

THEMENKOMPLEXE

1

Halter, Hund & Haltung

Soziodemografie der HalterInnen, Merkmale des Hundes, Fakten zur Haltung

- Alter, Geschlecht, Bundesland, Haushaltsmitglieder und –einkommen, sonstige Haustiere, Erfahrung mit Hunden, u.a.
- Hund: Rasse, Alter, Herkunft, Geschlecht, Kastrationsstatus.
- Persönlichkeit und Verhalten des Hundes, problematisches Verhalten.
- Alltag und Haltung: Ernährung, Pflege, Zeitinvestment, Erziehung und Training.

2

Produkte & Dienstleistungen

Fakten zu Ausgaben, Produktnutzung, Einkaufsstätten, Bedeutung von Trends

- Besitz/Nutzung v.a. neuerer Produktkategorien wie digitale Produkte, Tracker, Kameras, smart / AI-Apps & Devices.
- Rationale Kauftreiber.
- Nutzung von Hundetrainingsangeboten, Services wie Groomer sowie Versicherungen.
- Ausgaben für die Hundehaltung (getrennt nach verschiedenen Posten).
- Wahrnehmung der Höhe der Kosten.
- Nutzung verschiedener Einkaufsstätten (abgefragt in Kategorien wie ‚Onlinehandel‘, ‚stationärer Handel‘, etc.).

3

Motive & Emotionen

Lust und Leid in der Hundehaltung und Emotionen bezogen auf Produkte

- Motive und Einstellungen rund um den Hund (Stellenwert und Rolle des Tieres, Anforderungen an das Tier etc.).
- Wahrgenommene Belastungen im Rahmen der Hundehaltung.
- Emotionen, die durch den Kauf eines Hundeprodukts ausgelöst werden (=emotionaler Nutzen von Produkten bzw. des Käuferlebnisses).

4

Psychografie des Halters

Persönlichkeit und Motive des Halters: Wie ticken die Halter?

- Stellenwert/Rolle des Hundes
- Persönlichkeitseigenschaften
- Nutzung von Smart Devices & Apps (unabhängig von der Hundehaltung)
- Nutzung von Informationsquellen und Sozialen Medien zu Hundethemen.

Aus ausgewählten Variablen wurden mittels einer Clusteranalyse Segmente identifiziert und beispielhafte Personas entwickelt.