



Heimtier-Kongress
Gestärkt aus der Krise



Zoo Strecker
Traditionsfirma aus Herten



Produkte des Jahres
Das sind die Gewinner

pet

Fachmagazin für die Heimtierbranche



Warengruppe Hund
Grenzen des Wachstums

Wie ticken die Hundehalter?

Mit dem Rudelreport analysiert die Marktforscherin Dr. Jessica Schwamborn in Kooperation mit *pet*, was Herrchen und Frauchen bewegt und wie der Einkauf und die Nutzung von Produkten aussehen.

Der erste Rudelreport ist da. Ein bisher wohl einmaliges Projekt, weil Fakten und Emotionen untersucht werden: Die Wirtschaftspsychologin Dr. Jessica Schwamborn hat in Kooperation mit *pet* 1.117 repräsentativ ausgewählte Hundebesitzer befragt und legt auf 111 Seiten im Rudelreport 2025/1 die Soziodemografie von Halterinnen und Haltern dar, Fakten zu Hund und Haltung, zu Ausgaben, Produktnutzung, Einkaufsstätten,

Trends, Lust und Leid bezogen auf Produkte und persönliche Motive des Halters, kurz gesagt: Alle Fakten dazu, wie die Hundehalter ticken.

Die eigentliche Befragung fand über eine Woche im Februar online statt, die Personen waren von Horizoom nach Alter, Geschlecht und Nielsen-Gebiet vorquartiert, waren für wenigstens einen Hund zeitlich und finanziell zumindest mitverantwortlich sowie mindestens 18 Jahre alt. 51



Prozent sind Frauen, 27 Prozent sind 50 Jahre oder älter. Gut die Hälfte vereinbart die Hundehaltung mit einer Vollzeitbeschäftigung, 16 Prozent sind im Ruhestand. Immerhin 58 Prozent der befragten Haushalte haben ein Einkommen von mindestens 3.000 Euro.

Zunächst wurden einige Klischees analysiert, etwa ob Leinenpöbeleien eines der häufigsten Probleme ist (Antwort: nein. Lästig und einschränkend, aber auf einem der hinteren Problemplätze), kleine Rassen ängstlicher sind (nicht mehr als große) oder Labbis verfressener seien (stimmt tatsächlich). Außerdem stimmt es laut Einschätzung einer Mehrheit, dass kleine Hunde schlechter erzogen sind und mehr kläffen als große Hunde. Heute nicht mehr korrekt ist dagegen die Aussage „Pudel sind

So kann Emotionalität beim Einkaufen aussehen, wie Kölle Zoo zeigt.



Foto: Kölle Zoo



Foto: Die Projektmeisterei

Der erste Rudelreport ist jetzt im Dähne-Shop erhältlich.

Dackel, Australian Shepherds und Zwergspitze, ältere ab 60 halten hingegen häufiger Havaneser, Bolonkas oder Berner Sennenhunde.

Die Hundemama

Drei Haltersegmente hat die Wirtschaftspsychologin Schwamborn ausgemacht, die sich in soziodemografischen Variablen, in ihrer Einstellung gegenüber der Hundehaltung, im Kaufverhalten und in der Nutzung digitaler Produkte für den Hund unterscheiden. Eines der Segmente ist „die Hundemama“, die man auch als Persona darstellen kann. Die Persona ist eine plakative Beschreibung einer möglichen, typischen Vertreterin dieses Segments. „Natürlich sehen nicht alle so aus,

sie ist sozusagen ein stellvertretendes Durchschnittsbeispiel.“

Rund ein Drittel der Halter ist diesem Segment zugehörig, es sind etwas häufiger Frauen als Männer. So beschreibt Schwamborn diese Persona beispielhaft als „Diana“, 49, Ladenbesitzerin. „Diana ist geschieden und lebt mit ihrer Terrierhündin Daisy auf dem Land, aber in der Nähe einer Kleinstadt“, heißt es zu dem fiktiven, aber statistisch relevanten Charakter. „Sie betreibt eine Modeboutique und nimmt Daisy täglich mit.“ Die Hundemama-Typen haben seltener ein hohes Einkommen, aber ihre Beziehung

Oma-Hunde“: Nur zwei von 19 Zwergpudeln aus der Stichprobe leben bei einem Halter Ü60.

Am beliebtesten bei den Rassen sind bei den Befragten eindeutig Mischlinge. Mittelgroße, kleine und große Mixe belegen die ersten drei Plätze der Top 10 vor Labrador Retriever und Golden Retriever. Jüngere Halter bis 29 Jahre besitzen heute eher Schäferhunde,



Top-10-Rassen

- 1) Mittelgroße Mixe
- 2) Kleine Mixe
- 3) Große Mixe
- 4) Labrador Retriever
- 5) Golden Retriever
- 6) Chihuahua
- 7) Deutsch. Schäferhund
- 8) Australian Shepherd
- 9) Jack Russell
- 10) Dackel

20%

geben an, dass ihnen „eine bestimmte Rasse“ wichtig ist



Foto: Die Projektmeisterei



Farbe bekennen

für Vielfalt in der Heimtierbranche

Jetzt Mitglied werden



zzf.de/mitglied-werden

zum Hund ist sehr eng und liebevoll. Der Hund wird jedoch nicht als Accessoire missbraucht, sondern darf auch Hund sein.

Bei der Hundemama wird das Tier aus dem Bauch heraus erzogen und versorgt. Einen Trainingsplan oder etwas Vergleichbares gibt es hier nicht wirklich. Das Kaufverhalten ist aufgrund



Foto: Die Projektmeister

des bei diesem Segment etwas geringeren Einkommens gedeckelt, „aber man stößt gerne im Sortiment und freut sich, wenn man dem Hund etwas Schönes kaufen kann“, beschreibt Schwamborn die Hundemama.

Sie verwöhnt ihren Hund häufiger mit Obst, Gemüse und Leckerli und würde – trotz eingeschränkter Möglichkeiten – auch noch mehr für den Hund ausgeben, wenn es nötig wäre. Schwamborn hat noch zwei weitere Personas oder Haltersegmente gefunden, von denen eines besonders affin ist, was Trends angeht. „Das ist mit Abstand das kleinste Segment“, sagt die Marktforscherin über diesen Befund ihrer umfangreichen Studie. Mehr zu allen drei Segmenten gibt es im Rudelreport, der alle Analysen im Detail enthält.

Emotionalität beim Einkauf

Trockenfutter wird mit Abstand am meisten gefüttert (86 Prozent der Hunde bekommen es) und 28 Prozent kochen auch für ihren Hund (hier wurde aber nicht gefragt, ob ausschließlich oder wie oft). Nassfutter gibt es dagegen bei 63 Prozent der Tierbesitzer, gefarf wird nur von 13 Prozent.

Erstaunlich niedrig ist auch die Zahl derjenigen, die ihrem Hund Biofutter geben: gerade einmal 12 Prozent kaufen tatsächlich entsprechend zertifizierte Produkte für ihren Liebling. Auch vegan und vegetarisch, „gefühl“ ganz klar ein Trendthema, wird nur bei 4 Prozent der befragten Hundehalter gefüttert. Öfter gibt es da schon Spezialfutter wie getreidefreie Produkte.

Bei der Emotionalität in Sachen Einkauf gibt es offenbar noch Nachholbedarf: Angeblich sind 57 Prozent der Halter froh, wenn es beim Kauf schnell geht. Hier kann der Handel anscheinend noch die ein oder andere Schraube bei der Customer Experience drehen. Gleichwohl gibt aber immerhin auch die Hälfte an, Freude beim Durchstöbern der Produkte zu empfinden. Insgesamt geben Hundehalter hierzulande laut der Umfrage im Durchschnitt 189 Euro monatlich für ihren Hund aus, 72 Euro davon für Futter.

Welche Rassen am teuersten sind, woran Halter am ehesten sparen würden, Training, Hundeschule, Dienstleistungen, Urlaub mit Hund, Krankenversicherung, Einkaufsstätten, Hundsport, Ernährung und Zahnpflege, Tier-

arztkosten, Hundefriseur, Produktqualität, Nachhaltigkeit, das sind nur einige der behandelten Stichpunkte in der 111 Seiten starken Studie. Was Kauffreiber sind und welche Produkt-Benefits wichtig sind, steht ebenfalls im umfassenden Rudelreport.

Innovation Gap

Bei der Digitalisierung der Hundehalter gibt es noch eine Innovation Gap. Die Befragten nutzen alle schon sehr häufig smarte Devices und Apps wie Watches, Alexa oder KI-Apps für sich selbst. Für den Hund nutzen aber nur weniger als 10 Prozent der Befragten digitale und smarte Produkte. Etwas verbreiteter als GPS-Tracker und Trainings- oder Gesundheits-Apps sind noch Überwachungskameras. „Aber über die Hälfte der Befragten weiß überhaupt nicht, dass es smarte Apps und Devices für die Hundehaltung gibt“, stellt Schwamborn erstaunt fest.

Wer jetzt gern mehr erfahren will, kann sich auf der *pet*-Webseite genauer über den Rudelreport informieren und das Werk bestellen. Für Ende Mai ist außerdem eine weitere repräsentative Befragung geplant und interessierte Unternehmen können sich melden, um eigene Fragen für den Fragebogen zu buchen. Die „Plätze“ sind aber begrenzt, damit die Befragung nicht zu umfangreich wird. Zur Buchung von exklusiven Fragen erteilt Schwamborn gerne Auskunft. ■

www.petonline.de/rudelreport



Mehr Infos und Bestellung unter
www.petonline.de/rudelreport