

# Studie zur Nutzung von Auskunftsw- und Verzeichnismedien im Jahr 2015



Stand: Januar 2016

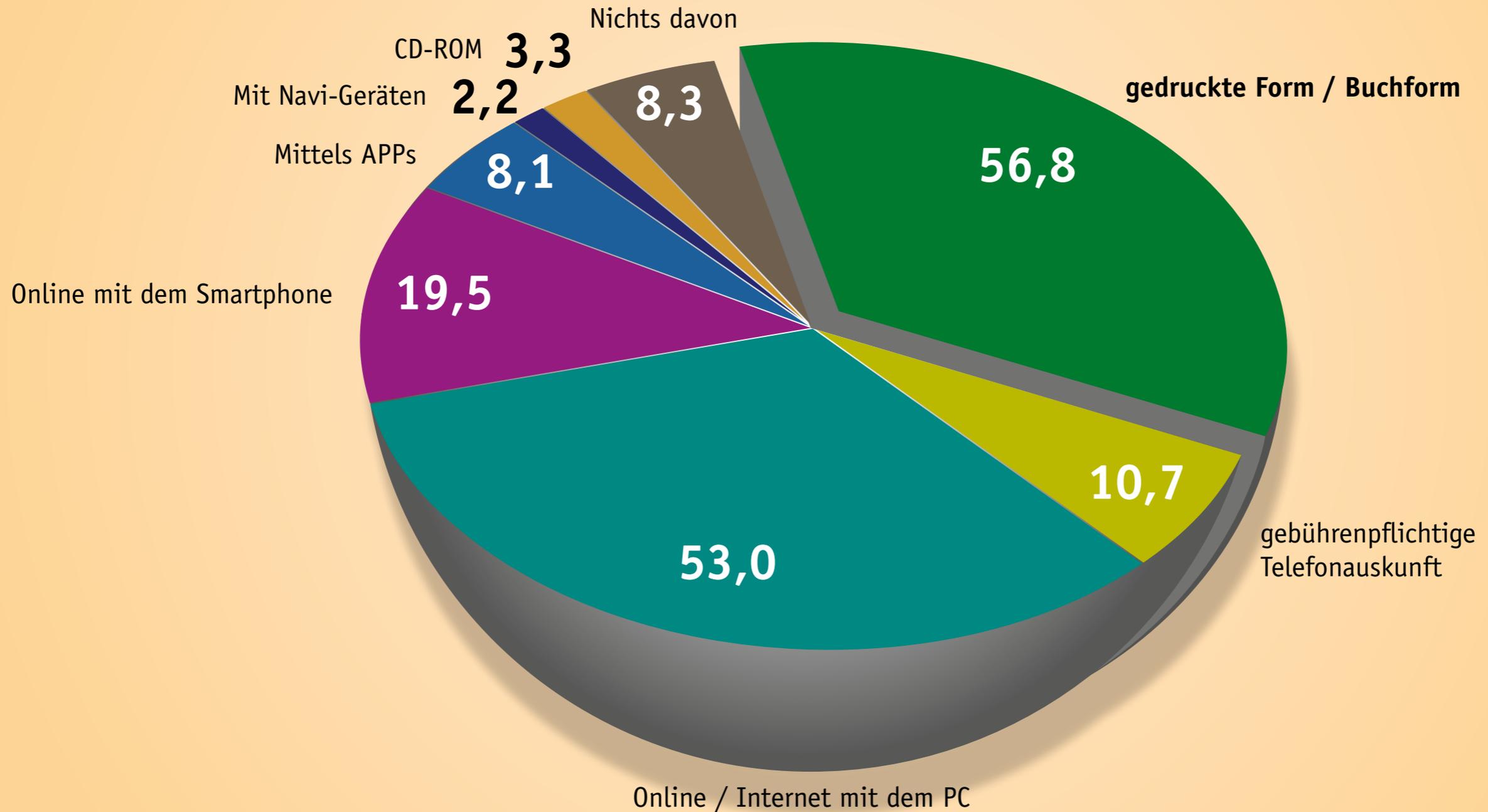
*Der [vdav] – Verband Deutscher Auskunftsw- und Verzeichnismedien e.V. hat im November 2015 zusammen mit dem vft Verband freier Telefonbuch- und Verzeichnismedien e.V., die 15. repräsentative Bevölkerungsbefragung bei Personen ab 14 Jahren zur Nutzung von Auskunftsw- und Verzeichnismedien durchführen 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.*



**[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

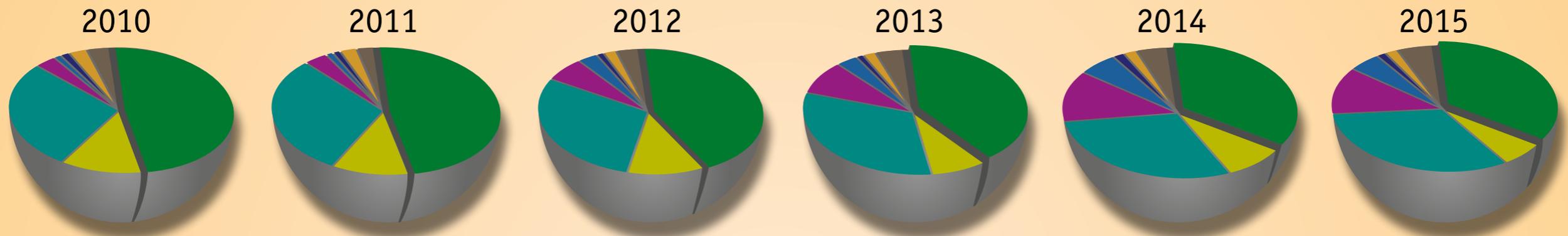
# Nutzung von Verzeichnismedien 2015 insgesamt

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

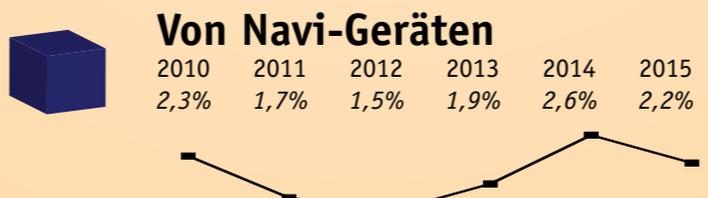
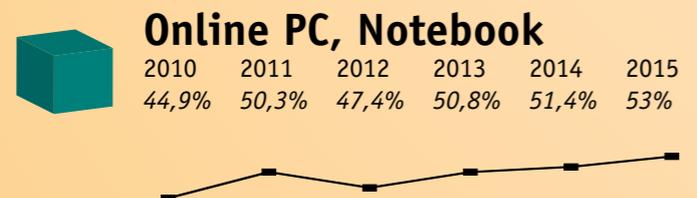
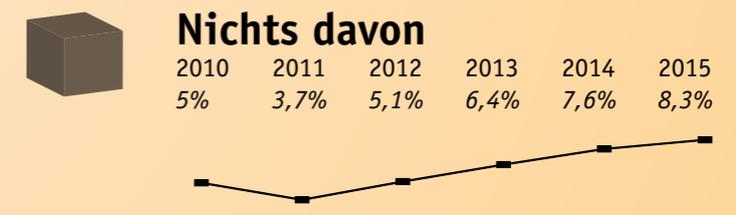
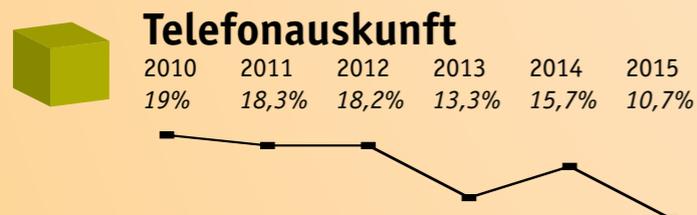
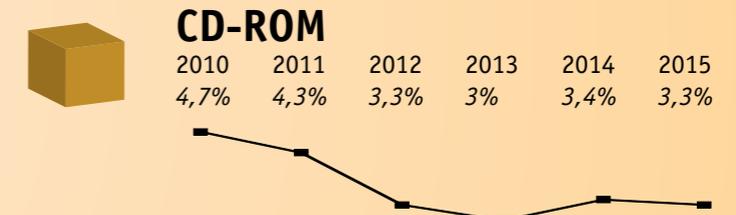
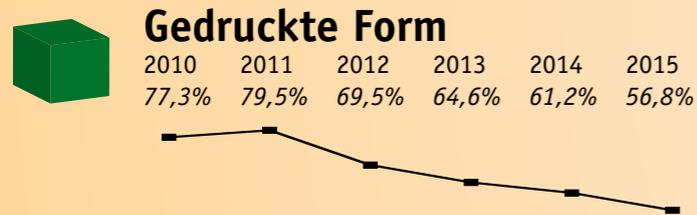


# Nutzung von Verzeichnismedien 2010-2015

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

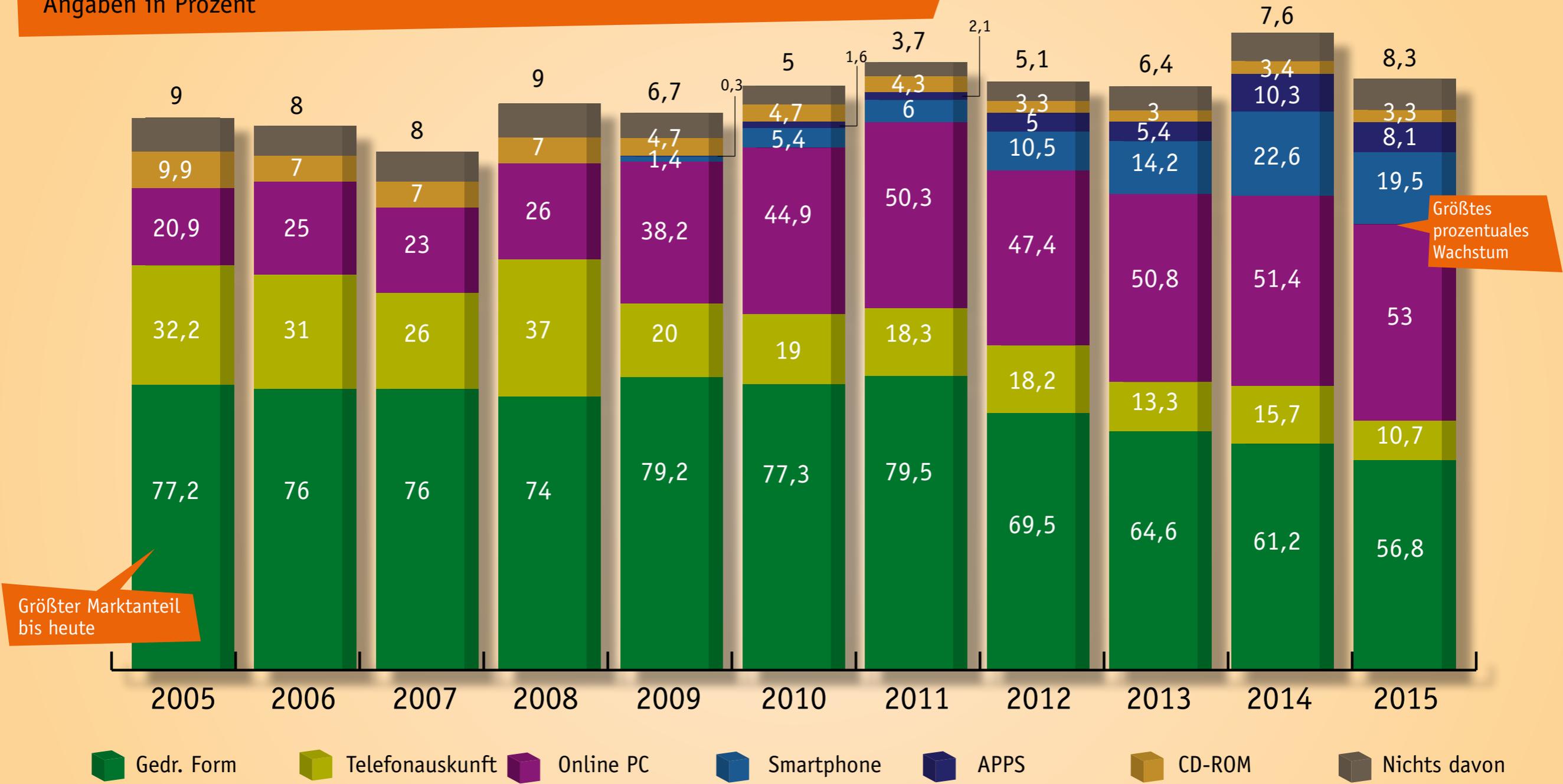


## Entwicklung in Zahlen



# Nutzung von Verzeichnismedien 2005-2015

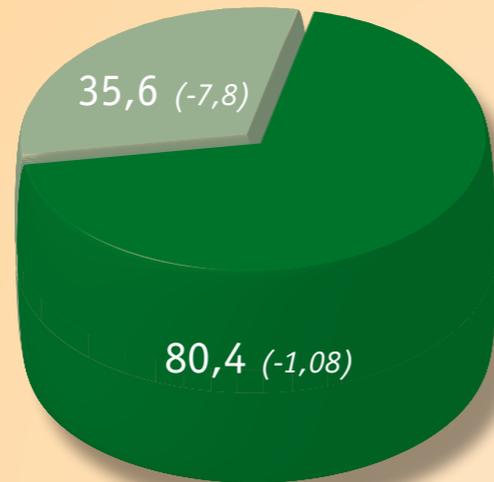
Angaben in Prozent



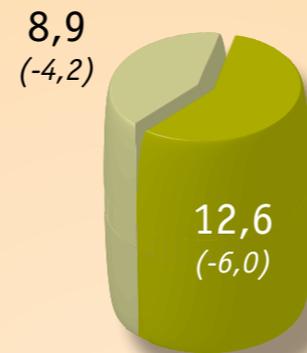
Aufgrund geänderter Fragestellungen sind die Ergebnisse ab 2008 nur bedingt mit den Ergebnissen von 2007 und davor vergleichbar. Ab 2009 wurden zusätzliche Antwortmöglichkeiten (Nutzung online über Smartphones, Blackberry, iPhone etc. und Nutzung von Apps für Smartphones, Blackberry, iPhone etc.) hinzugenommen,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

# Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Alter

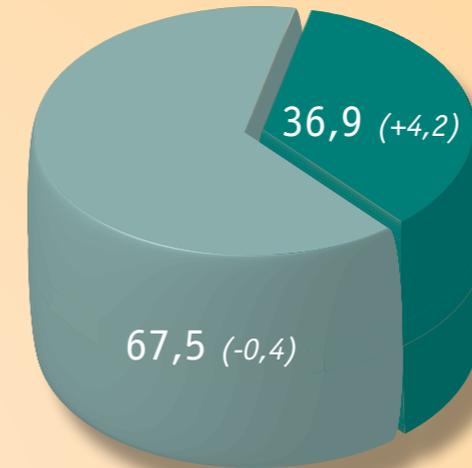
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



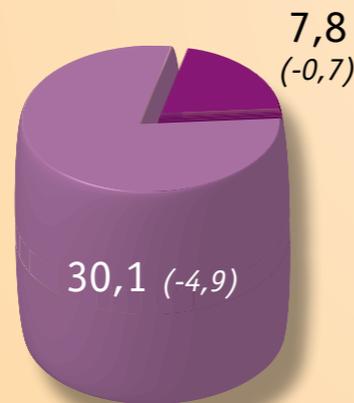
gedruckte Form



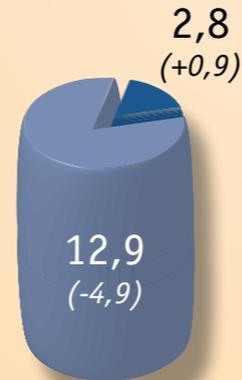
Gebührenpflichtige  
Telefonauskunft



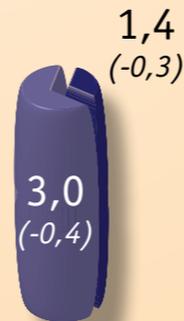
Online PC



Online Smartphone



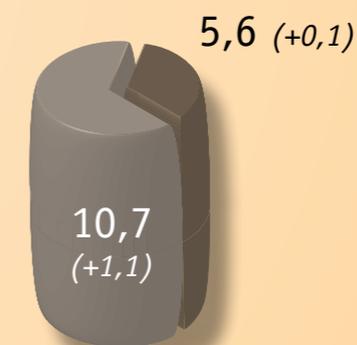
Über APPs



Navi-Geräte



CD-ROM



Nichts davon

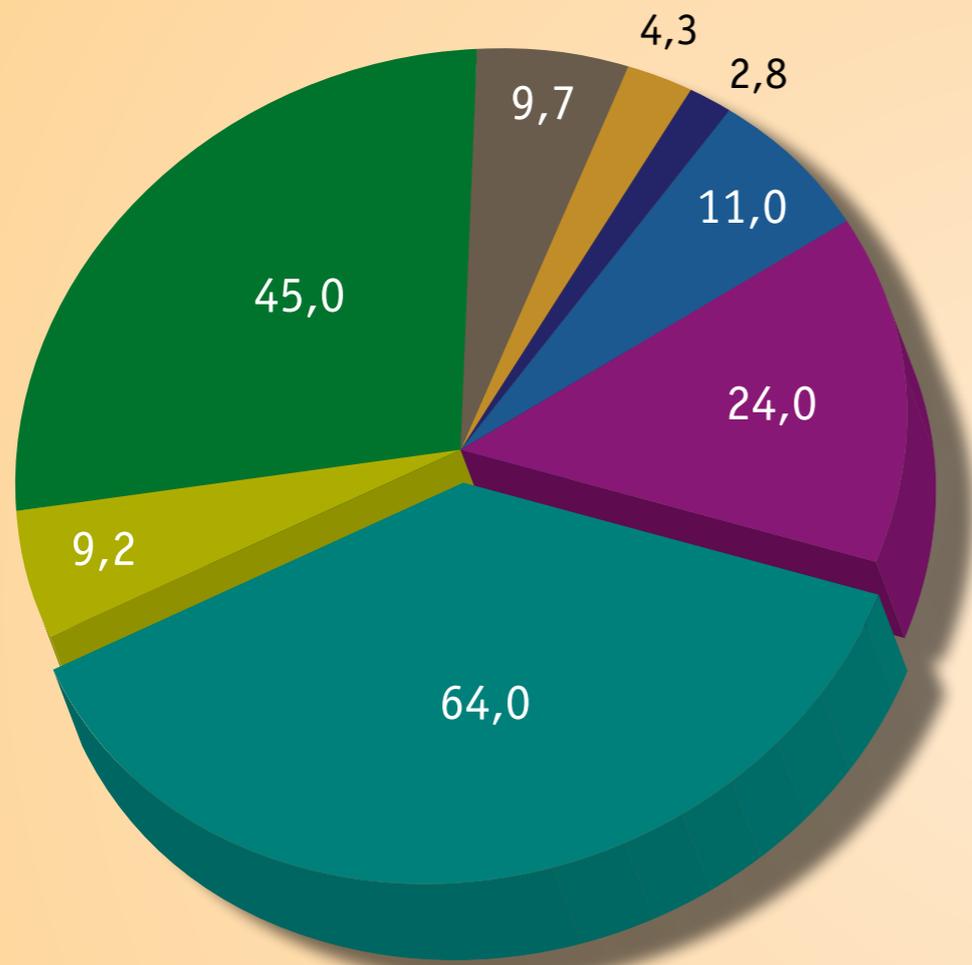
 Heller Farbton: Altersgruppe bis 49 Jahre, Ipsos Nov. 2014

 Dunkler Farbton: Altersgruppe 50 Jahre und älter, Ipsos Nov 2014

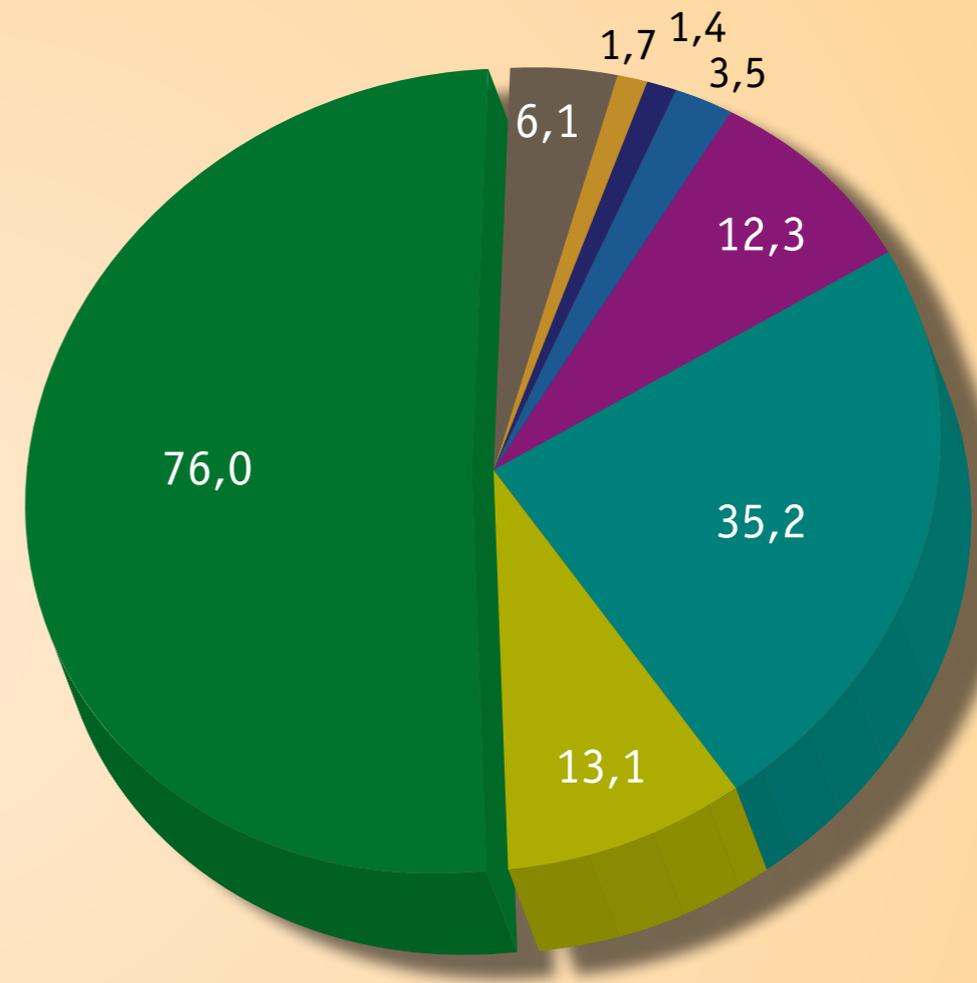
**Achtung:** Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

# Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Personen mit **weiterführender Schulbildung**

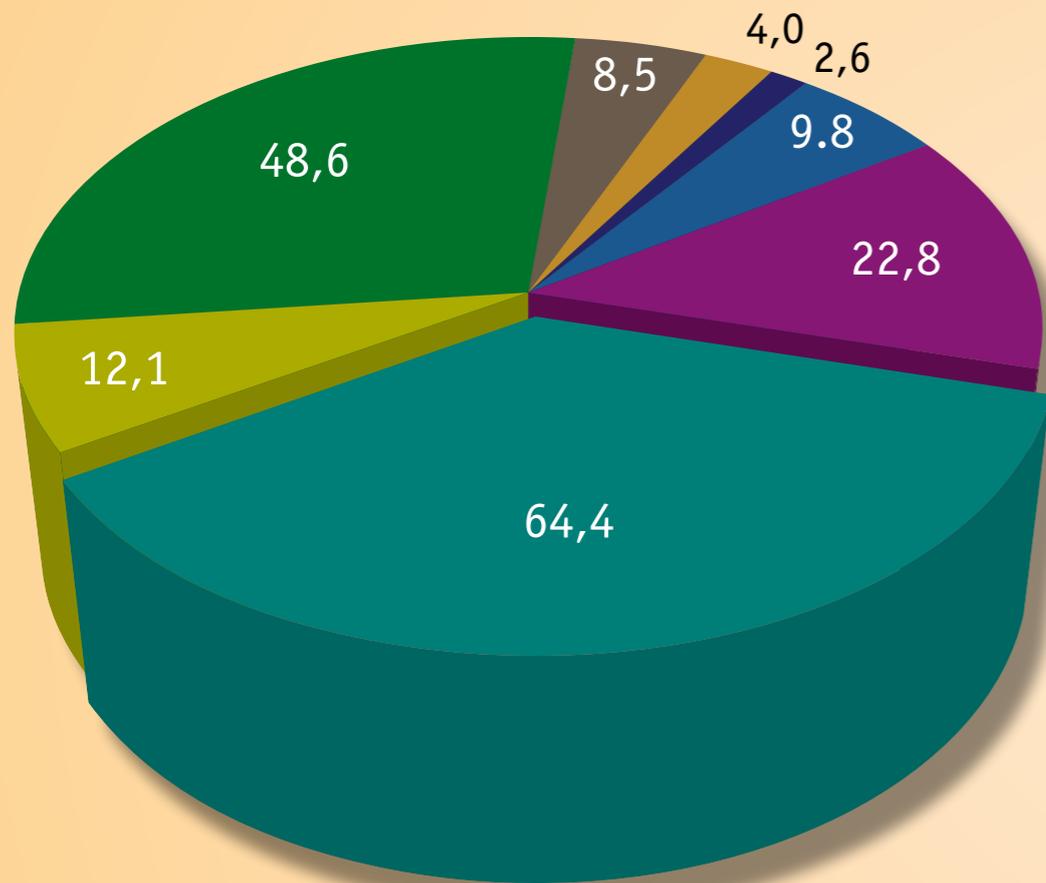


Personen mit **Hauptschulbildung**

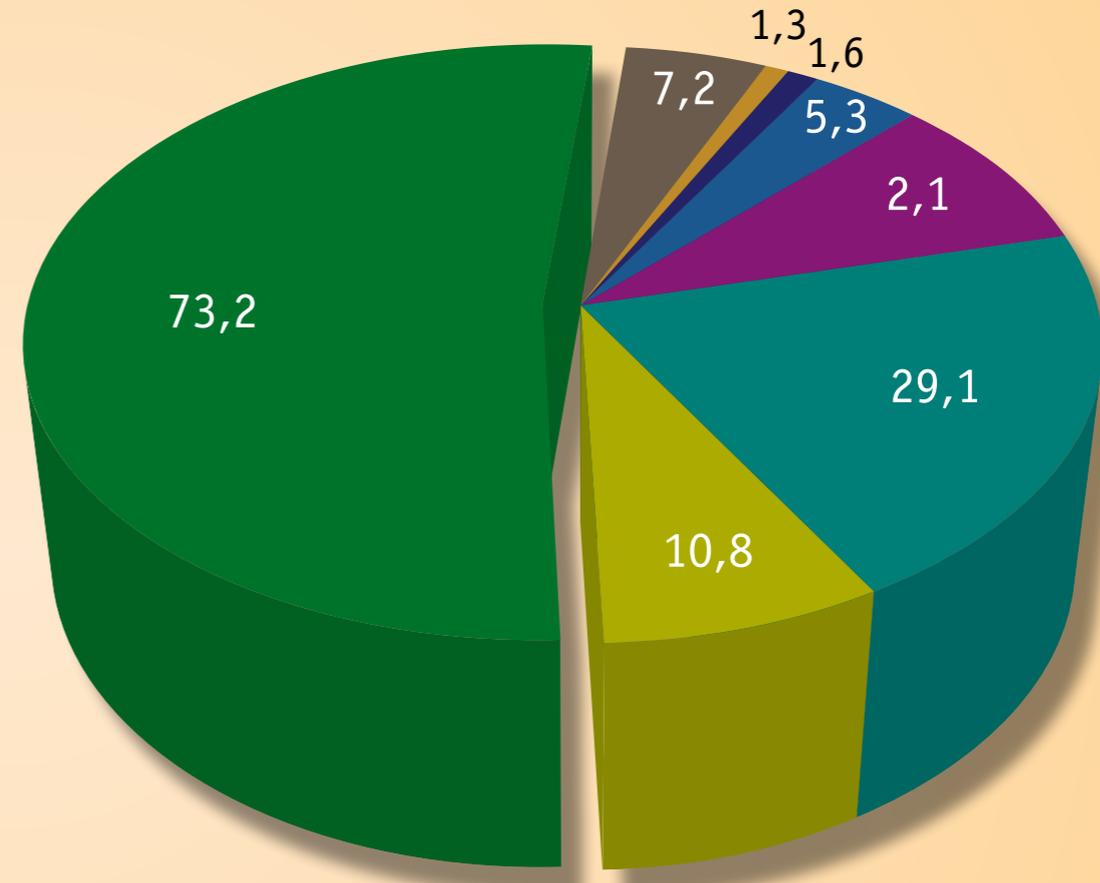
-  Gedruckte Form
-  Telefonauskunft
-  Online PC
-  Online Smartphone
-  APPS
-  NAVI-Geräte
-  CD-ROM
-  Nichts davon

# Nutzung von Verzeichnismedien – Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nettoeinkommen **2.000 Euro und mehr**

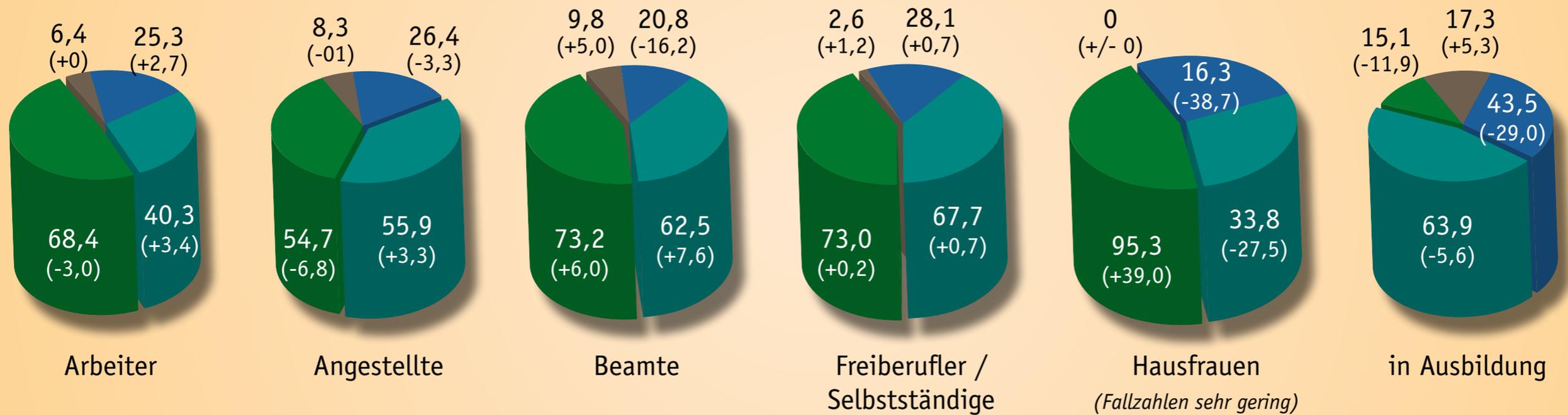


Nettoeinkommen **bis 1.500€Euro**

- Gedruckte Form
- Telefonauskunft
- Online PC
- Online Smartphone
- APPS
- NAVI-Geräte
- CD-ROM
- Nichts davon

# Nutzung nach Berufsgruppen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Print

Online

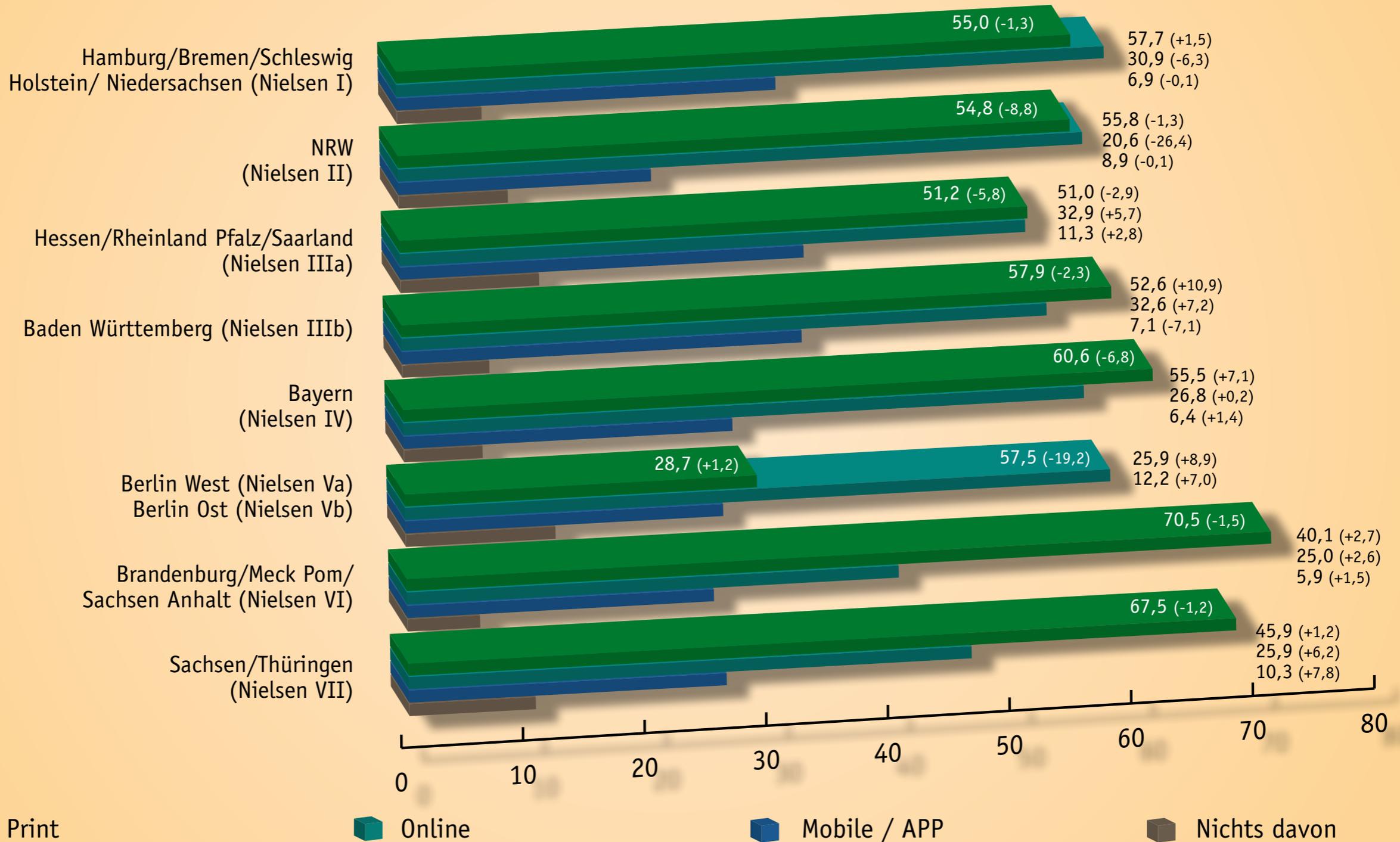
Mobile / APP

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 Werte von 2014



Print

Online

Mobile / APP

Nichts davon

# Zwischenfazit

- Verzeichnismedien gehören nach wie vor zum Alltag der Deutschen. **Mehr als neun von zehn Bundesbürgern** ab 14 Jahren nutzen Verzeichnismedien in allen Ausprägungen.
- Die **gedruckte Form** behauptet nach wie vor ihre **führende Position**. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger greift nach wie vor zum Buch, auch wenn es hier gravierende geografische Unterschiede gibt.
- Online konnte 2015 erneut zulegen und ist nun mit 53 % (+1,6 pp) dem Print dicht auf den Fersen.
- Die Nutzung über mobile Endgeräte (Smartphones, Blackberry, iPhone etc.) ist 2015 nach dieser Studie um 3,1 pp auf 19,5 % gesunken. Andere Untersuchungen kommen allerdings zum Ergebnis, dass die mobile Nutzung insgesamt auch 2015 gestiegen ist.
- Nach den Ergebnissen dieser Studie ist auch die Nutzung über Apps leicht gefallen, hat sich aber in fünf Jahren verfünffacht.
- 2015 hat die **Telefonauskunft rund ein Drittel ihrer Nutzer verloren**.
- CD-ROMs für die Adress- und Telefonnummernsuche bleiben im Vergleich zum Vorjahr mit einem leichten Minus fast stabil. Sie haben nach wie vor eine treue Fan-Base.
- Jüngere, **besser gebildete und besser verdienende Bundesbürger tendieren** nach wie vor zu den **online- und mobilen Angeboten**. Selbständige und Auszubildende bilden hier die stärkste Gruppe.

# Komplementär-Nutzung verschiedener Formen der Auskunfts- und Verzeichnismedien

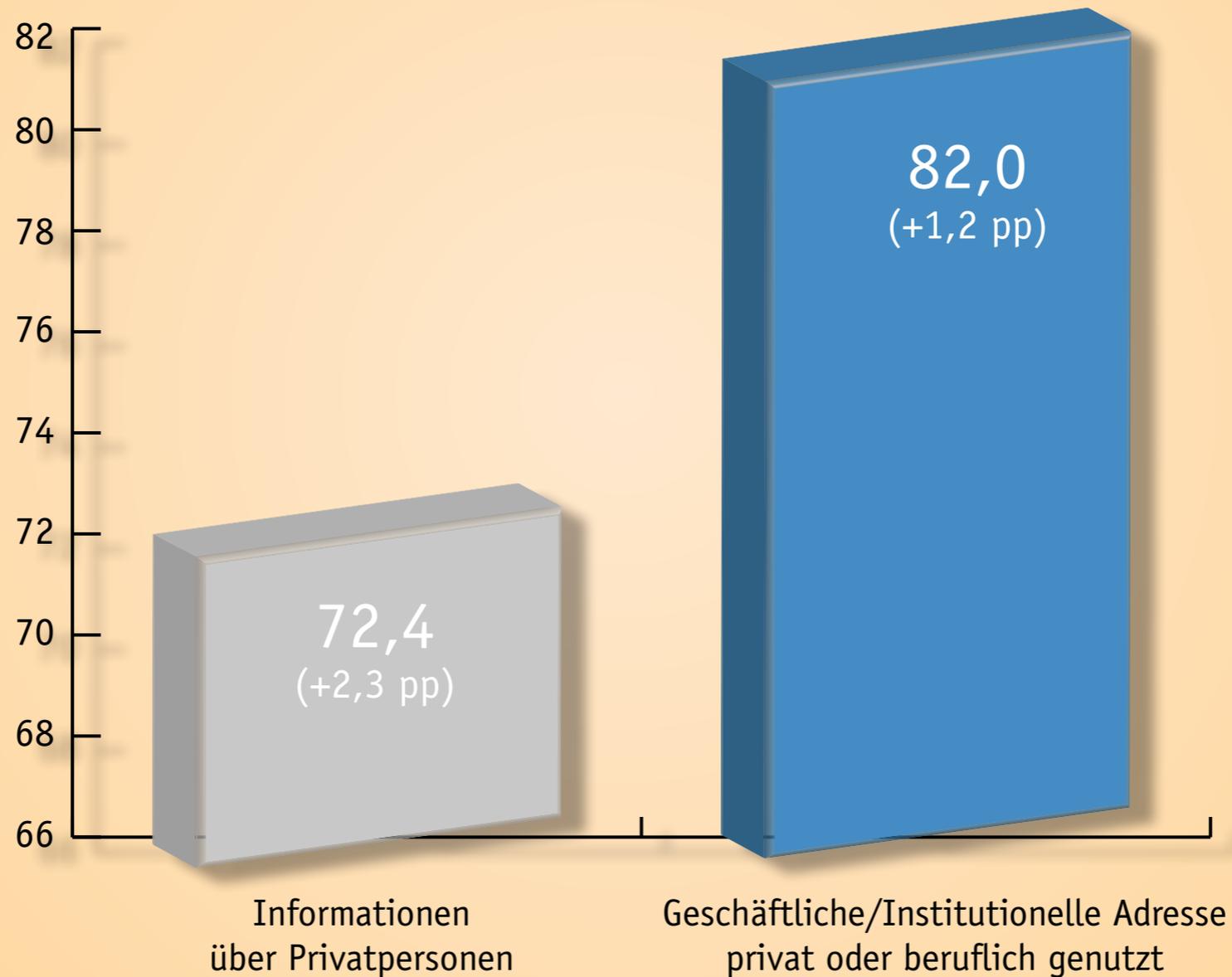
# Zusammenfassung

- Mehr als **jeder vierte**, der die Online-Ausprägung von Verzeichnismedien nutzt, **ist auch nach wie vor Print-Nutzer** von Verzeichnismedien (42,6 %).
- Der **Anteil der exklusiven Online-Nutzer**, also derjenigen, die nur Online- und keine Print-Verzeichnismedien nutzen, zeichnet sich nach wie vor durch ein relativ **markantes soziodemografisches Profil** aus. Weit überdurchschnittlich gehören sie den jüngeren und mittleren Altersgruppen (bis 49 Jahre) an und besitzen zumeist eine höhere Schulbildung.
- **Komplementärnutzer** von Verzeichnismedien (Online + Print) sind vor allem in der **mittleren Altersgruppe** vertreten. 62,9 % dieser Personen sind 30 bis 59 Jahre alt.
- Die Anzahl der älteren (50+) exklusiven Online-Nutzer ist mit 18,3 % stabil geblieben, während in der Altersgruppe 60+ die Zahl der exklusiven Print-Nutzer um 5,2 pp gestiegen ist.

# Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien

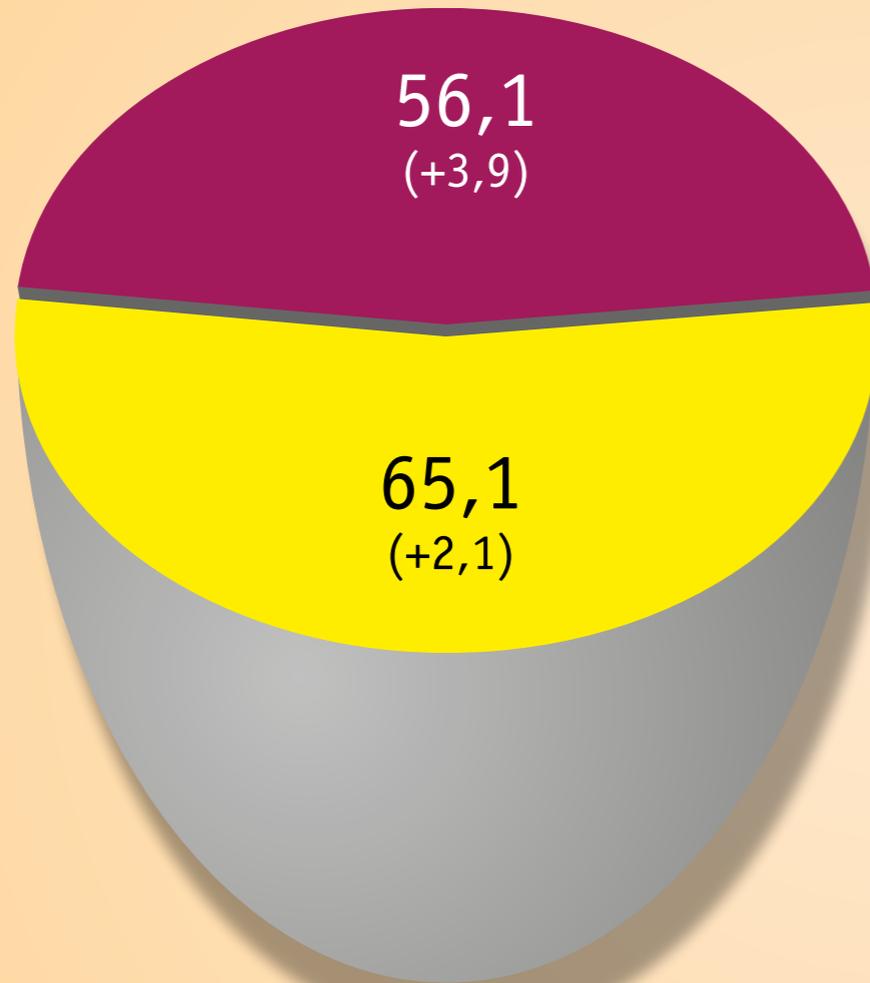
# Nutzungsanlässe von Verzeichnismedien – Geschäftliche/behördliche Nutzung aus privatem oder beruflichem Anlass

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



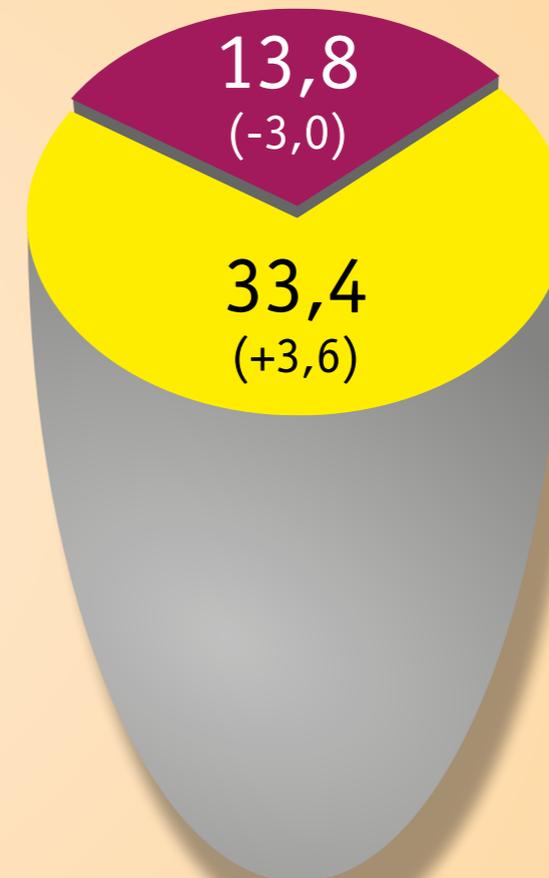
# Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie

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/institutionellen Adressen gesucht.
- Die Suche nach Informationen über Privatpersonen ist 2015 wieder angestiegen (+2,3%).
- Die **Suche nach geschäftlichen/institutionellen Adressen stieg erneut** um 1,2 pp auf 82 % und hat damit allein in den beiden letzten Jahren um **mehr als 10%** zugelegt.
- 2015 ist die Nutzung bei der **Suche** nach Produkten und Dienstleistungen erneut in der Einkommensgruppe über 2.000 Euro und **bei den Freiberuflern signifikant gestiegen**. Damit bewiesen die Verzeichnismedien auch 2015 ihre Attraktivität als Werbemedium.
- Verzeichnismedien wurden auch 2015 speziell von einkommensstärkeren Gruppen genutzt, um Geschäftspartner, sei es aus privatem oder geschäftlichem Anlass, zu finden.

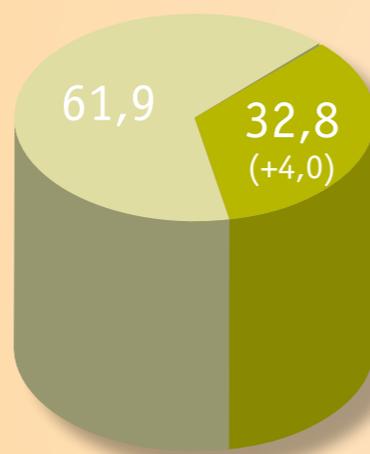
# Nutzungshäufigkeit von Auskunfts- und Verzeichnismedien

# Nutzungshäufigkeit von Verzeichnismedien – nach medialer Ausprägung

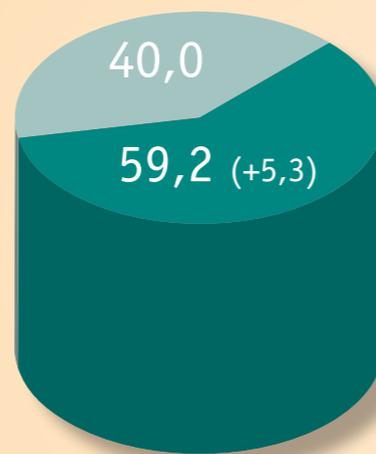
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



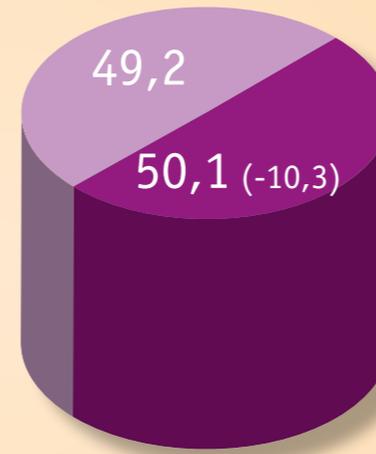
gedruckte Form/  
Buchform



gebührenpflichtige  
Telefonauskunft



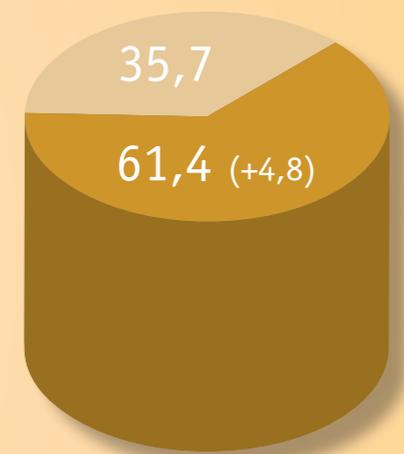
Online über PC/  
Notebook/iPad



Online über Smartphone,  
Blackberry, iPhone etc.



APPs für iPhone,  
PDA, Blackberry,  
Smartphone etc.



CD-ROM

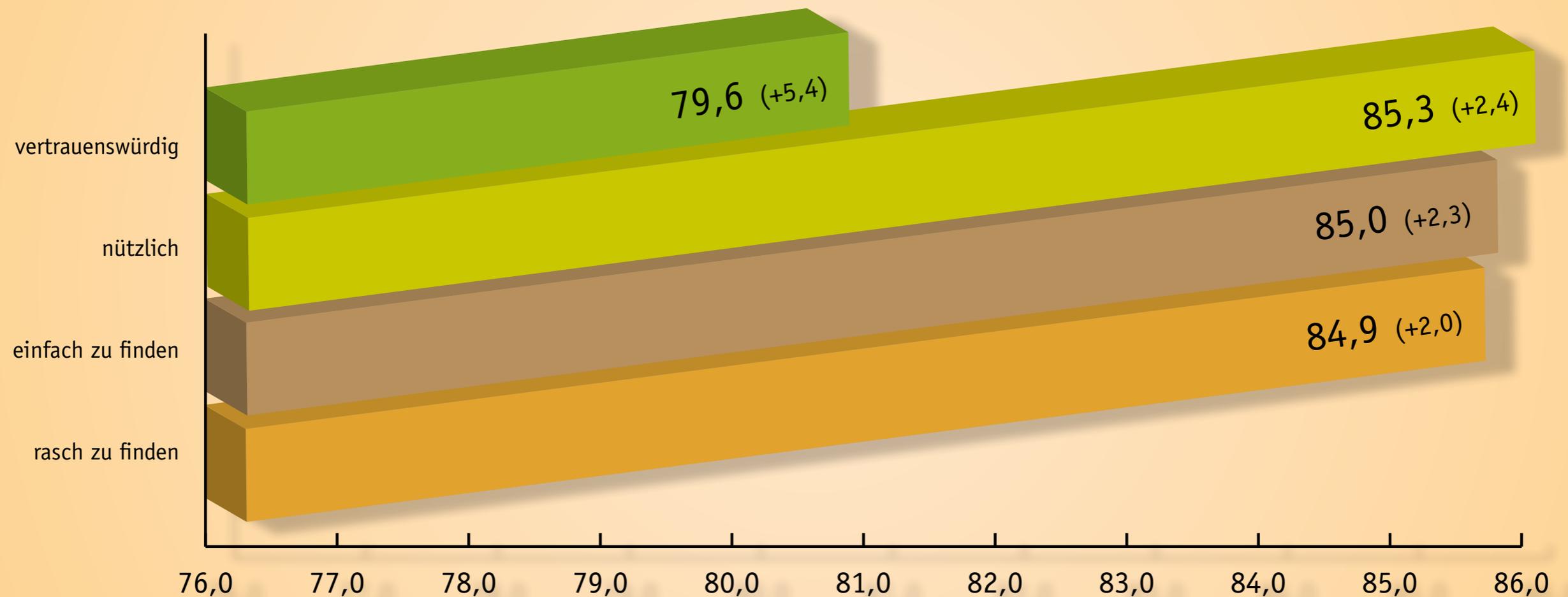
-  Dunkler Farbton: **einmal pro Monat und häufiger**
-  Heller Farbton: **seltener**

# Subjektive Kriterien

## Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

# Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind ...

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Nutzer von Verzeichnismedien, TOP-Boxes der Zustimmung Ipsos Nov. 2015

## 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 **92 Prozent** der Bundesbürger sind Nutzer dieser Medien.
- Die **gedruckte Form dominiert** noch immer das Geschehen. Trotz weiter wachsender Online- und starker mobiler Präsenz sind entgegen vieler Vorurteile mehr als die Hälfte (56,8%) Nutzer der gedruckten Informationsmedien.
- Die Anzahl der Online-Nutzer stieg 2015 im Vergleich zum Vorjahr erneut um 1,6 pp auf jetzt 53%. **Online hat die Print-Nutzung damit bis auf 3,8 % eingeholt.**
- Fast ein Drittel der Deutschen (27,6 %) suchen mittlerweile auch mobil und per **APP**. In den letzten fünf Jahren hat sich die Zahl der **Nutzer hier insgesamt mehr als verfünffacht.**
- Erfreulich ist, dass weiterhin bei gehobenem Bildungs- und Einkommensniveau eine überdurchschnittliche Nutzung von Verzeichnismedien festzustellen ist. Die **Nutzer von Verzeichnismedien** sind und **bleiben** für werbliche Investitionen eine **hoch interessante, zahlungskräftige Zielgruppe.**

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

- Der Anteil exklusiver Online-Nutzer liegt 2015 bei über 57 % von allen Online-Verzeichnismedien-Nutzern und ist damit gegenüber dem Vorjahr erneut um ca. 10 % gestiegen. Es gibt aber immer noch auch einen fast ebenso großen Teil exklusiver Nutzer der Print-Medien. **Erstmals war 2015 der Anteil der exklusiven Online-Nutzer höher als der der exklusiven Print-Nutzer.** Online ist hier schon auf der Überholspur.
- Das Profil der Exklusiv-Online-Nutzer ist**, wie bisher, besonders markant und zu beachten. Sie sind **jung** (bis 29 Jahre alt) und sie weisen ein **weit überdurchschnittliches Bildungsniveau** auf.
- Komplementär-Nutzer von Online und Print gibt es nach wie vor in hoher Anzahl. **47,3 % aller Online-Nutzer von Verzeichnismedien sind zugleich auch Printnutzer**, sie konzentrieren sich hauptsächlich auf die aus mittleren Altersgruppen (30-49 Jahre).

## Gesamtfazit III

**Auskunfts- und Verzeichnismedien sind extrem häufig genutzte Medien und werden in hohem Maße von potentiellen Geschäftspartnern für die Recherche nach Kontakten eingesetzt.**

- **Bis auf die Telefonauskunft werden alle medialen Angebote in überwiegendem Maße häufiger genutzt.**
- Die Nutzerschaft von Print, Online, CD-ROMs stieg 2015, die von Mobile, Apps und Navis sank demgegenüber leicht. Gestützte Umfragen haben hier 2015 auch andere, positivere Ergebnisse erbracht.
- Print, Online, CD-ROMs, aber auch die Auskunft, haben häufig Nutzer gewonnen.
- Verzeichnismedien werden von der großen Mehrheit der Bevölkerung für gewerblich/institutionelle Adress-Recherche genutzt (82,0 %). Natürlich auch für Privatpersonen-Suche: 72,4 %.
- Informationen über Städte und Behörden suchten 2015 über 62% der Nutzer. Seit 2013 stieg die Zahl der Nutzer hier um mehr als ein Drittel.
- **Auskunfts- und Verzeichnismedien haben ein sehr positives Profil.** Sie verfügen über einen hohen praktischen Nutzen und werden als überaus seriöse und zuverlässige Auskunftsquellen geschätzt. Hier scheinen sich negative Erfahrungen mit anderen Informationsquellen, etwa Recherchen über Suchmaschinen, positiv auszuwirken.

# Keyfacts 2016

- **Print führt knapp vor Online (beides über 50%)**
- **Mobile/App – 27,6 % - Nutzerschaft stark**
- **Subjektive Werte (vertrauensvoll, nützlich, rasch und einfach zu finden) nochmals auf über 80 % gestiegen.**
- **Häufignutzung der Verzeichnismedien steigt in Print und Online**
- **Es wird häufiger nach Privatpersonen, Behörden/Städten und Gewerbetreibenden gesucht.**

Danke für Ihr Interesse an dieser Studie!