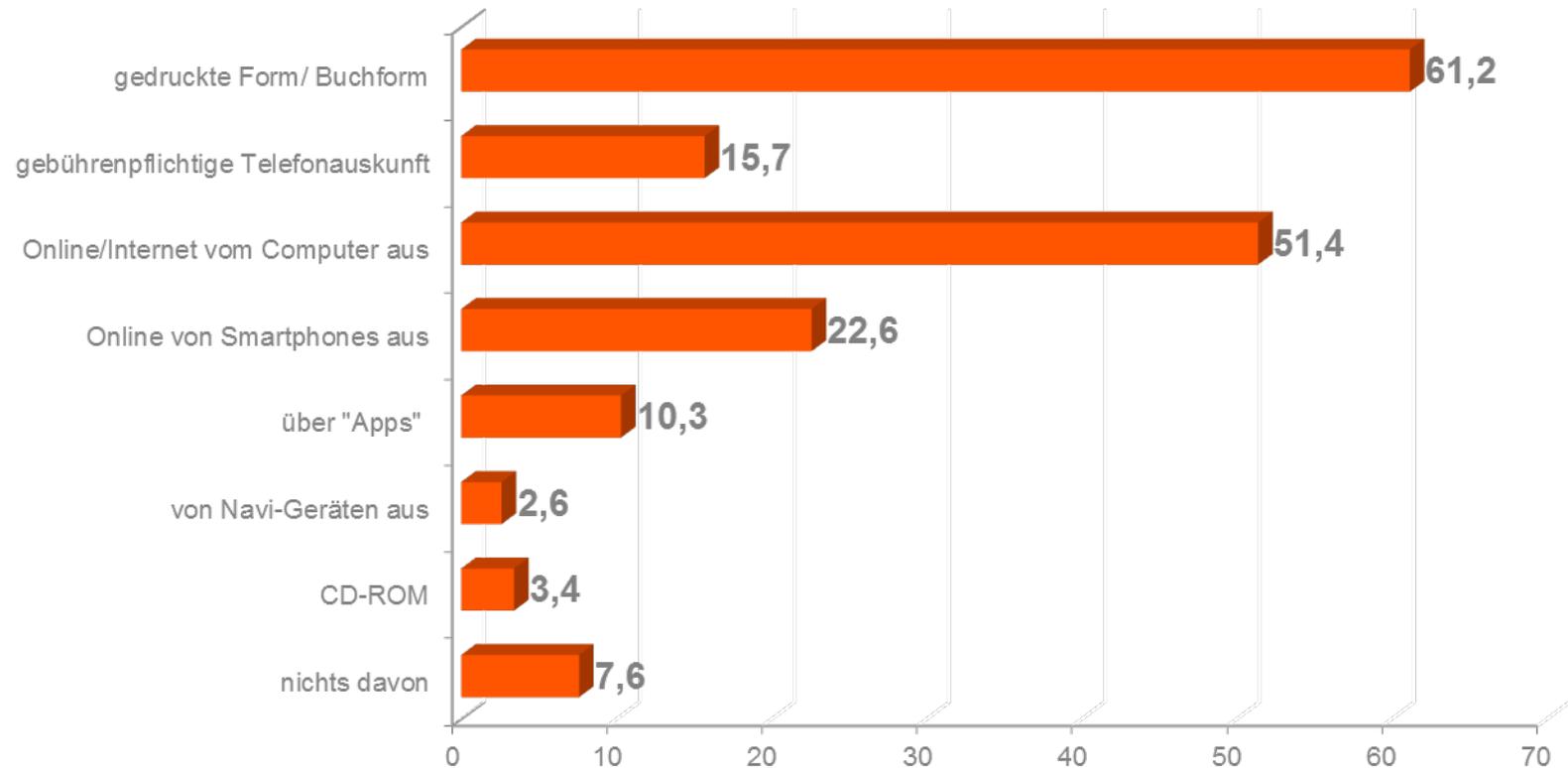


Ergebnisse der [vdav] / vft-Studie zur Nutzung von Auskunfts- und Verzeichnismedien im Jahr 2014

Januar 2015

Nutzung von Verzeichnismedien 2014 insgesamt

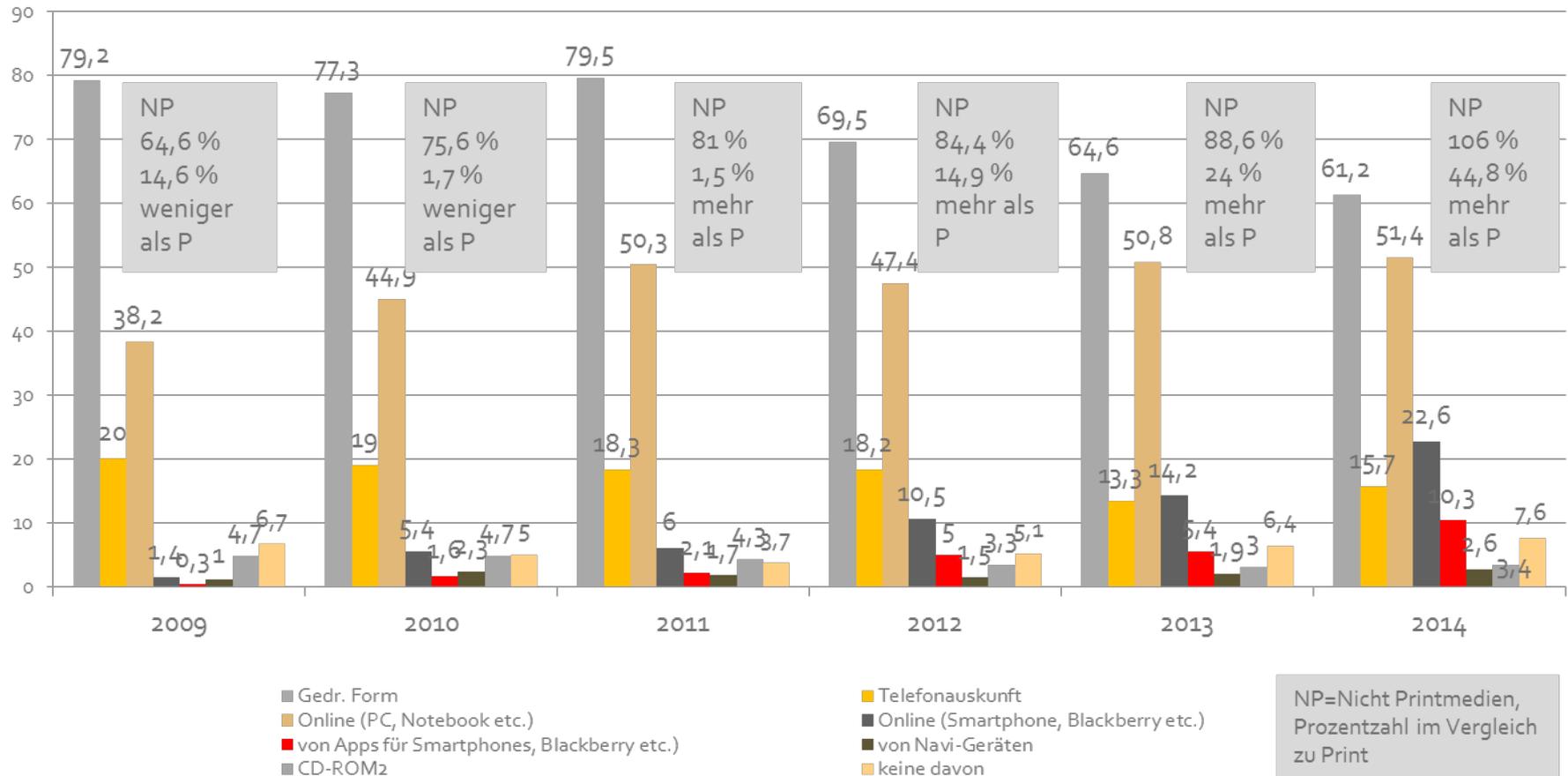
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



■ Alle Befragten n=2.000 Ipsos Nov. 2014

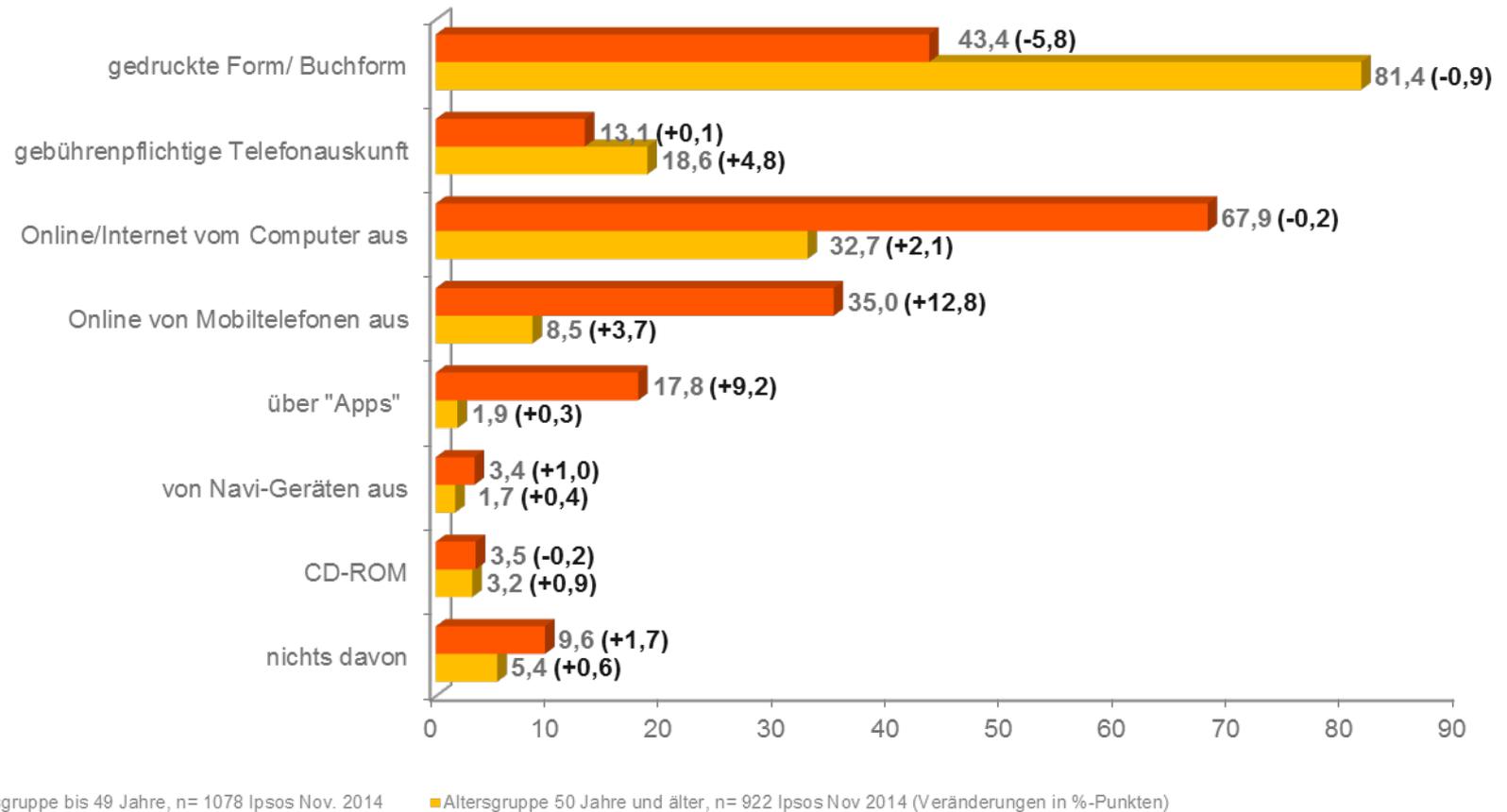
Nutzung von Verzeichnismedien 2009-2014

Alle Befragten n = 2.000 Ipsos (Angaben in Prozent)



Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Alter

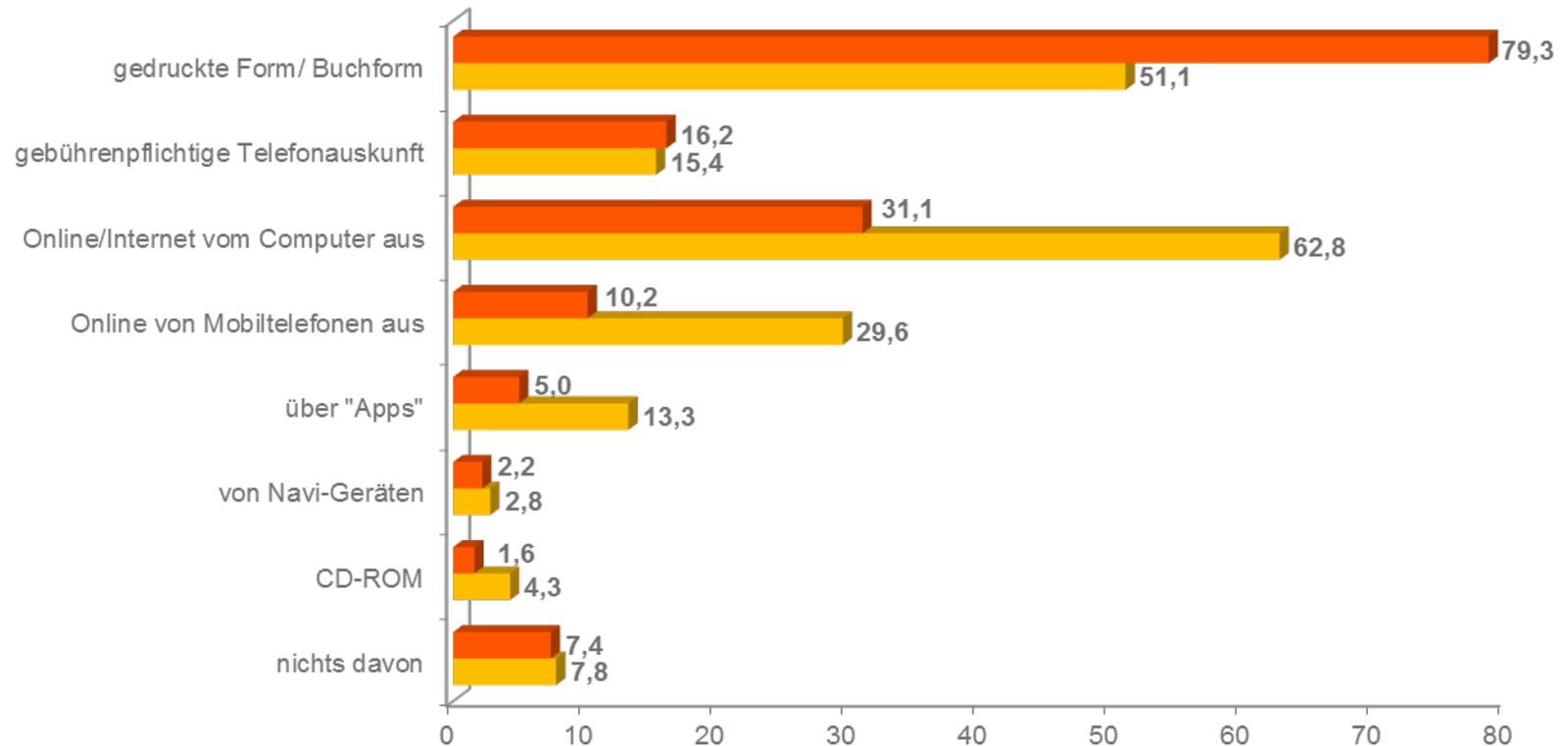
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



Achtung: Veränderungen in Prozentpunkten, nicht in Prozentwerten

Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Schulbildung

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

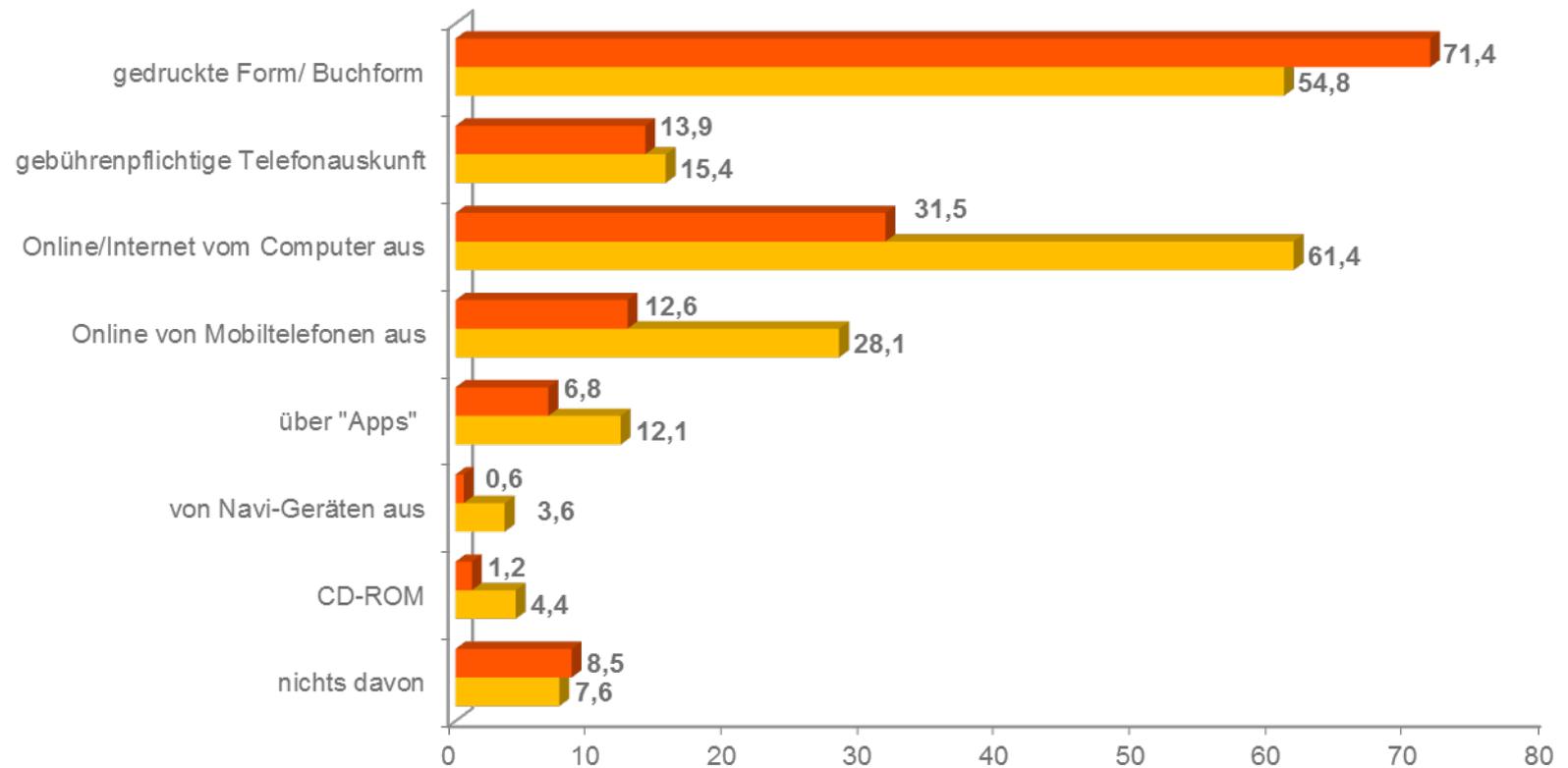


■ Personen mit Hauptschulbildung, n= 740 Ipsos Nov. 2014

■ Personen mit weiterführender Schulbildung, n=1260 Ipsos Nov. 2014

Nutzung von Verzeichnismedien – Soziodemographie: Haushaltseinkommen

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

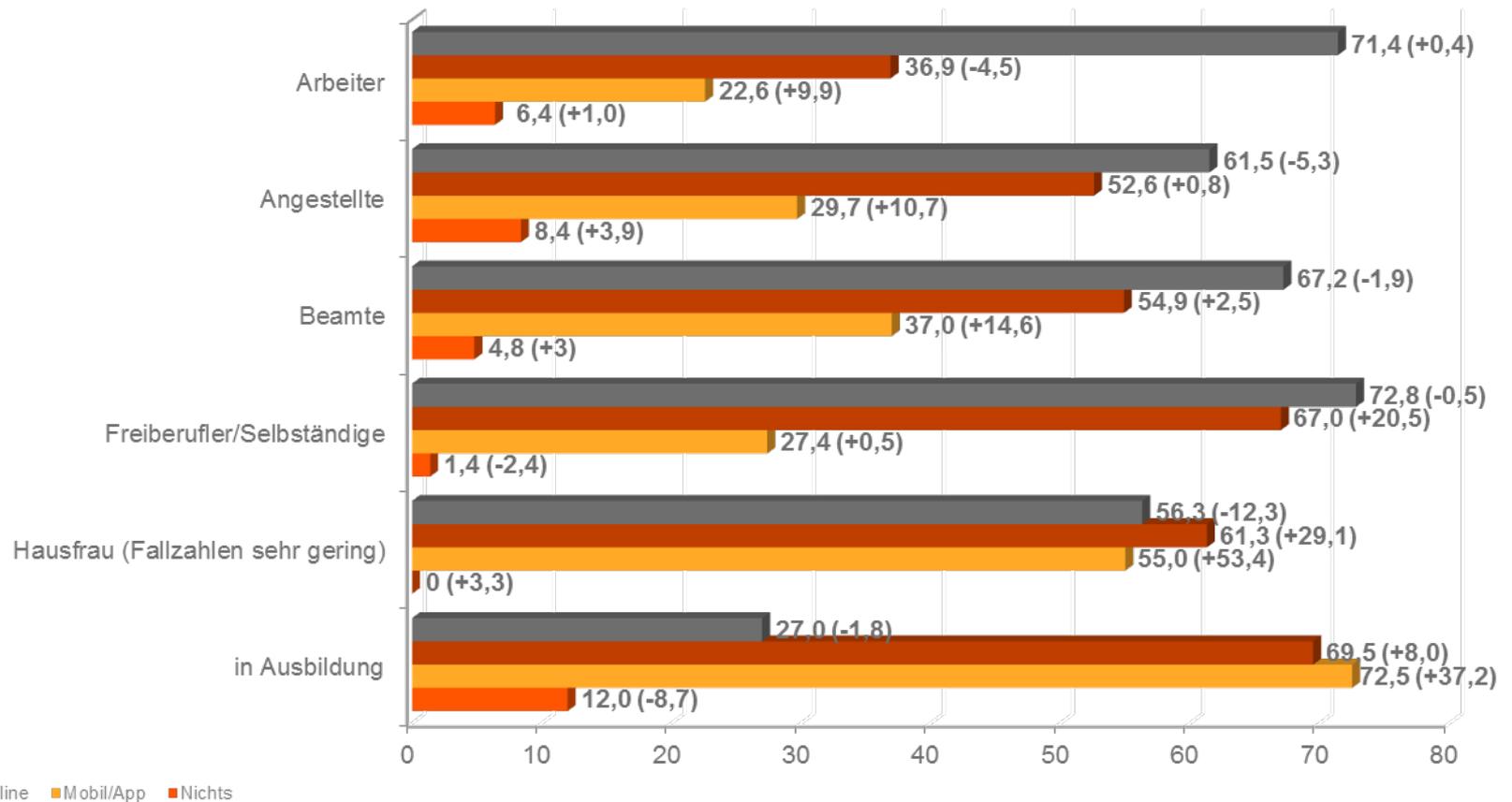


■ Nettoeinkommen bis 1.500 Euro, n=415 Ipsos Nov. 2014

■ Nettoeinkommen 2.000 Euro und mehr, n=1283 Ipsos Nov. 2014

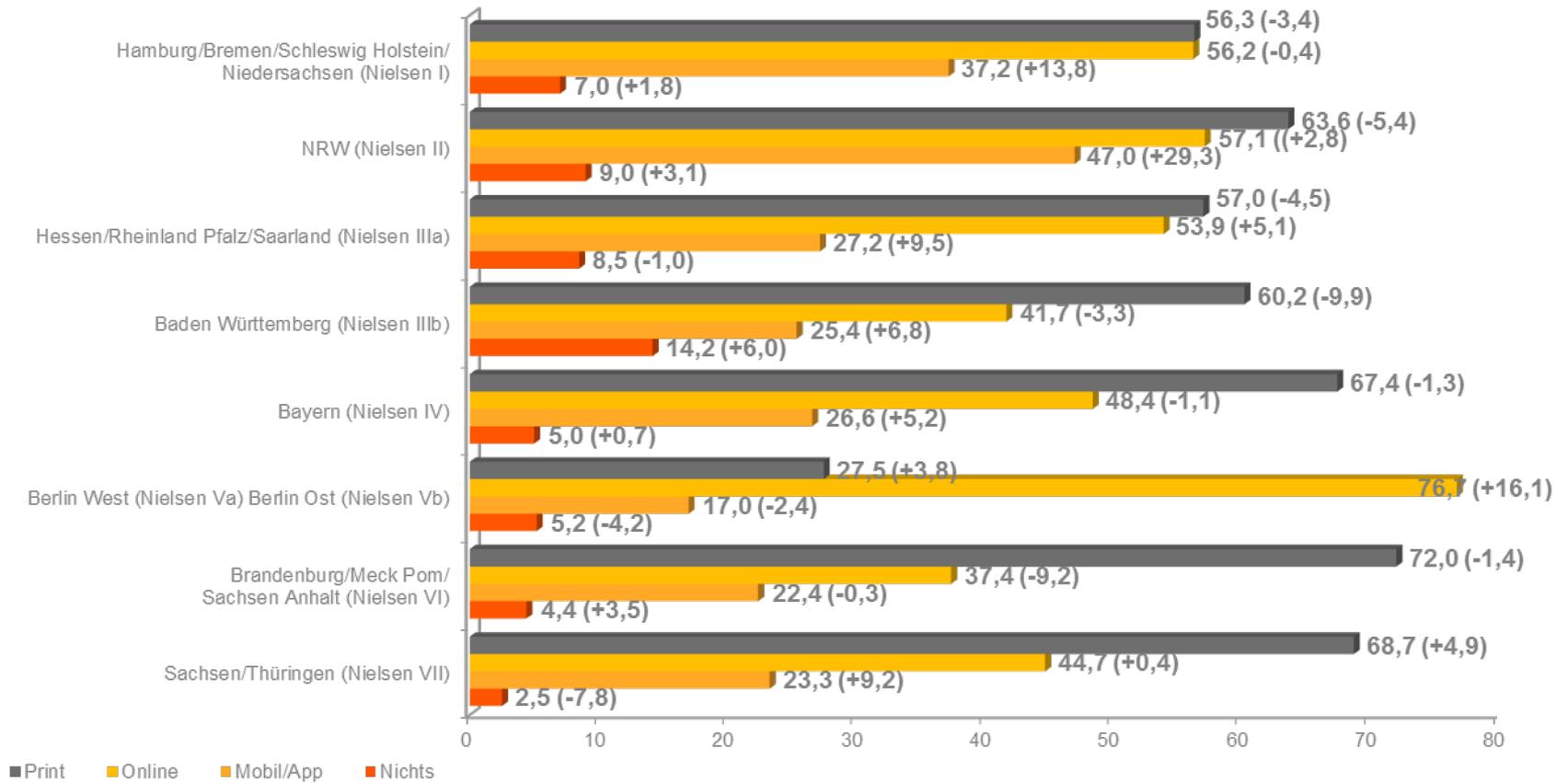
Nutzung nach Berufsgruppen

Achtung: in Klammern die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr in %-Punkten, nicht in Prozentwerten.



Regionale Unterschiede nach Nielsen-Gebieten

Veränderung in %-Punkten, bei mobiler- und Nicht-Nutzung in Klammern die Werte von 2013



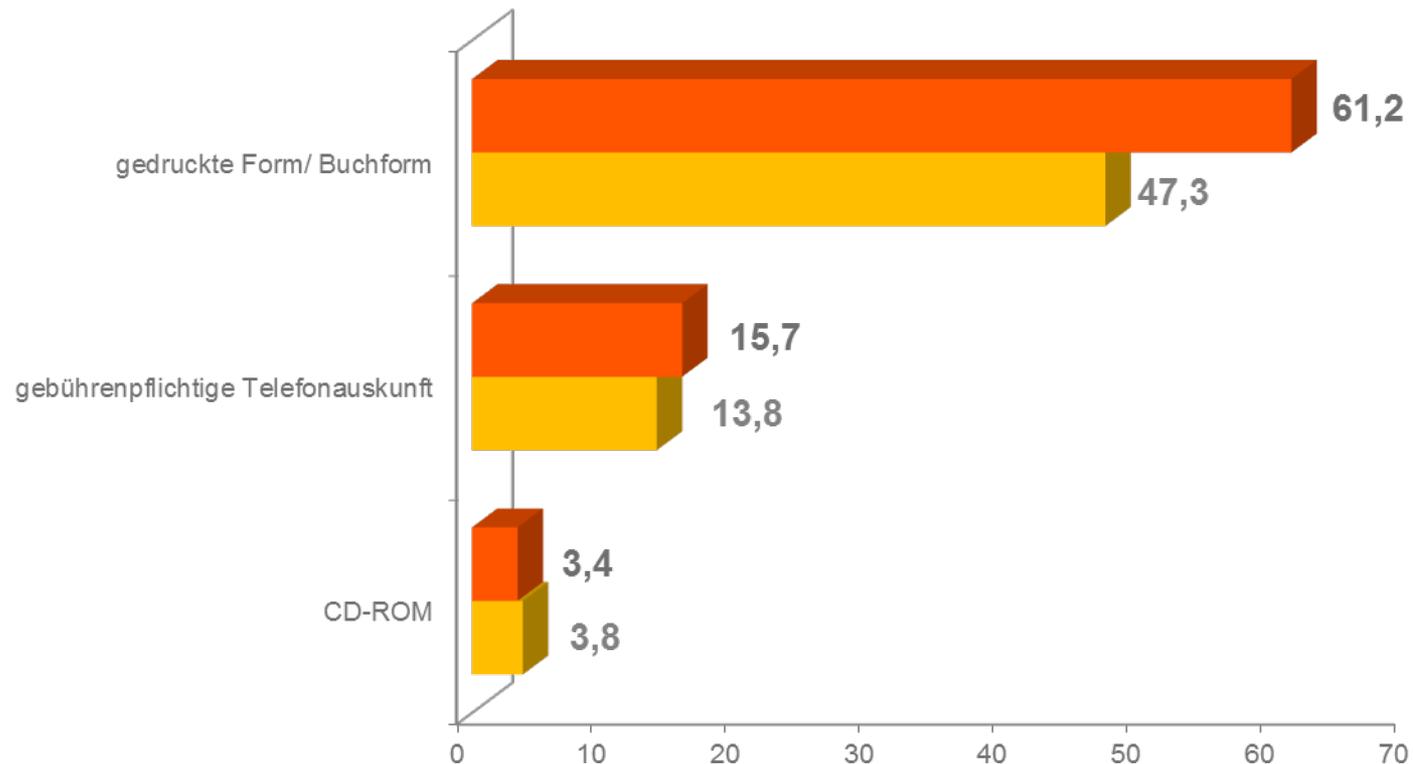
Zwischenfazit

- 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 sechs von zehn Bundesbürgern greifen nach wie vor zum Buch, auch wenn es gravierende geografische Unterschiede gibt.
- Über die Hälfte der Bundesbürger sind inzwischen auch Nutzer der Online-Angebote (50,8 %). Die Steigerung im Vergleich zum Vorjahr fällt allerdings mit einem Plus von 0,6 % moderat aus.
- Die Nutzung über mobile Endgeräte (Smartphones, Blackberry, iPhone etc.) stieg 2014 weiter von 14,2 % auf 22,6 % an und hat damit erneut um 63 % zugelegt.
- Die Nutzung über die Apps stieg ebenfalls von 5,4 % auf 10,3 % und hat sich in drei Jahren fast versechsfacht.
- 2014 hat sich die Nutzung der Telefonauskunft nach dem Vorjahreseinbruch um mehr als ¼ wieder leicht erholt. Hausfrauen, Freiberufler und Beamte nutzen den Service am stärksten.
- CD-ROMs für die Adress- und Telefonnummernsuche bleiben im Vergleich zum Vorjahr mit einem leichten Plus stabil. Sie haben aber nach wie vor eine treue Fan-Base.
- Jüngere, besser gebildete und besser verdienende Bundesbürger tendieren mehr und mehr zu den online- und mobilen Angeboten. Bei den Auszubildenden hat sich die Anzahl der mobilen Nutzer in einem Jahr auf 72,5 % verdoppelt. Die Anzahl der Nichtnutzer hat sich dafür bei den Auszubildenden halbiert, ein gutes Zeichen!

Komplementär-Nutzung verschiedener Formen der Auskunfts- und Verzeichnismedien

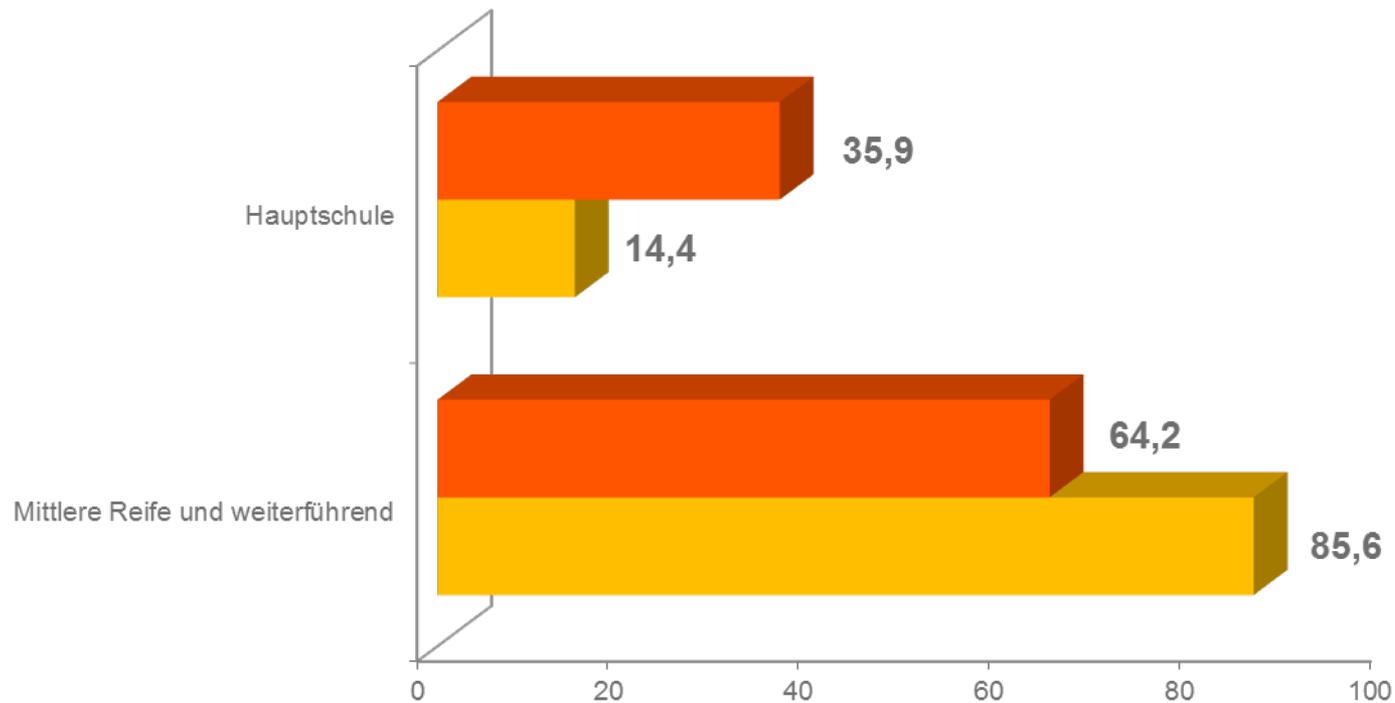
Nutzung von Verzeichnismedien – Komplementär-Nutzung der Online vs. Nutzer von Verzeichnismedien

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



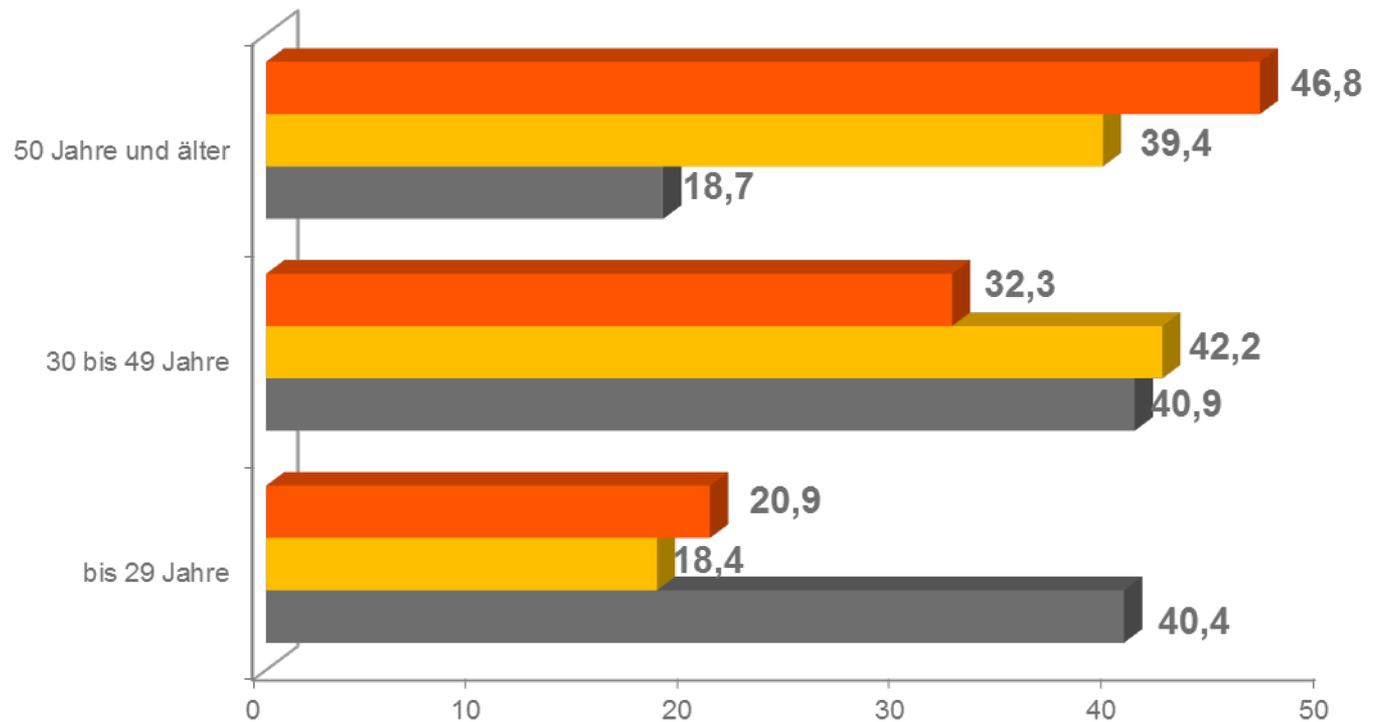
■ Alle Nutzer von Verzeichnismedien, n=1848 Ipsos Nov. 2014 ■ Online-Nutzer von Verzeichnismedien, n=1048 Ipsos Nov. 2014

Nutzung von Verzeichnismedien – Exklusivnutzer Online im Vergleich Schulbildung Angaben in Prozent



■ Alle Befragten, n=2000 Ipsos Nov. 2014 ■ Exklusiv-Nutzer Online, n=598 Ipsos Nov. 2014

Nutzung von Verzeichnismedien – Exklusivnutzer Online vs. Komplementärnutzer Online/Print Angaben in Prozent



■ Alle Befragten, n=2000 Ipsos Nov. 2014 ■ Komplementär-Nutzer Online+Print, n=537 Ipsos Nov. 2014 ■ Exklusiv-Nutzer Online, n=598 Ipsos Nov. 2014

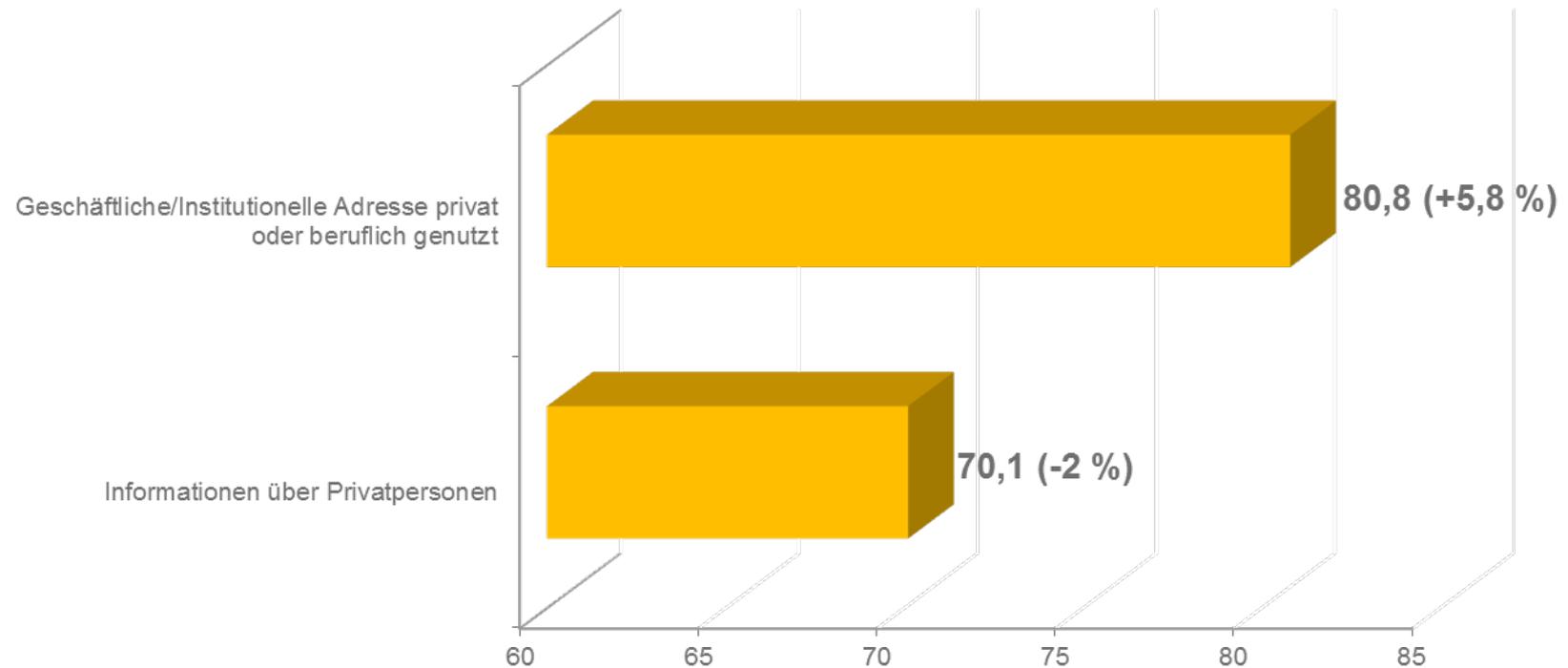
Zwischenfazit

- Fast die Hälfte derjenigen, die die Online-Ausprägung von Verzeichnismedien nutzen, sind auch nach wie vor Print-Nutzer von Verzeichnismedien (47,3 %).
- Der Anteil der exklusiven Online-Nutzer, also derjenigen, die Online- und nicht 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. 42,2 % dieser Personen sind 30 bis 49 Jahre alt.
- Die Anzahl der älteren exklusiven Online-Nutzer ist erneut leicht auf 18,7 % gestiegen. Die „Älteren“ holen also weiter langsam auf.

Nutzungsanlässe Auskunfts- und Verzeichnismedien

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

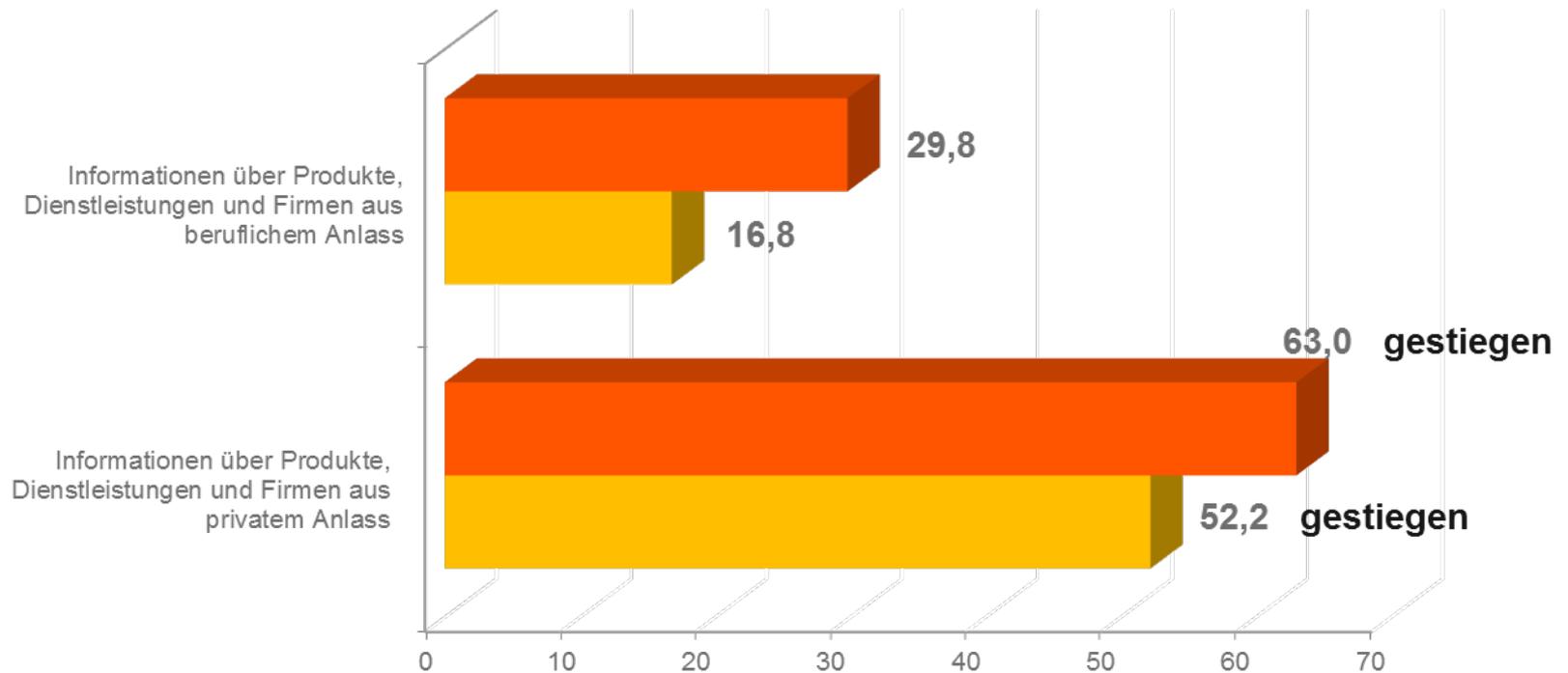
Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



■ Ipsos Nov. 2014 n=1871

Nutzung von Verzeichnismedien – Geschäftliche und private Nutzungsanlässe Soziodemographie

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



■ Personen mit einem Einkommen von 2000 € und mehr n=906, Ipsos Nov. 2014

■ Personen mit einem Einkommen bis unter 1500 € n=305, Ipsos Nov. 2014

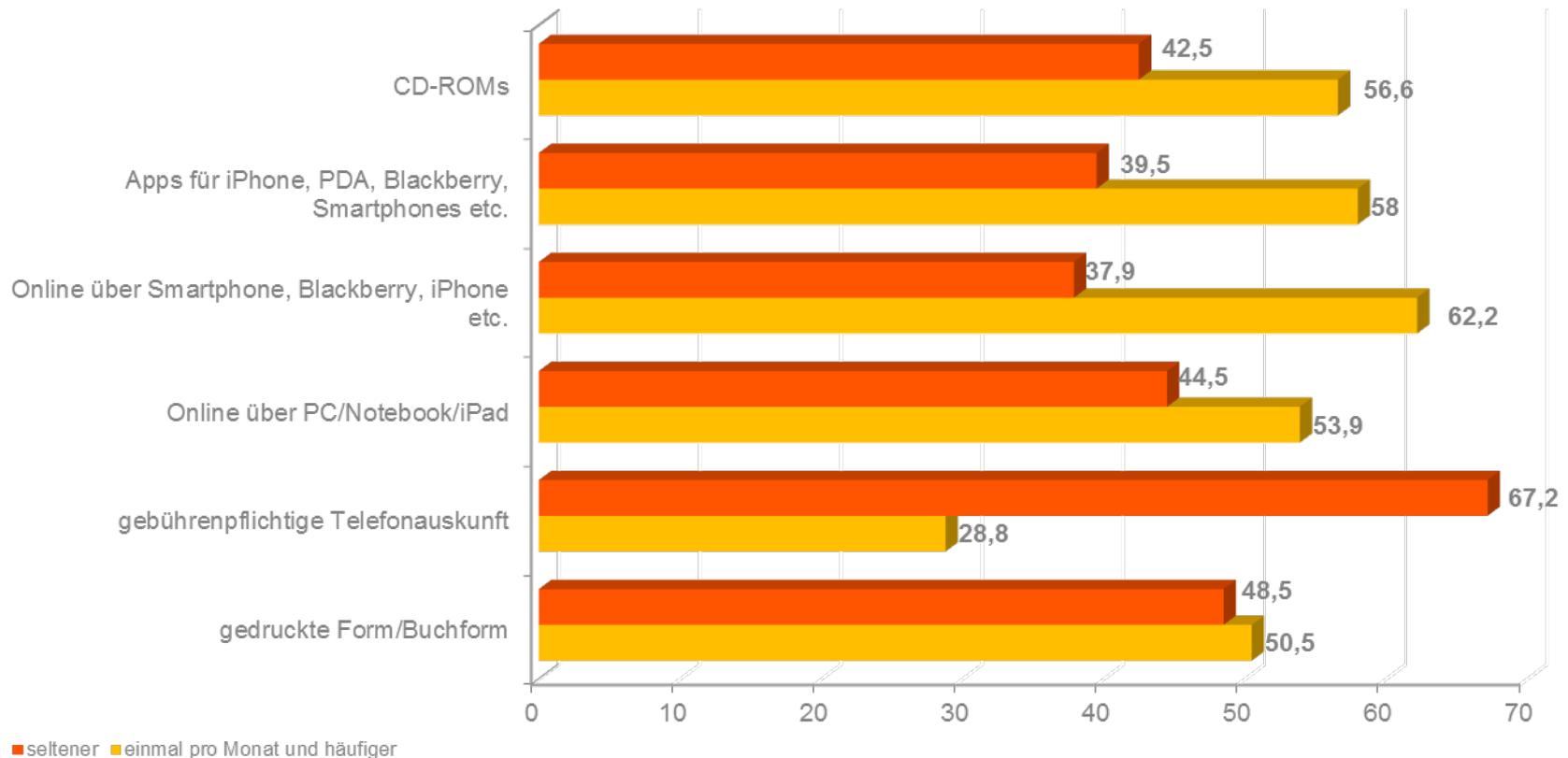
Zwischenfazit

- Fast in gleich hohem Umfang wurden auch 2014 Verzeichnismedien für die Recherche nach Privatpersonen bzw. gewerblichen/institutionellen Adressen genutzt.
- Während die Suche nach Informationen über Privatpersonen 2014 leicht zurückgegangen ist (-2,2 %), stieg die Suche nach geschäftlichen/institutionellen Adressen um 5,8 % auf 80,8 %.
- Auffällig auch, dass 2014 die Nutzung bei der Suche nach Produkten und Dienstleistungen in der Einkommensgruppe über 2.000 Euro signifikant gestiegen ist.
- Verzeichnismedien wurden 2014 von einkommensstärkeren Gruppen stärker 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



Basis: Alle Nutzer gedruckte Form n=1224; Telefonauskunft n=314, Online über PC, Notebook n=1029, Online über Smartphone, iPhone etc. n=452, Apps n=207, CD-ROM n=67; Ipsos Nov. 2014

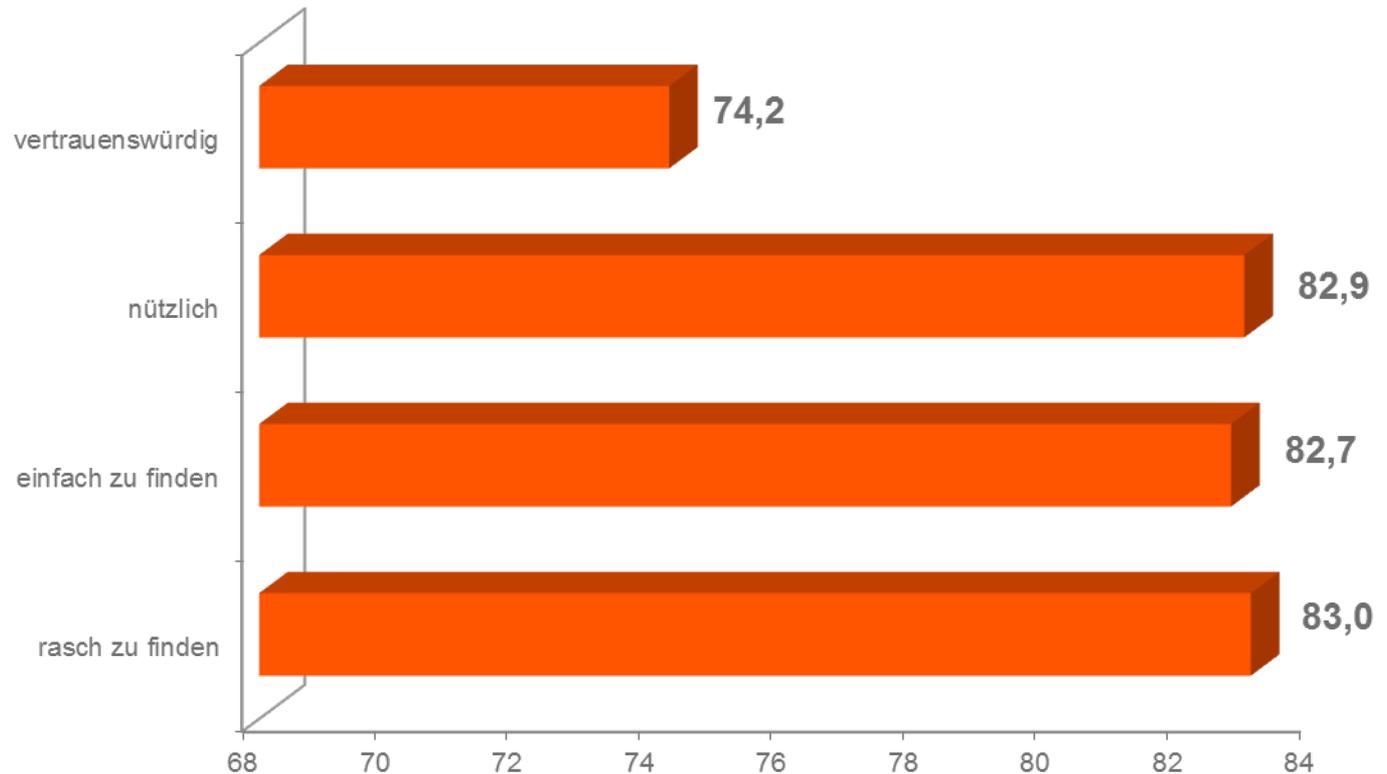
* zwischen 1,0 und 3,9 % der Nutzer geben auf diese Frage jeweils an, das Medium „nie“ zu nutzen

Achtung: Veränderungen in Prozentpunkten

Anmutungsqualität von Auskunfts- und Verzeichnismedien

Anmutungsqualität – Informationen in Verzeichnismedien sind

Angaben in Prozent



■ Nutzer von Verzeichnismedien, n=1848 TOP-Boxes der Zustimmung Ipsos Nov. 2014

Gesamtfazit

Weiterhin hohes Potential und attraktive Struktur für Inserenten und Werbungtreibende

- Auskunfts- und Verzeichnismedien sind nach wie vor fester Bestandteil des Alltags der Bundesbürger. Über 92 Prozent der Bundesbürger sind Nutzer dieser Medien.
- Die gedruckte Form dominiert noch immer das Geschehen. Trotz weiter wachsender Online- und mobiler Präsenz sind entgegen vieler Vorurteile sechs von zehn Bundesbürgern (61,2 %) Nutzer der gedruckten Informationsmedien.
- Nachdem bei der Online-Nutzung 2013 die 50 %-Hürde übersprungen wurde, ist die Steigerung von 2013 zu 2014 mit einem Plus von 0,6 % recht moderat ausgefallen. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger nutzen Verzeichnismedien mittlerweile auch vom PC, Notebook und vom iPad aus.
- Fast ein Drittel der Deutschen (32,9 %) suchen mittlerweile auch mobil und per App. In den letzten drei 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.

Gesamtfazit

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

- Der Anteil exklusiver Online-Nutzer liegt aktuell bei über 50 % von allen Online-Verzeichnismedien-Nutzern und ist damit gegenüber dem Vorjahr erneut um ca. 10 % gestiegen. Es gibt aber auch einen fast ebenso großen Teil exklusiver Nutzer der Print-Medien.
- 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 Online/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 auf mittleren Altersgruppen (30-49 Jahre).

Gesamtfazit

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

- Fast alle medialen Angebote werden jeweils in überwiegende Maße häufiger genutzt.
- Die mobilen Angebote haben inzwischen die meisten Häufignutzer. Eine Ausnahme bildet nach wie vor die Telefonauskunft, die massiv an Häufig-Nutzern verloren hat.
- Verzeichnismedien werden von der großen Mehrheit der Bevölkerung für gewerblich/institutionelle Adress-Recherche genutzt (80,8,0 %). Natürlich auch für Privatpersonen-Suche: 70,1 %.
- Informationen über Städte und Behörden suchten 2014 fast 55,3 % der Nutzer und damit rund ¼ mehr als 2013.
- Auskunft- und Verzeichnismedien haben ein sehr positives Profil. Sie verfügen über einen hohen praktischen Nutzen und werden als überaus seriöse und zuverlässige Auskunftsquellen geschätzt. Daran hat sich auch 2014 nichts geändert, im Gegenteil, alle Anwendungs-Werte sind weiter gestiegen.