HAUSTIER TRENDBAROMETER

DIE WIRTSCHAFTLICHE LAGE DER HEIMTIERBRANCHE

Unternehmensumfrage zur Zufriedenheit mit den wirtschaftlichen Entwicklungen

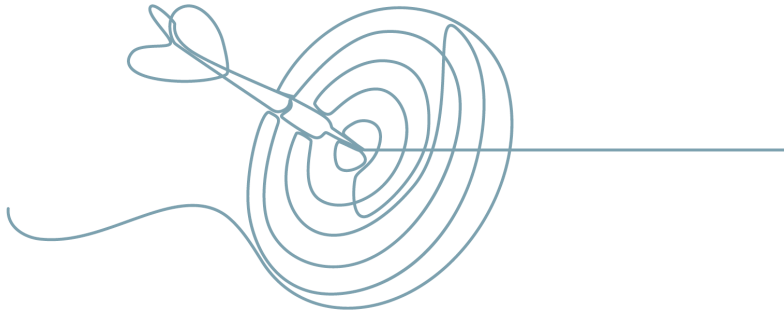
Diese Umfrage wurde von der takefive-media GmbH durchgeführt.

AGENDA

1. Steckbrief
2. Zufriedenheit
3. Entwicklung
4. Kaufverhalten
5. Branchenperspektiven und Handlungsfelder
6. Fazit

ZIELSETZUNG

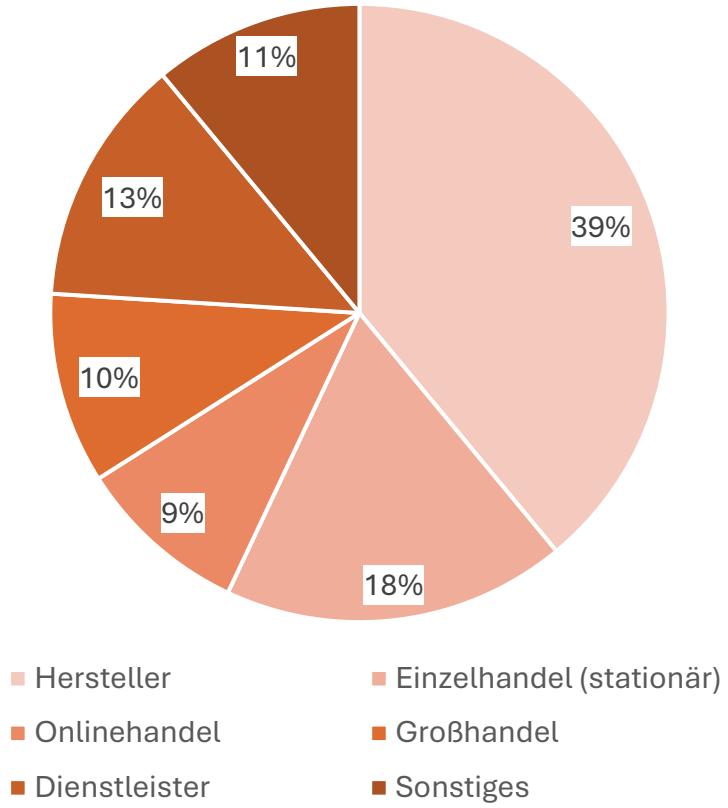
Mit dem Haustier-Trendbarometer 2025 wollten wir ein **aktuelles Stimmungsbild der wirtschaftlichen Lage** in der Heimtierbranche erfassen. Die Umfrage richtete sich an Unternehmen aller Größen und Bereiche – von Herstellern über den Handel bis hin zu Dienstleister:innen. Ziel war es, **zentrale Herausforderungen, Trends und Entwicklungen** sichtbar zu machen, die die Branche aktuell prägen. Die Ergebnisse bieten wertvolle Einblicke in die wirtschaftliche Situation und zeigen, welche Faktoren Unternehmen am stärksten beeinflussen.



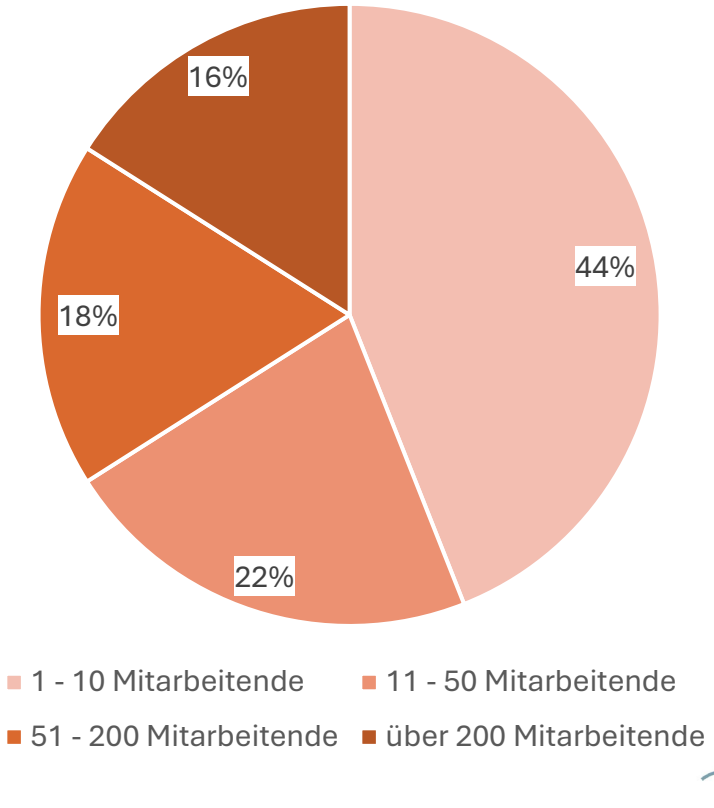
Teilnehmer: 100 | **Umfragezeitraum**: 26.02. – 06.04.2025

STECKBRIEF

In welcher Art von Unternehmen sind Sie tätig?

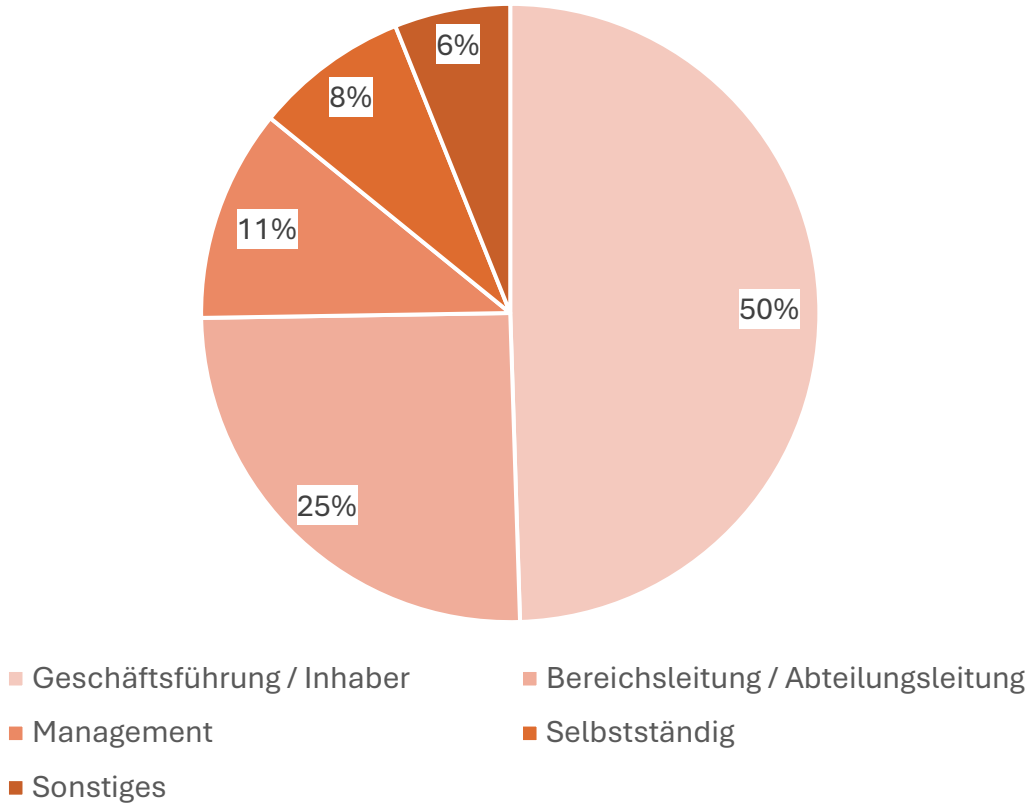


Wie groß ist das Unternehmen, in dem Sie tätig sind?



STECKBRIEF

Welche Position haben Sie im Unternehmen?



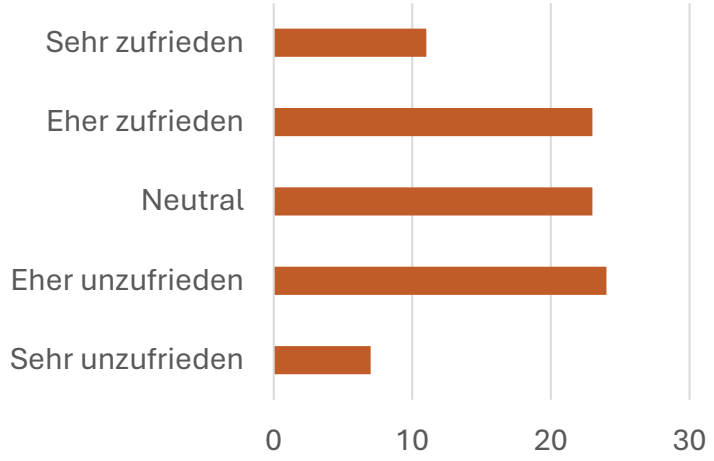
ZUFRIEDENHEIT

ZUFRIEDENHEIT

Die wirtschaftliche Stimmung in der Heimtierbranche ist verhalten. Während einige Unternehmen zufrieden sind, bewertet ein großer Teil die eigene Entwicklung als neutral oder eher negativ. Besonders auffällig: Viele empfinden die wirtschaftliche Lage der Branche im Vergleich zum Vorjahr als unverändert oder schlechter, nur wenige sehen eine Verbesserung.

Trotz aller Herausforderungen blicken viele Unternehmen eher optimistisch in die Zukunft, während ein kleinerer Anteil pessimistisch bleibt.

Wie zufrieden sind Sie aktuell mit der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in der Heimtierbranche?

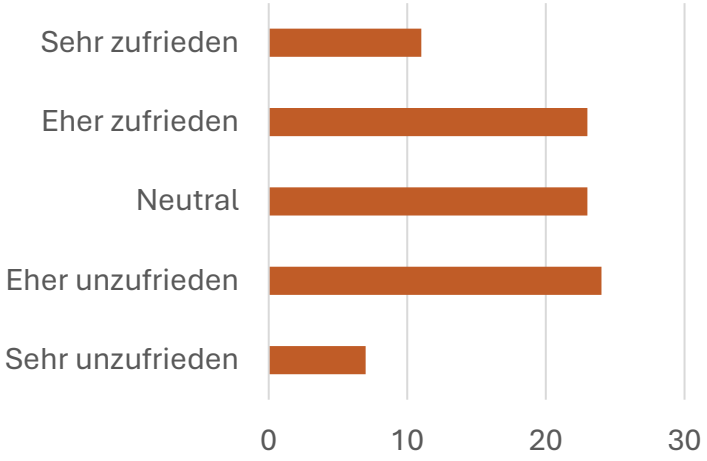


ZUFRIEDENHEIT

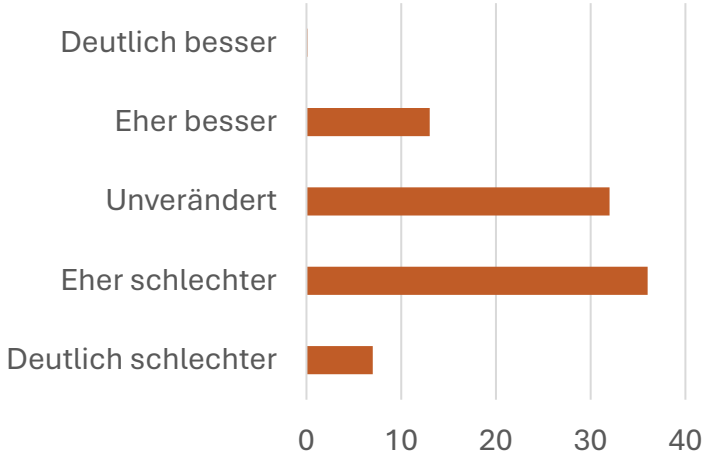
Die wirtschaftliche Stimmung in der Heimtierbranche ist verhalten. Während einige Unternehmen zufrieden sind, bewertet ein großer Teil die eigene Entwicklung als neutral oder eher negativ. Besonders auffällig: Viele empfinden die wirtschaftliche Lage der Branche im Vergleich zum Vorjahr als unverändert oder schlechter, nur wenige sehen eine Verbesserung.

Trotz aller Herausforderungen blicken viele Unternehmen eher optimistisch in die Zukunft, während ein kleinerer Anteil pessimistisch bleibt.

Wie zufrieden sind Sie aktuell mit der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in der Heimtierbranche?



Wie bewerten Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage der Heimtierbranche im Vergleich zu den letzten zwölf Monaten?

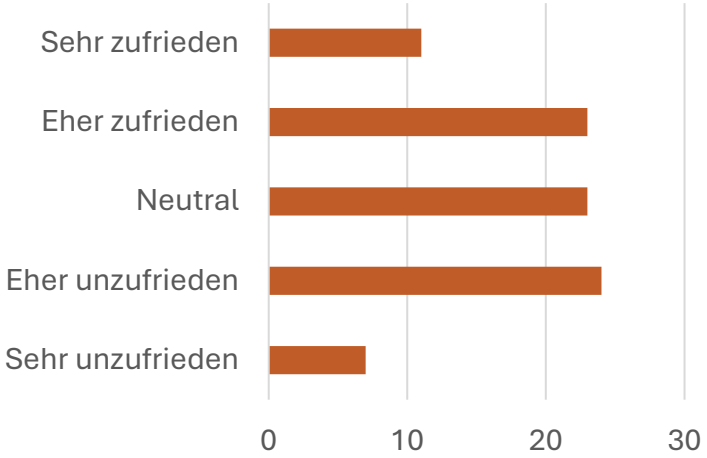


ZUFRIEDENHEIT

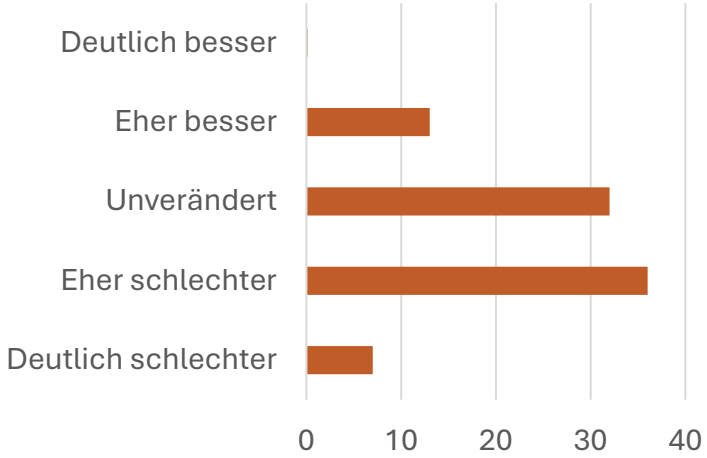
Die wirtschaftliche Stimmung in der Heimtierbranche ist verhalten. Während einige Unternehmen zufrieden sind, bewertet ein großer Teil die eigene Entwicklung als neutral oder eher negativ. Besonders auffällig: Viele empfinden die wirtschaftliche Lage der Branche im Vergleich zum Vorjahr als unverändert oder schlechter, nur wenige sehen eine Verbesserung.

Trotz aller Herausforderungen blicken viele Unternehmen eher optimistisch in die Zukunft, während ein kleinerer Anteil pessimistisch bleibt.

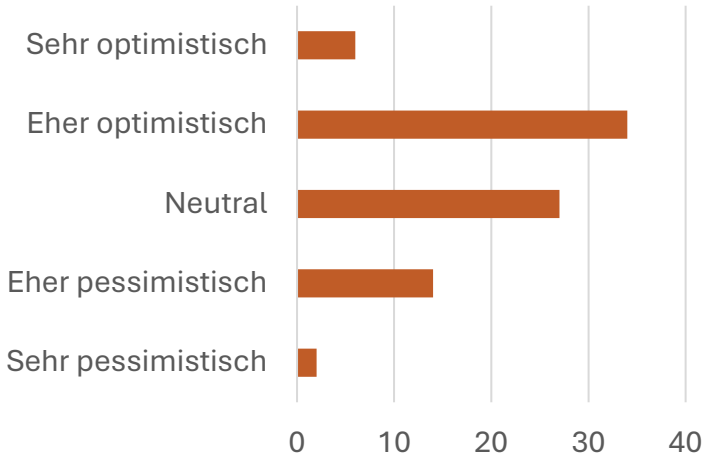
Wie zufrieden sind Sie aktuell mit der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in der Heimtierbranche?



Wie bewerten Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage der Heimtierbranche im Vergleich zu den letzten zwölf Monaten?



Wie bewerten Sie die Zukunftsaussichten Ihres Unternehmens für die kommenden 12 Monate?

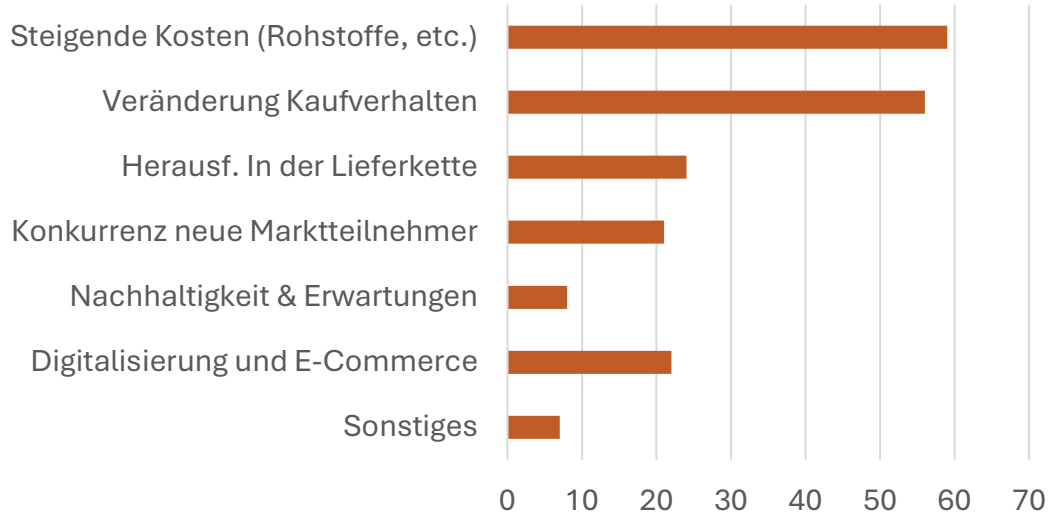


ENTWICKLUNG

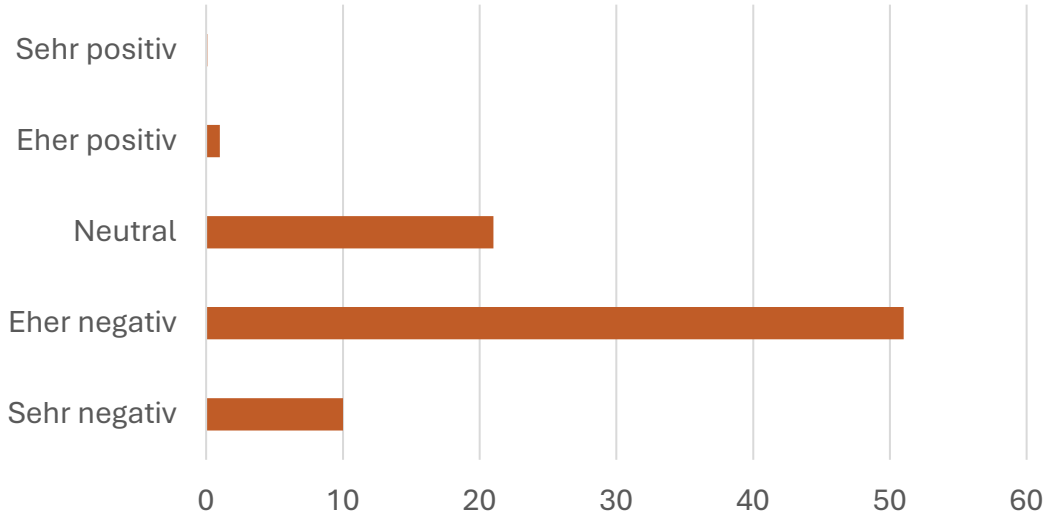
WIRTSCHAFTLICHE EINFLUSSFAKTOREN

Die meisten Unternehmen sehen die steigenden Kosten – insbesondere für Rohstoffe, Energie und Personal – als größte Herausforderung. Auch das veränderte Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden macht sich bemerkbar, da viele weniger ausgeben. Zudem erschweren Lieferkettenprobleme das Geschäft. Wettbewerbsdruck durch neue Marktteilnehmer sowie Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit spielen ebenfalls eine Rolle, haben aber einen geringeren Einfluss. Viele Unternehmen müssen ihre Strategien anpassen, um diesen Entwicklungen zu begegnen.

Welche wirtschaftlichen Entwicklungen haben Ihr Unternehmen in den letzten sechs Monaten am stärksten beeinflusst? (Mehrfachauswahl möglich)



Inwiefern haben sich die steigenden Kosten (z. B. Energie, Löhne, Rohstoffe) auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

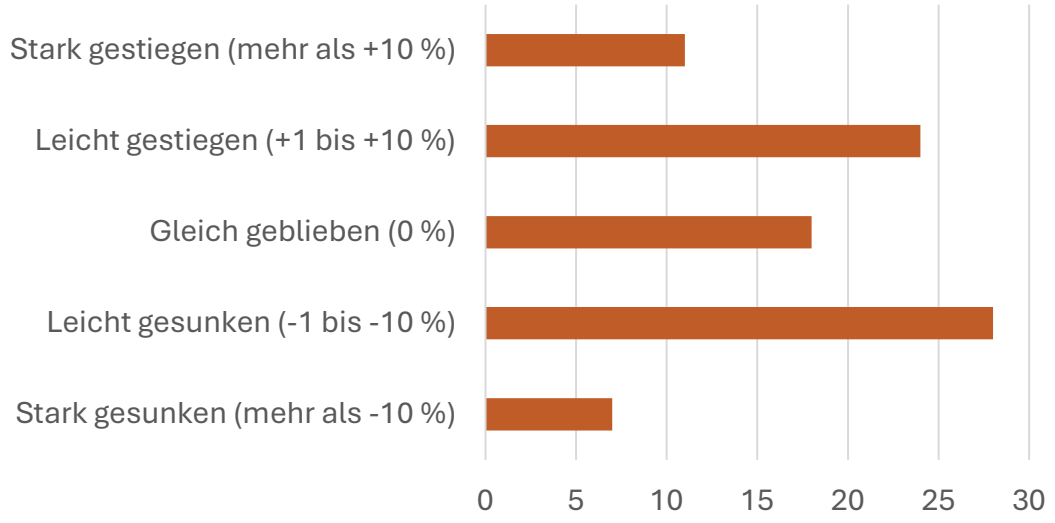


UMSATZENTWICKLUNG

Die Umsatzentwicklung in der Heimtierbranche zeigt ein durchwachsenes Bild. Während einige Unternehmen ein Wachstum verzeichnen, meldet ein erheblicher Anteil sinkende Umsätze, wobei leichte Rückgänge häufiger auftreten als starke Einbrüche. Ein bedeutender Teil der Befragten gibt an, dass ihr Umsatz stabil geblieben ist.

Ein möglicher Einflussfaktor sind die Preisanpassungen vieler Unternehmen. Die Mehrheit hat ihre Preise leicht oder deutlich erhöht, während ein beachtlicher Teil sie unverändert ließ. Preissenkungen sind hingegen selten, was darauf hindeutet, dass viele Unternehmen versuchen, gestiegene Kosten weiterzugeben.

Wie hat sich Ihr Umsatz im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?

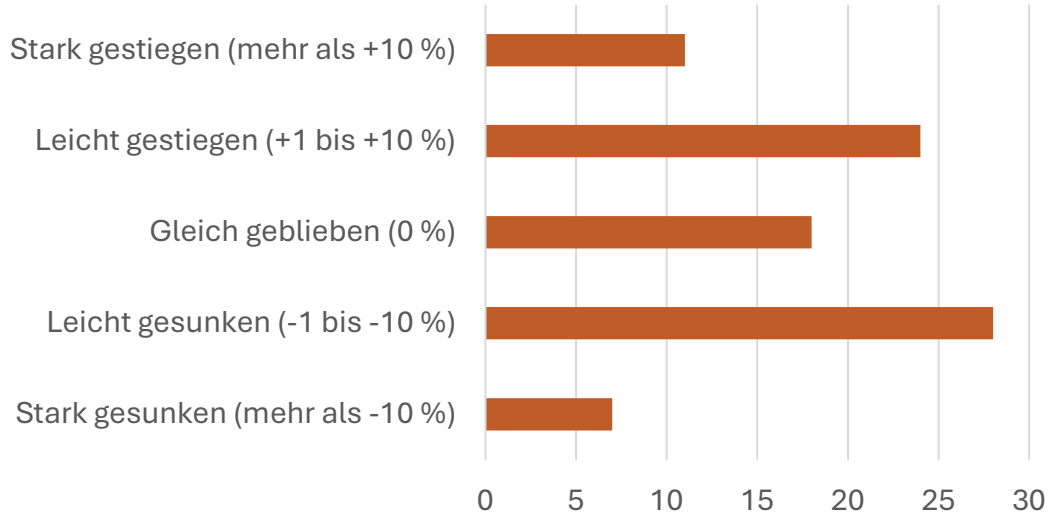


UMSATZENTWICKLUNG

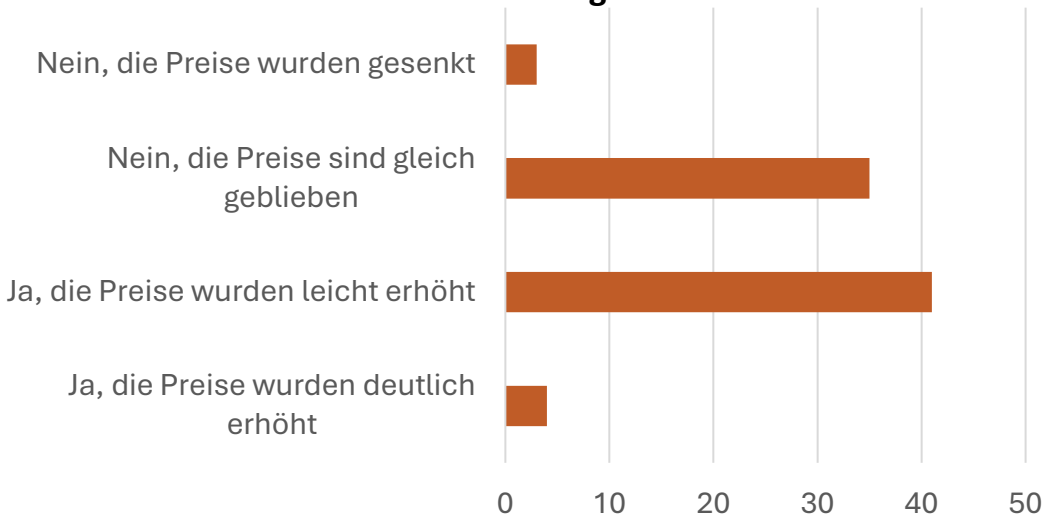
Die Umsatzentwicklung in der Heimtierbranche zeigt ein durchwachsenes Bild. Während einige Unternehmen ein Wachstum verzeichnen, meldet ein erheblicher Anteil sinkende Umsätze, wobei leichte Rückgänge häufiger auftreten als starke Einbrüche. Ein bedeutender Teil der Befragten gibt an, dass ihr Umsatz stabil geblieben ist.

Ein möglicher Einflussfaktor sind die Preisanpassungen vieler Unternehmen. Die Mehrheit hat ihre Preise leicht oder deutlich erhöht, während ein beachtlicher Teil sie unverändert ließ. Preissenkungen sind hingegen selten, was darauf hindeutet, dass viele Unternehmen versuchen, gestiegene Kosten weiterzugeben.

Wie hat sich Ihr Umsatz im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?



Haben Sie aufgrund der wirtschaftlichen Lage Veränderungen an Ihren Preisen vorgenommen?

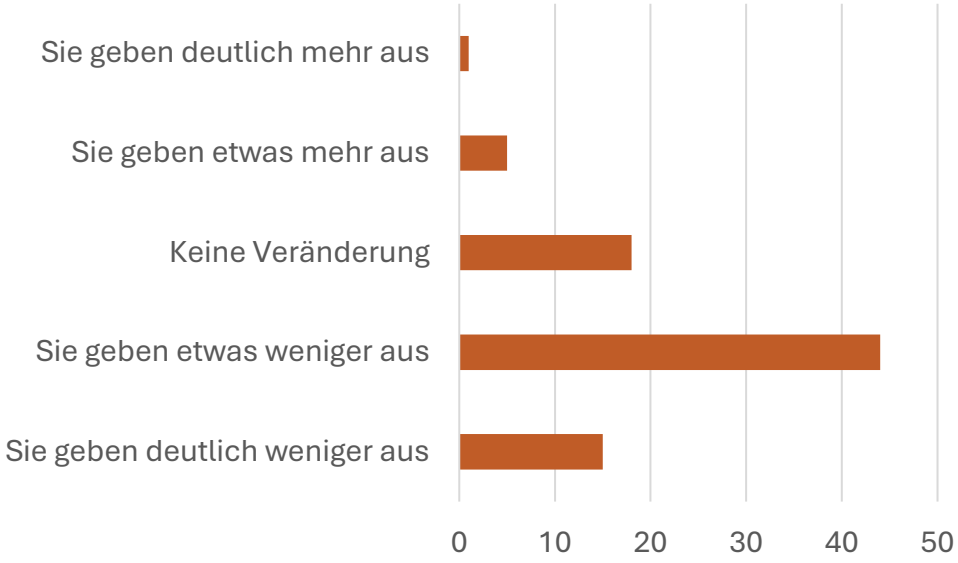


KAUFVERHALTEN

KAUFVERHALTEN DER KUND:INNEN

Trotz positiver Entwicklungen in bestimmten Produkt- und Dienstleistungskategorien zeigt sich, dass das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden zunehmend zurückhaltend ist. Laut den Befragten geben viele Kundinnen und Kunden etwas oder deutlich weniger aus als im Vorjahr. Ein Teil der Unternehmen verzeichnet keine Veränderung, während nur wenige angeben, dass ihre Kundschaft mehr ausgibt.

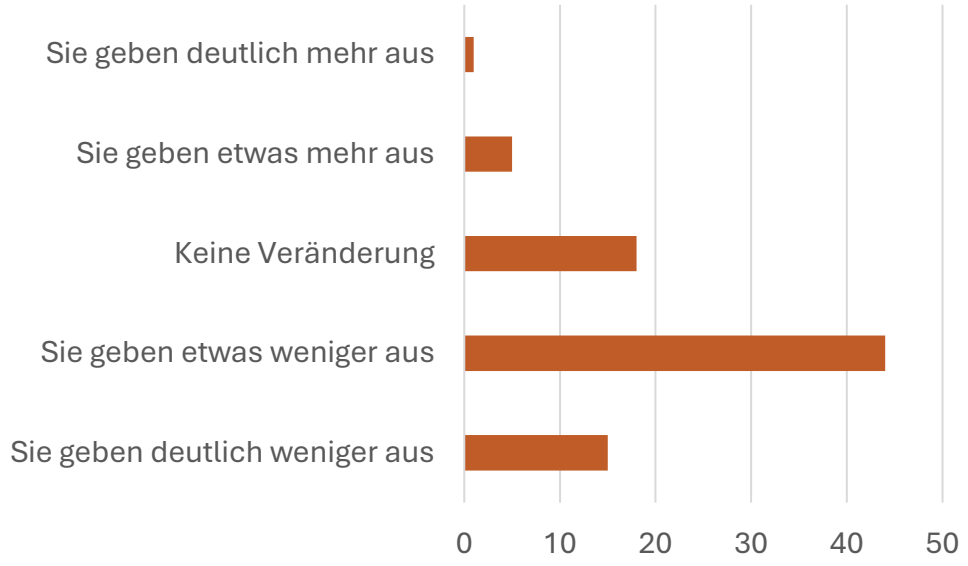
Wie hat sich das Kaufverhalten Ihrer Kundinnen und Kunden im Vergleich zum Vorjahr verändert?



KAUFVERHALTEN DER KUND:INNEN

Trotz positiver Entwicklungen in bestimmten Produkt- und Dienstleistungskategorien zeigt sich, dass das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden zunehmend zurückhaltend ist. Laut den Befragten geben viele Kundinnen und Kunden etwas oder deutlich weniger aus als im Vorjahr. Ein Teil der Unternehmen verzeichnet keine Veränderung, während nur wenige angeben, dass ihre Kundschaft mehr ausgibt.

Wie hat sich das Kaufverhalten Ihrer Kundinnen und Kunden im Vergleich zum Vorjahr verändert?



Laut den Befragten haben sich bestimmte Produkt- und Dienstleistungskategorien in den letzten Monaten besonders positiv entwickelt. Produkte für Hunde und Katzen wurden dabei am häufigsten genannt, insbesondere **Vet-Produkte**, **Snacks**, **Kauartikel** und **Nahrungsergänzungsmittel**. Auch die **Aqua- und Terraristik** verzeichnet laut den Teilnehmenden eine positive Entwicklung.

Im Dienstleistungsbereich wurden vor allem **Weiterbildungen** und **Beratungsangebote** als wachstumsstarke Bereiche hervorgehoben, was auf eine steigende Nachfrage nach fachlicher Expertise und Wissenstransfer hinweist.

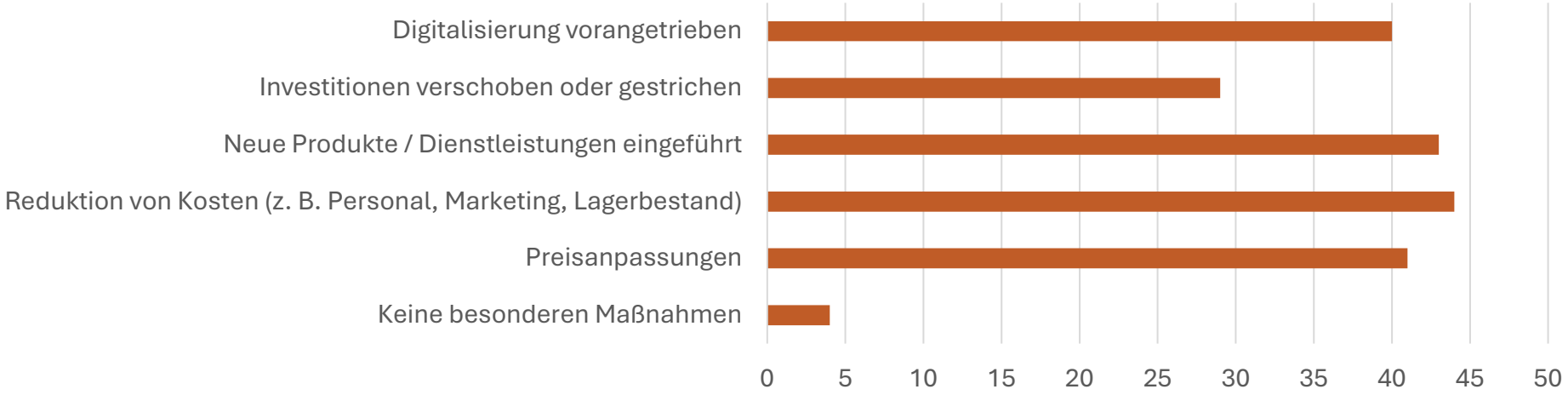
BRANCHEN-PERSPEKTIVEN UND HANDLUNGS-FELDER

MASSNAHMEN

Um auf die wirtschaftlichen Herausforderungen zu reagieren, haben viele Unternehmen gezielte Maßnahmen ergriffen. Preisanpassungen und die Reduktion von Kosten, beispielsweise bei Personal oder Betriebsausgaben, gehören zu den häufigsten Strategien. Zudem setzen zahlreiche Unternehmen auf neue Produkte oder Dienstleistungen, um sich am Markt besser zu positionieren.

Auch die Verschiebung oder Streichung von Investitionen ist eine gängige Reaktion, während einige Unternehmen verstärkt in die Digitalisierung investieren. Nur ein kleiner Teil der Befragten hat bislang keine besonderen Maßnahmen ergriffen.

Welche Maßnahmen haben Sie aufgrund der wirtschaftlichen Lage ergriffen?
(Mehrfachauswahl möglich)

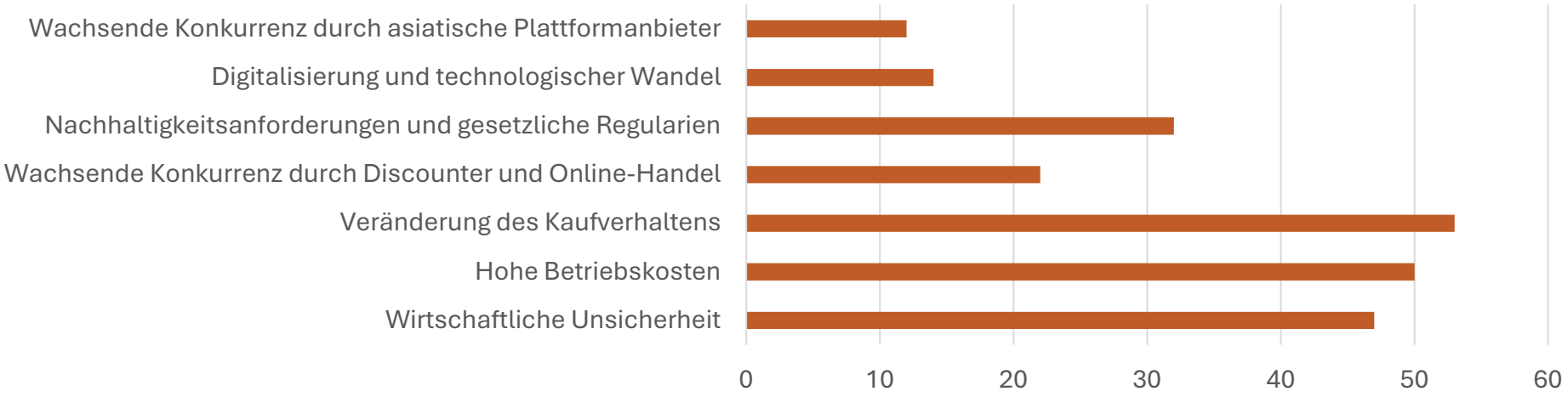


HERAUSFORDERUNGEN

Die größten Herausforderungen für Unternehmen in der Heimtierbranche sind laut den Befragten wirtschaftliche Unsicherheiten, hohe Betriebskosten und das veränderte Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden. Diese Faktoren belasten die Branche besonders und sorgen für strategische Anpassungen.

Zudem sehen viele Unternehmen die wachsende Konkurrenz, sowohl durch Discounter als auch durch Online-Händler, als zunehmendes Risiko. Auch Nachhaltigkeitsanforderungen und gesetzliche Regulierungen spielen eine wichtige Rolle. Die Digitalisierung wird ebenfalls als Herausforderung wahrgenommen, was auf einen weiterhin hohen Anpassungsdruck in der Branche hinweist.

Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell als größte Risiken für die Heimtierbranche? (Mehrfachauswahl möglich)



UNTERSTÜTZUNG

Die Befragten äußerten klare Erwartungen an die Branche, um wirtschaftliche Herausforderungen besser zu bewältigen. **Regulierungen** und **bürokratische Hürden** stehen dabei besonders im Fokus – viele wünschen sich weniger Einschränkungen und eine gezieltere Unterstützung durch den Gesetzgeber.

Auch die Stärkung des stationären Fachhandels wird als essenziell angesehen, insbesondere durch **fairere Wettbewerbsbedingungen** im Vergleich zu Großabnehmern und Online-Plattformen. Ein **Verbot des Online-Handels mit lebenden Tieren** wird ebenfalls gefordert.

Weitere zentrale Punkte sind **mehr Transparenz in Lieferketten und Produktion**, eine **bessere politische Interessenvertretung durch Fachverbände** sowie gezielte **Schulungen und Weiterbildungsangebote**. Zudem wird ein stärkerer Fokus auf Qualität statt Quantität und **nachhaltige Produkte** gefordert.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich viele Unternehmen eine aktivere Rolle der Branche bei der Gestaltung fairer Marktbedingungen wünschen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben.

WEITERE THEMEN AUS DER BRANCHE

Neben den quantitativen Ergebnissen der Umfrage haben die Teilnehmenden auch weitere wichtige Themen und Herausforderungen benannt, die die Heimtierbranche aktuell bewegen.

Kunden kaufen bequemer online, Fachhandel braucht klare Differenzierung.

Unterstützung für Fachhändler bei der Suche nach qualifiziertem Personal gefordert.

Wunsch nach weniger bürokratischen Hürden und fairen Wettbewerbsbedingungen.

Direktverkauf durch Hersteller und Importeure erschwert Vertrieb für Händler.

FAZIT

FAZIT

Die Ergebnisse des Haustier-Trendbarometers 2025 zeichnen ein vielschichtiges Bild der aktuellen wirtschaftlichen Lage in der Heimtierbranche. Während einige Segmente, wie Produkte für Hunde und Katzen oder spezialisierte Dienstleistungen, positive Entwicklungen verzeichnen, stehen viele Unternehmen vor erheblichen Herausforderungen. **Steigende Kosten**, ein **verändertes Kaufverhalten** und **hohe betriebliche Belastungen** zwingen viele Betriebe dazu, ihre Strategien anzupassen.

Die Mehrheit der Befragten sieht die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen **kritisch**, dennoch blicken viele Unternehmen vorsichtig optimistisch in die Zukunft. Dies zeigt, dass die Branche nicht nur vor Schwierigkeiten steht, sondern auch Chancen erkennt – sei es durch **neue Produktentwicklungen**, **Investitionen in Digitalisierung** oder die **Optimierung der Preisstrategie**.

Besonders deutlich wurde, dass sich die Branche eine **stärkere Unterstützung** wünscht. **Faire Wettbewerbsbedingungen**, **weniger Bürokratie** und **mehr Transparenz in der Lieferkette** sind zentrale Forderungen. Zudem wird die **Förderung des stationären Fachhandels**, **politische Interessenvertretung** und **praxisnahe Weiterbildungen** als essenziell angesehen.

Die kommenden Monate werden zeigen, wie sich die wirtschaftliche Lage weiterentwickelt und welche Maßnahmen Unternehmen ergreifen, um sich in einem sich wandelnden Markt zu behaupten. Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen jedoch eines: **Die Heimtierbranche bleibt dynamisch und erfordert ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit, Innovationskraft und Zusammenarbeit.**

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Kundenbindung und Mehrwert schaffen

In Zeiten veränderten Kaufverhaltens ist es entscheidend, bestehende Kunden enger an das Unternehmen zu binden. Personalisierte Angebote, Abo-Modelle oder exklusive Services können dazu beitragen, die Loyalität zu stärken. Zudem gewinnt die Beratungskompetenz im Fachhandel an Bedeutung – wer einen echten Mehrwert bietet, kann sich im Wettbewerb behaupten.

Neue Vertriebskanäle und Kooperationen nutzen

Unternehmen sollten ihre Vertriebskanäle diversifizieren, um neue Zielgruppen zu erschließen. Kooperationen mit anderen Marktteilnehmern, z. B. durch gemeinsame Marketingkampagnen oder geteilte Logistiklösungen, können ebenfalls Effizienzvorteile bieten.

Effizienzsteigerung und nachhaltige Prozesse

Steigende Kosten setzen Unternehmen unter Druck. Statt kurzfristiger Einsparungen lohnt sich der Blick auf effizientere Prozesse. Ob durch die Optimierung von Lieferketten, nachhaltigere Verpackungslösungen oder eine stärkere Automatisierung – langfristig reduzieren solche Maßnahmen Abhängigkeiten und verbessern die Wettbewerbsfähigkeit.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Trends frühzeitig erkennen und Innovationskraft stärken

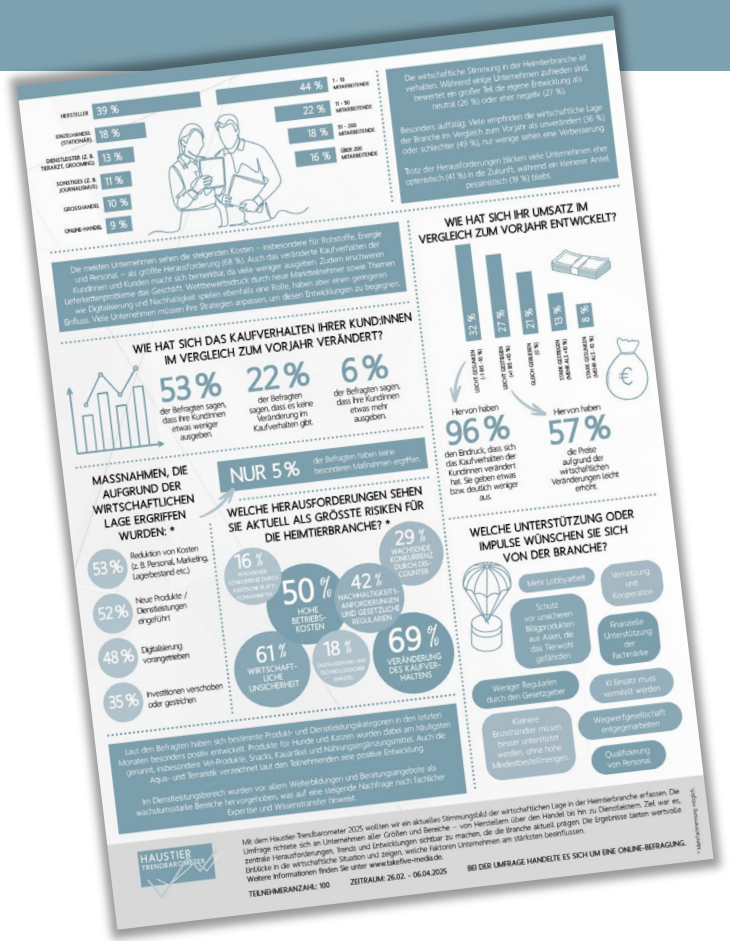
Die Nachfrage nach funktionellen Produkten (z. B. Tiergesundheit), nachhaltigen Alternativen und Spezialfutter wächst. Unternehmen, die frühzeitig auf diese Trends reagieren, können sich gezielt positionieren. Auch der Einsatz neuer Technologien – sei es in der Produktentwicklung, im Kundenservice oder im Bereich KI-gestützter Geschäftsprozesse – kann zur Differenzierung beitragen.

Branchenübergreifender Austausch und Interessenvertretung

Viele der in der Umfrage genannten Herausforderungen betreffen nicht nur einzelne Unternehmen, sondern die gesamte Branche. Der Austausch mit Verbänden, Netzwerken und Fachgremien kann dazu beitragen, gemeinsame Lösungen zu finden.

HAUSTIER TRENDBAROMETER

FACTSHEET
+ CHARTBOOK



Das Factsheet sowie das Chartbook können Sie sich unter www.takefive-media.de herunterladen.

STUDIENBAND

Der Studienband der Haustier-Studie 2024/25 kann unter www.takefive-media.de vorbestellt werden.

ERGEBNISSE WIE DIESE – AUCH FÜR IHR UNTERNEHMEN

Wenn Sie selbst Interesse daran haben, eine Umfrage innerhalb Ihrer Zielgruppe durchzuführen – sei es zur Marktanalyse, Kundenzufriedenheit oder Branchentrends – sprechen Sie uns gerne an.

Wir unterstützen Sie von der Konzeption bis zur Auswertung mit unserer Erfahrung und Branchenkenntnis.

IHR KONTAKT ZU UNS

Stephan Schlüter

Geschäftsführer, Leitung PR

stephan.schlueter@takefive-media.de

Sharon Martin

Prokuristin, Marketing

sharon.martin@takefive-media.de