

Presseinformation

9. Februar 2009

Nahezu jeder Deutsche nutzt Verzeichnismedien

Eine aktuelle Studie des [vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. belegt: 91 % der Deutschen über 14 Jahre suchen Adressen und Firmen in Verzeichnismedien. Bevorzugt greifen sie zu den gedruckten Adressbüchern, auch wenn die mobile Nutzung starke Zuwächse verzeichnet. Online-Verzeichnismedien rangieren auf Platz 3. Die Ergebnisse bestätigen die Attraktivität der Verzeichnismedien als Werbeträger.

Düsseldorf, 9. Februar 2009. Auskunfts- und Verzeichnismedien - also Telefon- und Adressbücher, B2B-Informationen (Business-Suchmaschinen/Wirtschaftsnachschlagewerke) sowie Lokale Suchportale - sind unverzichtbar für die Kommunikation zwischen Menschen und Firmen. Wie die Ende 2008 nun zum achten Mal durchgeführte Erhebung des Marktforschungsinstituts Ipsos herausfand, nutzen knapp 60 Mio. Deutsche (91 % der über 14-Jährigen) Verzeichnismedien zur Suche nach Personen- und Firmenadressen. Im Vergleich zu den Vorjahren ist damit die Nutzung konstant geblieben.

Vor allem die Werbung in gedruckten Verzeichnismedien ist Erfolg versprechend. Immerhin drei von vier Bundesbürgern (74 %) nutzen sie zur Recherche. „Damit sind die gedruckten Verzeichnisse vieler Unkenrufe zum Trotz lebendig wie eh und je und konnten bisher auch nicht von Suchmaschinen wie Google & Co. verdrängt werden“, berichtet [vdav]-Geschäftsführer Rhett-Christian Grammatik.

Neben Büchern spielen elektronische Verzeichnismedien zunehmend eine große Rolle. 37 % der Befragten rufen die Telefonauskunft an, und mehr als ein Viertel geht ins Internet, wenn Firmen, Dienstleister und Personen gesucht werden. Und auch neueste technische Entwicklungen machen vor dieser Mediengattung nicht halt. Verzeichnismedien werden von 16 % der Befragten auch mit dem Handy, PDA oder Navigationsgerät aufgerufen.

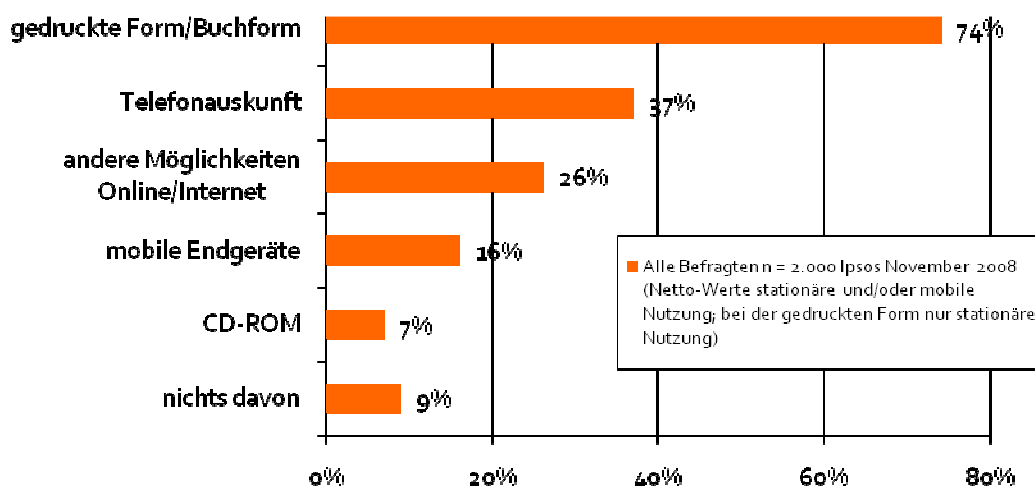


Abbildung: Nutzung von Verzeichnismedien 2008 gesamt; Netto-Werte stationäre und/oder mobile Nutzung, bei der gedruckten Form nur stationäre Nutzung. Ipsos November 2008. Grafik [vdav]

Werberelevante Zielgruppe mit hohem Potenzial

Wer welche der verschiedenen Mediengattungen nutzt, hängt stark von Alter, Einkommen und Schulbildung der Befragten ab. Internetnutzer von Verzeichnismedien sind zumeist jünger, besser gebildet und verfügen über ein hohes Einkommen.

In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen nutzen 37 % Verzeichnismedien im Internet (alle Befragten: 26 %); bei den Jüngeren (bis 34 Jahre) sind dies sogar 43 %. In der jüngeren Altersgruppe sind auch die so genannten Exklusiv-Nutzer Online überdurchschnittlich vertreten:

52 % sind unter 30 Jahre alt. Außerdem haben sie ein markantes Bildungsprofil: 75 % haben eine weiterführende Schule besucht (alle Befragten: 54 %). Online-Nutzer beschränken sich bei der Suche nach Adress- und Brancheninformationen jedoch nicht nur auf ein Medium. 62 % schauen auch regelmäßig ins gedruckte Verzeichnis, 27 % nutzen mobile Endgeräte.

Attraktive Werbeträger

Verzeichnismedien werden in erheblichem Umfang für die Recherche nach gewerblichen Adressen genutzt. Mehr als drei von vier Bundesbürgern tun dies (77 %). In ähnlicher Größenordnung wird nach Privatpersonen recherchiert (73 %). Dabei unterscheidet sich die genutzte Medienform. Bei der geschäftlichen Recherche überwiegen Telefonauskunft, CD-ROM und mobile Endgeräte; bei privaten Suchanlässen wird am häufigsten das Buch genutzt. Beim Internet sind die Nutzungswerte fast identisch.

„Die Ipsos-Erhebung beweist erneut, dass Auskunfts- und Verzeichnismedien fest im Alltag der Deutschen verankert sind“, konstatiert Rhett-Christian Grammatik. Diese Medien genießen hohes Ansehen und zeichnen sich aus Sicht der Mehrheit der Nutzer durch einfache, praktische Handhabung aus (82 %). „Wer darin wirbt, hat gute Chancen, dass sich die Werbekosten mehrfach amortisieren“, weiß der [vdav]-Geschäftsführer. Interessierte können die vollständige Studie kostenfrei in der [vdav]-Geschäftsstelle anfordern: info@vdav.org oder Tel. 0211. 577 995-0.

[vdav] - Sprachrohr und Interessenvertretung von 170 Medienunternehmen

Der [vdav] - Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V. ist der unabhängige Wirtschaftsverband und die Interessenvertretung der in Deutschland ansässigen Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen auf der Veröffentlichung von Kommunikationsadressen oder ähnlich strukturierten Informationen basieren.

Heute sind im für alle Marktteilnehmer offenen [vdav] rund 170 meist mittelständische Medienunternehmen organisiert, die weit mehr als 2.000 verschiedene Produkte in allen medialen Ausprägungen publizieren - in gedruckter Form, auf CD-ROM, als Internet-Datenbank, lokale Suchportale oder Voice-Auskunft.

Mit diesen Informations- und Kommunikationsangeboten, die oft durch den Verkauf von Werbeeinträgen finanziert werden, nehmen die Mitgliedsunternehmen des [vdav] in der ZAW-Statistik der deutschen Werbeträger den sechsten Platz ein, noch vor dem Hörfunk und vor den Fachzeitschriften.

Information und Kontakt

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

Ansprechpartnerin: Stephanie Hollstein M.A.

Stellv. Geschäftsführerin - Leitung Marketing + Kommunikation

Heerdter Sandberg 30

D-40549 Düsseldorf

Tel. +49 211. 577 995 – 13

Fax +49 211. 577 995 – 44

hollstein@vdav.org

www.vdav.org

Fotozeile:

Rhett-Christian Grammatik ist Geschäftsführer des [vdav] - Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien e.V.

Abdruck kostenfrei. Wir bitten um Zusendung eines Belegheftes.

Pressekontakt

Perspektive MarketingGruppe

Michael Gestmann

Merler Allee 116

53125 Bonn

Tel.: +49 228. 966 998 54

www.perspektive-marketing.de