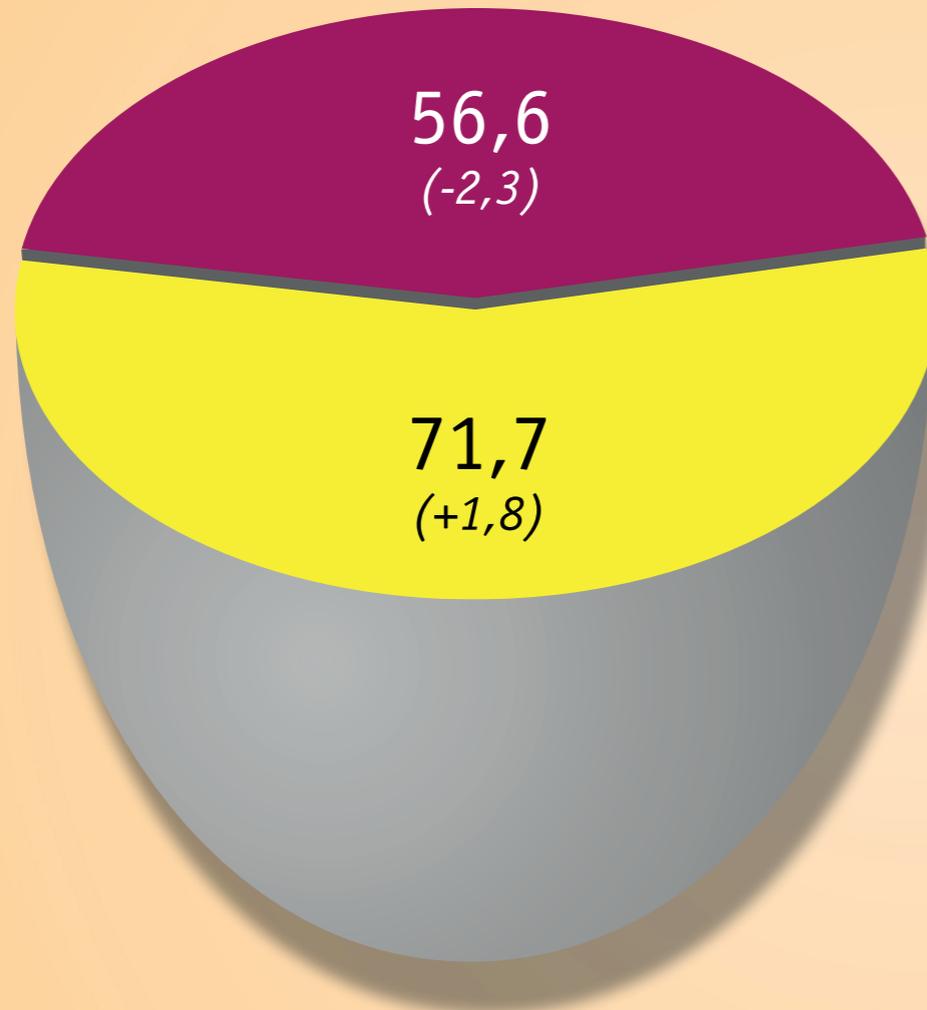
# Nutzungsanlässe von Verzeichnismedien – Geschäftliche/behördliche Nutzung aus privatem oder beruflichem Anlass

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



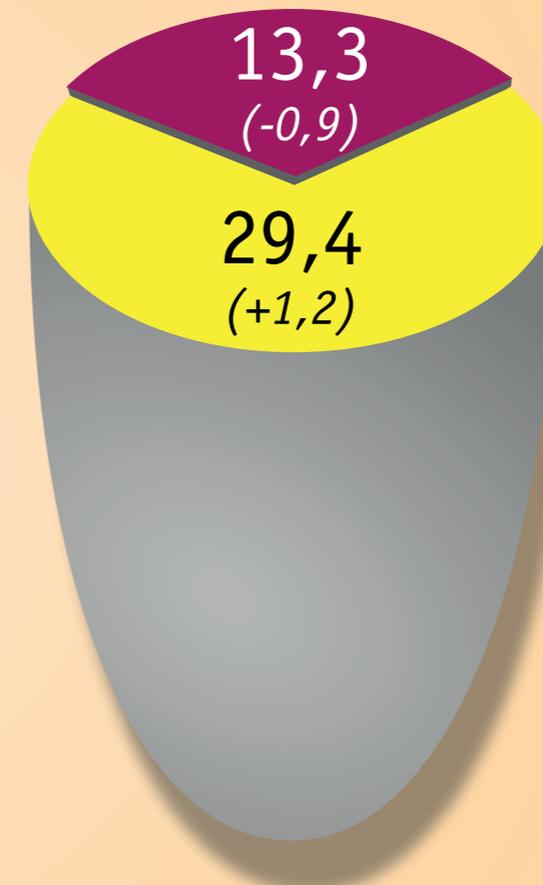
# Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie

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 Kommunikationsoptionen gesucht.

■ **Die Suche nach privaten Personen ist allerdings 2018 erneut um 4,2 auf nunmehr nur noch 62,3% gesunken.**

Dies muss wohl damit begründet werden, dass die Nutzer immer häufiger feststellen müssen, dass aufgrund der restriktiven Eintragungsvoraussetzungen und das Antragserfordernis immer weniger Private in den Verzeichnissen zu finden sind. Dies betrifft insbesondere die Mobilnummern. Hier haben die Verzeichnisse gegenüber OTT-Angeboten wie WhatsApp massiv an Bedeutung verloren.

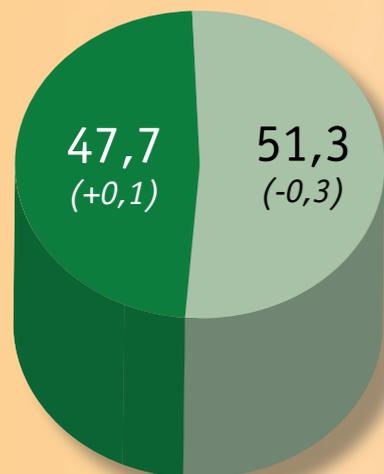
■ Demgegenüber ist **die Zahl der Suchen nach geschäftlichen und institutionellen Kommunikationspartnern erneut um 0,9% auf 85,1% angestiegen.** Damit hat sich dieser Wert in den letzten fünf Jahren fast um ein Viertel gesteigert.

■ Für Gewerbetreibende müssen Verzeichniseinträge daher nach wie vor Priorität besitzen. Der Nutzer sucht hier nach validen Kontakten zu potentiellen Geschäftspartnern, Dienstleistern und Handwerkern.

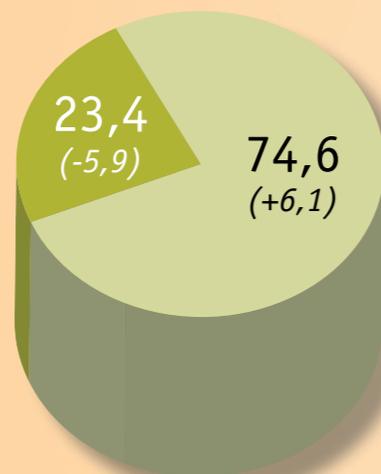
# Nutzungshäufigkeit von Auskunfts- und Verzeichnismedien

# Nutzungshäufigkeit von Verzeichnismedien – nach medialer Ausprägung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



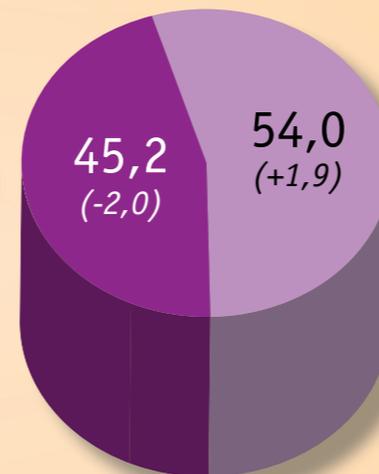
gedruckte Form/  
Buchform



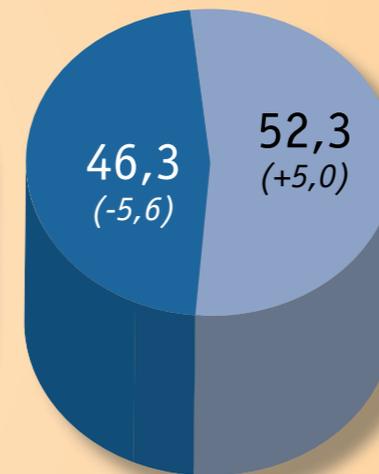
gebührenpflichtige  
Telefonauskunft



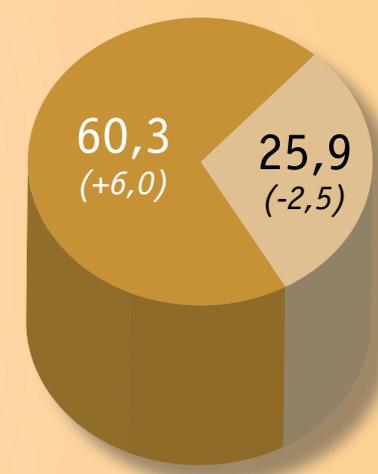
Online über PC/  
Notebook/iPad



Online über Smartphone,  
Blackberry, iPhone etc.



Apps für iPhone,  
PDA, Blackberry,  
Smartphone etc.



CD-ROM

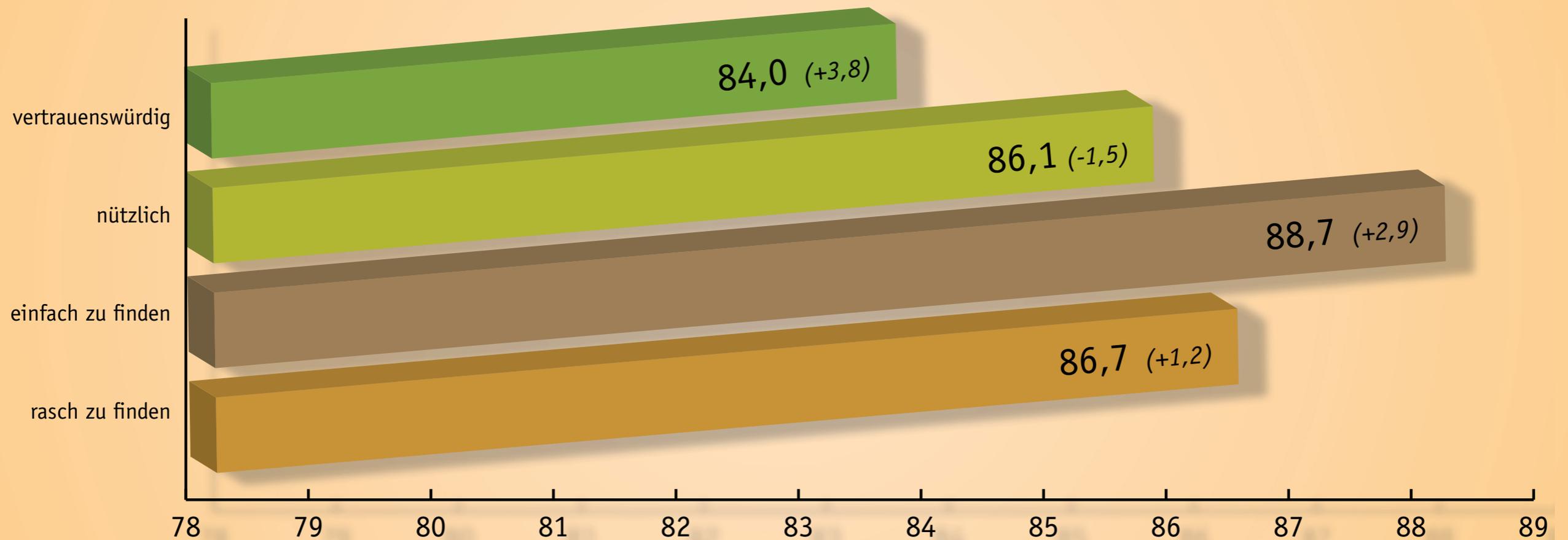
-  Dunkler Farbton: **einmal pro Monat und häufiger**
-  Heller Farbton: **seltener**

# Subjektive Kriterien

## Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

# Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind ...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



# Weiterhin hohes Vertrauen bei Inserenten und Werbungtreibenden.

- Bei den sog. subjektiven Werten – Vertrauen, Nutzen, Handhabbarkeit – sind die Verzeichnismedien so gut wie unschlagbar.
- Zwar sank 2018 der Wert für „nützlich“ marginal, dafür stiegen die Werte für „einfach zu finden“ um 2,9 PP, der für „rasch zu finden“ um 1,2 PP, der für „vertrauenswürdig“ gar erneut um 3,8 PP auf 84 %.
- Nach dem sog. Edelman Trust Barometer, der jährlich durchgeführten Untersuchung eines US-amerikanischen Instituts, liegt der weltweit ermittelte Vertrauenswert in die Medien bei 55,4% – die sozialen Netzwerke erreichen einen Wert von 43%, die Online-Medien 55%, **traditionelle Medien und Suchmaschinen liegen bei 65% – die Verzeichnismedien in Deutschland liegen bei rund 84%! – ein Pfund, mit dem sich wuchern lassen kann.**
- Die Nutzerstudie 2018 belegt, dass die Verzeichnismedien nach wie vor ein außergewöhnlich gutes positives Profil besitzen.

# Keyfacts 2019

-  **Grob betrachtet stagnierten die Werte für die Nutzung der Verzeichnismedien 2018**
-  **Dennoch ergeben sich in einzelnen Werten gravierende Entwicklungen.**
-  **Insgesamt nutzt nach wie vor fast jeder zweite Deutsche auch die gedruckten Angebote.**

Verzeichnismedien sind danach gerade für Dienstleister und Handwerker höchst attraktive und nahezu ideale Werbemedien.

Danke für Ihr Interesse an dieser Studie!