

HAUSTIER-STUDIE 2021 ZEIGT TRENDS DER TIERHALTUNG FÜR DIE ZUKUNFT AUF: HAUSTIERHALTER*INNEN LEGEN WERT AUF TIERSCHUTZ, EINE ARTGERECHTE TIERHALTUNG UND NACHHALTIGKEIT

07.12.2021

Studie mit Unterstützung von Bosch Tiernahrung, BTG Beteiligungs GmbH, Dr. Clauder's, Interquell, Mars Pet-care, Trixie Heimtierbedarf und Zookauf

Hückeswagen, 07.12.2021 – Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie geben Haustiere vielen Menschen einen wichtigen Halt. Doch auch abseits des Pandemie-Geschehens genießen Tiere in menschlicher Obhut einen immer höheren Stellenwert. Die Haustier-Studie 2021 der takefive-media GmbH in Kooperation mit der HorseFuturePanel UC geht der aktuellen Stimmungslage auf den Grund und zeigt Trends der Haustierhaltung für die Zukunft auf.

Themenkomplexe Mensch-Tier-Beziehung, Gesundheit und Tierschutz sowie Nachhaltigkeit im Fokus

Die wichtigsten Erkenntnisse: Tierschutz und eine artgerechte Tierhaltung sind Themen, die Haustierhalter*innen hierzulande stark beschäftigen und bei denen sie einen verstärkten Informationsbedarf sehen. Außerdem spielen die Herkunft von Rohstoffen und Umstände der Produktion sowie Aspekte der Nachhaltigkeit eine wachsende Rolle, wenn es um die Auswahl passender Futtermittel, Snacks oder entsprechenden Zubehörs geht.

Im Fragebogen der Studie wurden insbesondere Fragen der Beziehung des Menschen zum Haustier, zum Themenkomplex Gesundheit und Tierschutz und zur Nachhaltigkeit gestellt. Aber auch das Informationsverhalten, die Nutzung digitaler Services und die Rolle von Multiplikator*innen, etwa Tierärzt*innen oder Petfluencer*innen, wurden abgefragt.

Die wichtigsten Erkenntnisse nach Themenblöcken:

1. Einstellung zur Haustierbranche und Beziehung zum Haustier

96 Prozent der Befragten gaben an, dass Haustiere einen positiven Einfluss auf das körperliche und seelische Wohlbefinden des Menschen haben und 83 Prozent betonen die Bedeutung für den Nachwuchs, wenn sie der Aussage zustimmen, dass Haustiere insbesondere Kinder lehren, Verantwortung zu übernehmen. Für 80 Prozent der Befragten ist das Haustier ein Familienmitglied. Im Durchschnitt beschäftigen sich Haustierhalter*innen in Deutschland täglich 2,9 Stunden mit ihrem Tier.

Gegenüber den Ergebnissen des Vorjahres hat sich die Einschätzung der Befragten hinsichtlich der Fachkenntnisse anderer Haustierhalter*innen noch einmal verschlechtert. So gaben 57 Prozent (gegenüber 53 Prozent im Vorjahr) an, dass ihrer Meinung nach immer mehr Haustierhalter*innen über unzureichende Fachkenntnisse rund um die artgerechte Haustierhaltung verfügen. 52 Prozent der Befragten sehen einen Bewegungsmangel bei Haustieren und nur 28 Prozent stimmen der Aussage zu, dass Haustiere überwiegend ihrer Art entsprechend gehalten werden. Demgegenüber lehnt die Mehrheit eine stärkere staatliche Reglementierung der Haustierhaltung ab und nur 28 Prozent stimmen dieser zu.

2. Informations- und Kommunikationsverhalten

Was das Informations- und Kommunikationsverhalten betrifft, so fühlen sich 87 Prozent der Befragten sehr gut informiert. Bevorzugte Informationsquellen sind die Beratung und Aufklärung durch Tierärzt*innen (63 Prozent), das Internet (57 Prozent) und Gespräche mit anderen Haustierbesitzer*innen (50 Prozent). 76 Prozent halten eine Information für verlässlich, wenn sie wissenschaftlich bewiesen ist. Bei der Frage, durch welche Expert*in Tierhalter*innen persönlich oder online Hilfe in Anspruch nehmen, belegen Tierärzt*innen mit 88 Prozent bei der persönlichen Beratung den ersten Platz, gefolgt von Expert*innen aus dem Fachhandel und Tiertrainer*innen. Bei der Online-Beratung haben Futtermittelexpert*innen mit 24 Prozent die Nase vorn. Influencer*innen bzw. Petfluencer*innen erreichen lediglich 6 Prozent (persönliche Beratung) bzw. 11 Prozent (Online-Beratung).

3. Herausforderungen für die Haustierhaltung

81 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Haustiere gerade zu Zeiten der Corona-Pandemie vor Einsamkeit schützen. 68 Prozent sehen aufgrund illegalen Tierhandels negative Auswirkungen des Haustier-Booms auf den Tierschutz. Als größte Herausforderungen für die Haustierhaltung in Deutschland werden der illegale Handel von Haustieren (78 Prozent), die Qualzucht von Haustieren (65 Prozent) sowie die Sicherstellung des Tierwohls (58 Prozent) wahrgenommen.

4. Faktoren der Produktauswahl: Nachhaltigkeit wichtiges Kriterium

Bei Kaufentscheidungen im Produktbereich für Haustiere spielen inzwischen viele unterschiedliche Einflussfaktoren eine Rolle. An erster Stelle rangiert die Qualität der Produkte (79 Prozent), gefolgt vom Preis-Leistungsverhältnis (68 Prozent). 44 Prozent der Befragten wären dazu bereit, für ein nachhaltig hergestelltes Produkt mehr zu bezahlen. Und hier sind es im Schnitt Mehrkosten von 15 Prozent, die Haustierhalter*innen bereit wären zu zahlen. Rund ein Viertel der Befragten hat sich bereits mit alternativen Proteinquellen in der Haustierfütterung befasst. Sind es bisher lediglich 5 Prozent der Befragten, die alternative Proteinquellen füttern, so wären weitere 23 Prozent bereit dazu.

5. Verändertes Konsumverhalten

Die Corona-Pandemie hat auch in der Heimtierbranche zu einem sich wandelnden Einkaufsverhalten geführt. Allerdings gibt es offenbar noch eine hohe Zahl traditionell eingestellter Käufer*innen. So gaben 68 Prozent der Befragten an, ihr Einkaufsverhalten während der Pandemie nicht geändert zu haben. Viele unter ihnen bevorzugen den stationären Einzelhandel. 20 Prozent der Befragten jedoch kaufen ihren Tierbedarf aufgrund der Pandemie-Situation vermehrt online ein.

Das Fazit

Der Megatrend Gesundheit spiegelt sich in der Haustierhaltung wider: Haustiere machen / halten den Menschen gesund und haben einen positiven Einfluss auf das körperliche sowie seelische Wohlbefinden des Menschen – Haustierbesitzer*innen beschäftigen sich zunehmend mit ihrem Haustier: mehrere Stunden täglich. Insgesamt ist viel Aufklärungsarbeit zu leisten: Immer mehr Haustierhalter*innen verfügen über unzureichende Fachkenntnisse rund um die artgerechte, den Bedürfnissen des Tieres entsprechende Haustierhaltung. Tierärzt*innen und das Internet sind nicht zu unterschätzende Informationsquellen, die Wissen, nicht nur über die Haustierhaltung und -fütterung, vermitteln müssen. Die Corona-Pandemie fordert die Haustierbranche heraus: Der Haustier-Boom und der damit einhergehende illegale Handel mit Haustieren stellen die Branche auf die Probe. Das Thema Nachhaltigkeit nimmt nach und nach an Bedeutung zu: Die Qualität und das Preis-Leistungsverhältnis stehen beim Produktkauf für Haustiere an erster Stelle – das Thema Nachhaltigkeit zieht nach.

Über die Haustier-Studie 2021:

Die Haustier-Studie 2021 wird von den Unternehmen Bosch Tiernahrung, BTG Beteiligungs GmbH, Dr. Clauder's, Interquell, Mars Petcare, Trixie Heimtierbedarf und Zookauf unterstützt. Für die Studie wurden zwischen dem 23.08.2021 und dem 27.09.2021 deutschlandweit 1.240 Menschen befragt. Erneut konnten viele spannende Strömungen und Trends rund um die Haustierhaltung abgeleitet werden. Schwerpunkte der Befragung bildeten neben dem Informations- und Einkaufsverhalten insbesondere Themenkomplexe wie Nachhaltigkeit, die Rolle digitaler Services für Haustierhalter*innen oder die Bedeutung sozialer Netzwerke und Petfluencer*innen. Für 2022 ist eine Fortsetzung der Haustier-Studie geplant. Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie sowie Infografiken stehen unter <https://takefive-media.de/studienprojekte/> zum Download bereit.

Über die takefive-media GmbH:

Die takefive-media GmbH ist ein im Jahr 2004 gegründetes Marketingunternehmen mit Sitz im nordrheinwestfälischen Hückeswagen. Das 17-köpfige takefive-Team entwickelt ganzheitliche Werbe- und Kommunikationskonzepte und hat sich thematisch unter anderem auf die Heimtierbranche spezialisiert. Zum Leistungsportfolio zählen Services in den Bereichen Mediengestaltung Print und digital, Foto und Film, Social Media, Public Relations, Events und Messen sowie Beratung und Workshops.

Über das HorseFuturePanel:

Das HorseFuturePanel ist ein ursprünglich auf die Pferdewirtschaft spezialisiertes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen. Hier hat es in den vergangenen Jahren durch die kontinuierliche Erhebung und Bereitstellung von Daten zur Weiterentwicklung der Pferdewirtschaft beigetragen. Gemeinsam mit der takefive-media GmbH weitet es nun seine Analyseschwerpunkte auf die Heimtierbranche aus. Durch die Kombination anwendungsorientierter Marktforschung mit einer hohen Branchenspezialisierung wollen die Partner wichtige Daten über die Heimtierbranche erheben, um dazu beizutragen, diese nachhaltig weiterzuentwickeln.