

## Verbraucher vertrauen bei der Suche nach Dienstleistern persönlichen Kontakten und traditionellen Informationsmedien

**Aktuelle GfK-Studie: Kaufabschluss nach Suche über klassische Verzeichnismedien häufiger als bei internationalen Online-Suchdiensten.**

**Frankfurt am Main, Februar 2018** – Kleine und mittelständische Gewerbetreibende geraten zunehmend unter Druck. Internationale Ketten und Onlineriesen machen insbesondere dem stationären Handel das Leben schwer. Eine aktuelle GfK-Studie zeigt: Gewerbetreibende und Dienstleister, wie Bäcker, Buchläden, Friseure, Kfz-Werkstätten etc., sind zwingend auf persönliche Empfehlungen und klassische Verzeichnismedien angewiesen, um sich erfolgreich im harten Wettbewerb zu behaupten.

Alles kann heute im Internet recherchiert werden – zeit- und ortsunabhängig. Dabei erhält man oftmals Millionen von Treffern. Doch Masse schätzen die Verbraucher weniger, wenn sie regionale Informationen brauchen, wie die GfK-Studie zeigt. Bei der Suche nach Gewerbetreibenden setzen die Deutschen in erster Linie auf persönliche Empfehlungen (66%) und traditionelle Verzeichnismedien wie Das Telefonbuch (63%). Erst danach folgen internationale Anbieter.

Gewerbetreibende profitieren unmittelbar von diesem Suchverhalten. 50% der Befragten, die über Das Telefonbuch nach Gewerbetreibenden recherchiert haben, haben die Dienstleistung dann auch verbindlich in Anspruch genommen. Die Nutzer von internationalen digitalen Suchanbietern dagegen nehmen nach der Recherche vergleichsweise selten tatsächlich Kontakt zu einem Gewerbetreibenden auf. Nur 38% der Suchenden hat nach einer Recherche über internationale Online-Suchdienste auch ein Produkt/eine Dienstleistung gekauft.

Klassische Verzeichnismedien genießen ein großes Vertrauen unter den Befragten und werden als wichtige Informationsquelle wahrgenommen – über alle Altersgruppen hinweg. „95% der Nutzer schätzen Das Telefonbuch als vertrauenswürdige Medium. Wir freuen uns sehr über dieses hohe Vertrauensniveau.“, so Michael Wolf, Geschäftsführer Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH.

Im Rahmen der repräsentativen GfK-Studie wurden mehr als 15.000 Personen ab 16 Jahren in Deutschland zur Nutzung von Verzeichnismedien befragt.

## Über Das Telefonbuch:

Das Telefonbuch wird von Deutsche Tele Medien und 41 Verlagen Das Telefonbuch gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausbergemeinschaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Telefonbuch den Nutzern als Buch, online und mobil über [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de) sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Telefonbuch medienübergreifend ca. 1,3 Mrd. Nutzungen (Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren). Ausgezeichnet werden die Produkte von Das Telefonbuch u.a. mit der Wort-Bild-Marke sowie dem markanten roten Winkel, die im Markenregister für die DasTelefonbuch Zeichen-GbR eingetragen sind und durch ihren konsistenten Einsatz in allen Medien einen hohen Wiedererkennungswert genießen.

## Pressekontakt

Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH  
Silke Greifsmühlen  
Wiesenhüttenstr. 18, 60329 Frankfurt  
Telefon +49 69-130 148-160  
E-Mail: [presse@dastelefonbuch-marketing.de](mailto:presse@dastelefonbuch-marketing.de)  
[Facebook](#) | [Twitter](#) | [Newsroom](#)

impact Agentur für Kommunikation GmbH  
Mieke Meimbresse  
Holzhausenstraße 73, 60322 Frankfurt  
Telefon +49 (0)69-955-264-33  
E-Mail: [m.meimbresse@impact.ag](mailto:m.meimbresse@impact.ag)