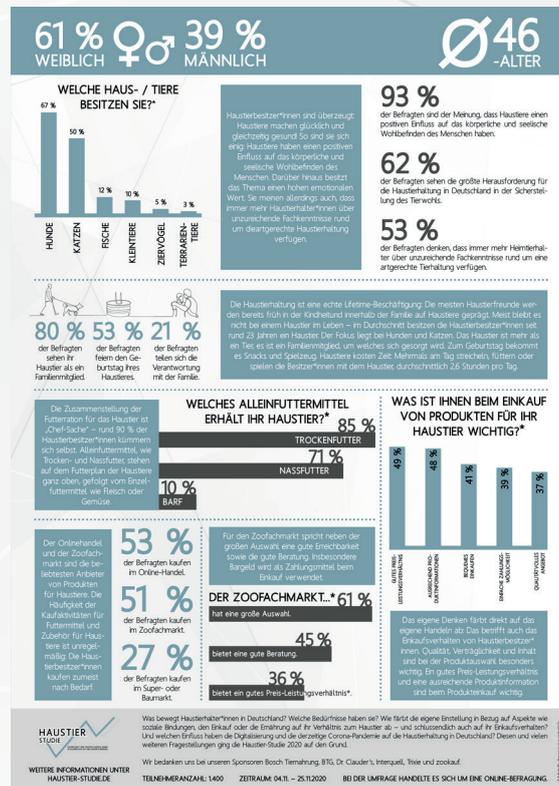


## HAUSTIER-STUDIE 2020: STATUS QUO DER HAUSTIERHALTUNG IN DEUTSCHLAND



Die Haustier-Studie 2020 geht aktuellen Trends der Heimtierhaltung auf den Grund. (Infografik: takefive-media)

**Große Studie mit Unterstützung von bosch Tiernahrung, BTG, Dr. Clauder's, Interquell, Trixie und zookauf // Haustierhaltung eine echte Lifetime-Beschäftigung // Große Auswahl, Erreichbarkeit und Beratung Einkaufstreiber im stationären Fachhandel // COVID-19-Pandemie beeinflusst auch die Haustierbranche**

Hückeswagen, 18.12.2020 - Was bewegt Haustierhalter\*innen in Deutschland? Dieser und vielen weiteren Fragen geht die Haustier-Studie 2020 auf den Grund. Diese hat das Marketing- und Beratungsunternehmen takefive-media gemeinsam mit dem Marktforschungs- und Beratungsunternehmen HorseFuturePanel sowie den Partnern bosch Tiernahrung, BTG System-Logistik, Dr. Clauder's, Interquell, Trixie und zookauf durchgeführt und inzwischen liegen die Ergebnisse der Studie vor.

1.400 Probanden haben zwischen dem 04. und 25. November 2020 einen umfangreichen Online-Fragebogen ausgefüllt. Die Stichprobe der Online-Befragung deckt die Haustierbesitzer\*innen in Deutschland in Bezug auf die soziodemographischen Kriterien Geschlecht, Alter und regionale Verteilung realistisch ab. Somit ergibt sich ein aktuelles Stimmungsbild, das viele Schlussfolgerungen ermöglicht.

Neben der Analyse der unterschiedlichen Zielgruppen der Haustierhalter\*innen und der Ermittlung des Status quo des Einkaufs-, Informations- und Nutzungsverhaltens der Haustierbesitzer\*innen, wurden Markenpräferenzen erfasst. Zudem wurden die Auswirkungen diverser Megatrends auf die Haustierbranche untersucht und sich daraus ergebende Entwicklungsperspektiven abgeleitet.

## Wesentliche Erkenntnisse der Studie

Haustierbesitzer\*innen sind sich einig: Haustiere haben einen positiven Einfluss auf das körperliche und seelische Wohlbefinden des Menschen. Darüber hinaus besitzt das Thema einen hohen emotionalen Wert. Zudem lehren Haustiere insbesondere Kinder, Verantwortung zu übernehmen. Umso wichtiger also, den Menschen wieder mehr Zugänge zu Haustieren zu ermöglichen.

Die Haustierhaltung ist eine echte Lifetime-Beschäftigung: Die meisten Haustierfreunde werden bereits früh in der Kindheit und innerhalb der Familie auf Haustiere geprägt. Meist bleibt es nicht bei einem Haustier im Leben – im Durchschnitt besitzen die Haustierbesitzer\*innen seit rund 23 Jahren ein Haustier. Für viele ist das Haustier ein „Familienmitglied“, das glücklich macht und um das man sich sorgt. So ist es nicht selten, dass der Geburtstag des Haustieres gefeiert wird. Im Schnitt verbringen Haustierbesitzer\*innen 2,6 Stunden täglich mit ihren Lieblingen.

Die COVID-19-Pandemie beeinflusst auch die Haustierbranche: Ein Viertel der Befragten macht sich Sorgen und achtet vermehrt auf Krankheitsanzeichen, die Hygiene und eine gesunde Fütterung des Haustieres. In besonderen Lebensumständen wie diesen ist das Haustier ein „emotionaler Anker“, stärkt die mentale Gesundheit sowie das Wohlbefinden des Menschen, es gibt Sicherheit und Stabilität.

Auf dem Futterplan von Hunden und Katzen rangiert an erster Stelle das klassische Alleinfuttermittel, wie Trocken- und Nassfutter. Das Barfen („bone and raw food“) hat noch eine eher untergeordnete Bedeutung. Kaum mehr als die Hälfte der Haustierbesitzer\*innen kann einschätzen, was die tägliche Ration ihres Tieres pro Tag kostet (Schätzwert: 4,00 Euro pro Tag). Digitale Produkte für das Haustier spielen noch keine große Rolle. Ein Großteil der Befragten nutzt bisher keine digitalen Zubehörartikel wie Trinkbrunnen mit Smartphone-Anbindung oder digitale Halsbänder für das Haustier.

In Bezug auf ihr Einkaufsverhalten sind den Befragten Qualität, Verträglichkeit und Inhalt bei der Produktauswahl besonders wichtig. Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und eine ausreichende Produktinformation sind beim Einkauf wesentliche Faktoren.

Eingekauft wird vor allen Dingen im Online-Handel und im Zoofachmarkt. Auf den Plätzen drei bis fünf rangieren Franchiseunternehmen, der Super- oder Baumarkt und Discounter. Die Häufigkeit und Frequenz der Einkäufe ist unregelmäßig und orientiert sich nach dem Bedarf. Besondere Einkaufstreiber im Zoofachmarkt sind eine große Auswahl, die Erreichbarkeit und Beratung. Beim Einkauf im Zoofachmarkt wird besonderer Wert auf die Bezahlung mit Bargeld gelegt. Ein angeschlossener Online-Shop des Zoofachmarktes hat bisher keine entscheidende Bedeutung. Marken spielen für die Kaufentscheidung eine untergeordnete Rolle. Wichtig sind den Haustierbesitzer\*innen die Produktionsbedingungen von Futtermitteln sowie günstige Sonderangebote oder Preisaktionen für Zubehör.

Wenngleich die Befragten sich selbst als gut informiert und wissend einschätzen, meinen sie, dass immer mehr Haustierhalter\*innen über unzureichende Fachkenntnisse rund um die artgerechte Haustierhaltung verfügen. Einer fundierten Wissensbereitstellung und der Gestaltung von Rahmenbedingungen zur artgerechten Tierhaltung ist daher große Bedeutung beizumessen.

Für das Jahr 2021 ist eine Fortsetzung der Haustier-Studie geplant. Die Zusammenfassung der Studie steht zum Download unter <https://takefive-media.de/2020/11/05/die-haustier-studie-2020/> bereit.

61 % WEIBLICH ♀ 39 % MÄNNLICH ♂

Ø 46 -ALTER

### WELCHE HAUS- / TIERE BESITZEN SIE?\*



Haustierbesitzer\*innen sind überzeugt: Haustiere machen glücklich und gleichzeitig gesund! So sind sie sich einig: Haustiere haben einen positiven Einfluss auf das körperliche und seelische Wohlbefinden des Menschen. Darüber hinaus besitzt das Thema einen hohen emotionalen Wert. Sie meinen allerdings auch, dass immer mehr Haustierhalter\*innen über unzureichende Fachkenntnisse rund um die artgerechte Haustierhaltung verfügen.

93 %

der Befragten sind der Meinung, dass Haustiere einen positiven Einfluss auf das körperliche und seelische Wohlbefinden des Menschen haben.

62 %

der Befragten sehen die größte Herausforderung für die Haustierhaltung in Deutschland in der Sicherstellung des Tierwohls.

53 %

der Befragten denken, dass immer mehr Heimtierhalter über unzureichende Fachkenntnisse rund um eine artgerechte Tierhaltung verfügen.



80 % 53 % 21 %

der Befragten sehen ihr Haustier als ein Familienmitglied.  
 der Befragten feiern den Geburtstag ihres Haustieres.  
 der Befragten teilen sich die Verantwortung mit der Familie.

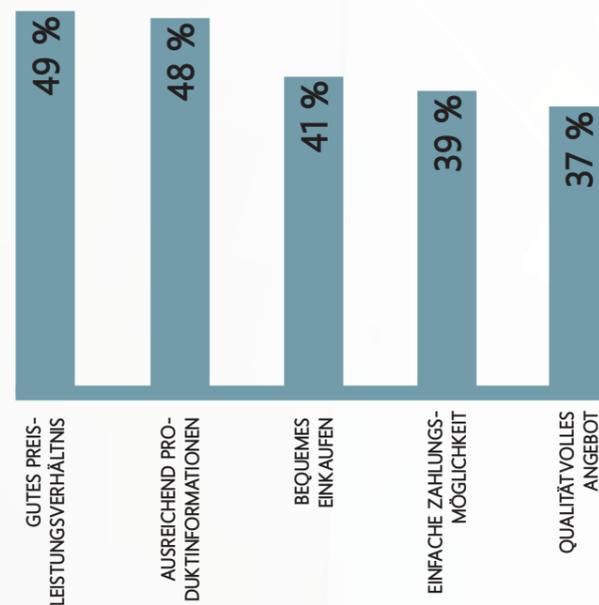
Die Haustierhaltung ist eine echte Lifetime-Beschäftigung: Die meisten Haustierfreunde werden bereits früh in der Kindheit und innerhalb der Familie auf Haustiere geprägt. Meist bleibt es nicht bei einem Haustier im Leben – im Durchschnitt besitzen die Haustierbesitzer\*innen seit rund 23 Jahren ein Haustier. Der Fokus liegt bei Hunden und Katzen. Das Haustier ist mehr als ein Tier, es ist ein Familienmitglied, um welches sich gesorgt wird. Zum Geburtstag bekommt es Snacks und Spielzeug. Haustiere kosten Zeit: Mehrmals am Tag streicheln, füttern oder spielen die Besitzer\*innen mit dem Haustier, durchschnittlich 2,6 Stunden pro Tag.

Die Zusammenstellung der Futtermitteln für das Haustier ist „Chef-Sache“ – rund 90 % der Haustierbesitzer\*innen kümmern sich selbst. Alleinfuttermittel, wie Trocken- und Nassfutter, stehen auf dem Futterplan der Haustiere ganz oben, gefolgt vom Einzel-futtermittel wie Fleisch oder Gemüse.

### WELCHES ALLEINFUTTERMITTEL ERHÄLT IHR HAUSTIER?\*



### WAS IST IHNEN BEIM EINKAUF VON PRODUKTEN FÜR IHR HAUSTIER WICHTIG?\*



Der Onlinehandel und der Zoofachmarkt sind die beliebtesten Anbieter von Produkten für Haustiere. Die Häufigkeit der Kaufaktivitäten für Futtermittel und Zubehör für Haustiere ist unregelmäßig: Die Haustierbesitzer\*innen kaufen zumeist nach Bedarf.

53 %

der Befragten kaufen im Online-Handel.

51 %

der Befragten kaufen im Zoofachmarkt.

27 %

der Befragten kaufen im Super- oder Baumarkt.

Für den Zoofachmarkt spricht neben der großen Auswahl eine gute Erreichbarkeit sowie die gute Beratung. Insbesondere Bargeld wird als Zahlungsmittel beim Einkauf verwendet.

DER ZOOFACHMARKT...\* 61 % hat eine große Auswahl.

45 % bietet eine gute Beratung.

36 % bietet ein gutes Preis-Leistungsverhältnis\*.

Das eigene Denken färbt direkt auf das eigene Handeln ab: Das betrifft auch das Einkaufsverhalten von Haustierbesitzer\*innen. Qualität, Verträglichkeit und Inhalt sind bei der Produktauswahl besonders wichtig. Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und eine ausreichende Produktinformation sind beim Produkteinkauf wichtig.

HAUSTIER STUDIE

BNP PROJEKT DER TAKEWAVE-MEDIA GMBH IN KOOPERATION MIT DEM WORTFUTTERPANEL

Was bewegt Haustierhalter\*innen in Deutschland? Welche Bedürfnisse haben sie? Wie färbt die eigene Einstellung in Bezug auf Aspekte wie soziale Bindungen, den Einkauf oder die Ernährung auf ihr Verhältnis zum Haustier ab – und schlussendlich auch auf ihr Einkaufsverhalten? Und welchen Einfluss haben die Digitalisierung und die derzeitige Corona-Pandemie auf die Haustierhaltung in Deutschland? Diesen und vielen weiteren Fragestellungen ging die Haustier-Studie 2020 auf den Grund.

Wir bedanken uns bei unseren Sponsoren Bosch Tiernahrung, BTG, Dr. Clauder's, Interquell, Trixie und zookauf.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER HAUSTIER-STUDIE.DE

TEILNEHMERANZAHL: 1.400

ZEITRAUM: 04.11. – 25.11.2020

BEI DER UMFRAGE HANDELTE ES SICH UM EINE ONLINE-BEFragung.

\* Mehrfachnennung möglich.