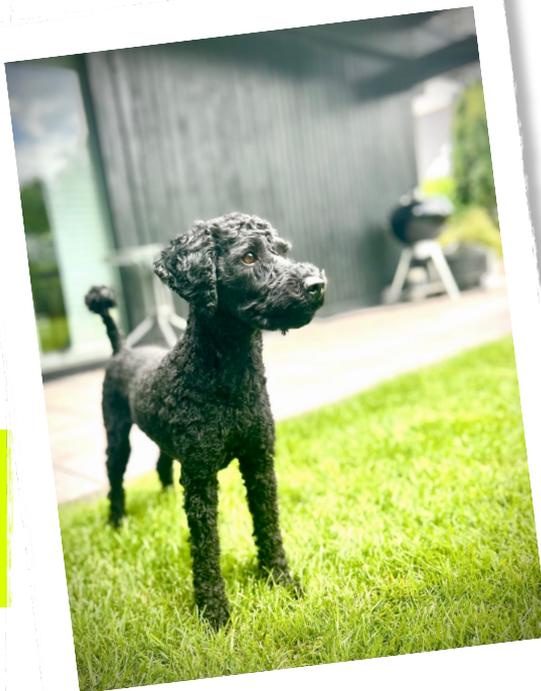


ERGEBNISSE UND ANALYSEN
RUDELREPORT
2025 / 1

Faktische, ökonomische und
psychologische Insights in die
Hundehaltung in Deutschland
Inkl. Haltertypologie





SNEAK PREVIEW...

Gewinnen Sie hier einen ersten Eindruck von dem, was Sie erwartet.

(Natürlich sind es nur einige beispielhafte Folien, die nur zu Demonstrationszwecken dienen. Die Texte sind fiktiv bzw. teilweise Blindtexte).

AGENDA

1

Hintergrund
& Themen

2

Testdesign &
Stichprobe

3

Ergebnisse

- Thema 1
- Thema 2
- Thema 3
- Thema 4
- Thema 5

4

Fazit



HINTERGRUND: WAS WIR BEREITS WISSEN – UND WAS NICHT

ZAHLEN UND FAKTEN

Hunde sind einfach ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft: Seit Corona ist die Anzahl der Hunde weiter gestiegen und lag 2023 bei rund 10,5 Mio².

Bedingt durch den sich verändernden emotionalen Stellenwert des Hundes als Sozialpartner, steigt auch die Bereitschaft der HalterInnen, Geld für Leib und Seele ihres vierbeinigen Freundes auszugeben. Der gesamtwirtschaftliche Stellenwert erstreckte sich bereits 2019 von jährlichen Umsätzen im Rahmen der Hundehaltung i.H. von ca. 5,6 Mrd. Euro über die damit verbundenen ca. 210.000 Vollzeitarbeitsplätze¹. Eine andere Quelle von 2024 beziffert den Gesamtumsatz der Heimtierbranche auf 7,1 Mrd. Euro und nennt für den stationären Fach- und Lebensmitteleinzelhandel ein Umsatzplus von 9,5 Prozent – trotz der aktuell eher angespannten wirtschaftlichen Situation³.

TRENDS DER BRANCHE

Ein Artikel aus dem Jahr 2024³ nennt als wichtigste Trends und Themen die Nachhaltigkeit von Produkten, eine zunehmende Popularität von Nahrungsergänzungsmitteln, innovative Produktkategorien und den Pternity Leave – eine Art Elternzeit für Hundehalter.

Quellen:

- 1 Ohr, Renate: Heimtierstudie 2019, Cöttingen. Online unter: <https://www.unigoettingen.de/de/document/download/52bbce3b8ebcfef2faa77d50d72a0b21.pdf/Heimtierstudie%202019%20final%20korr.pdf>
- 2 <https://www.ivh-online.de/der-verband/daten-fakten/anzahl-der-heimtiere-in-deutschland.html>
- 3 <https://www.flamingo.be/de/news/von-nahrungsergaenzungsmitteln-bis-zur-nachhaltigkeit-die-haustiertrends-des-kommenden-jahres>
- 4 <https://www.bitom.com/de-de/news-wissen/news/detail/trends-in-der-deutschen-heimtierbedarfs-branche/>

BRINGEN WIR DAS NUN ZUSAMMEN...

Vermutlich ist es kein Zufall, dass die sogenannte Huminization des Hundes, die Vermenschlichung, und die hohe Ausgabebereitschaft mit den o.g. Trends zusammenhängen. Und sehr wahrscheinlich spielt hier der Hund als eine Art Projektionsfläche eigener Bedürfnisse eine große Rolle: Je näher der Hund dem Menschen ist, desto mehr orientiert sich das Engagement der HalterInnen an eigentlich menschlichen Bedürfnissen wie der Darstellung von materiellem Wohlstand, dem gepflegten äußeren Erscheinungsbild, der Perfektionierung des Gesundheitszustands und der mentalen Auslastung⁴ bis hin zur würdevollen Bestattung, Mens sana in corpore sano – oder geht die Reise sogar schon in Richtung Bio Hacking?

WAS DAS FÜR DIE MARKTFORSCHUNG BEDEUTET

Eine Marktforschungsstudie zum Thema Hundehaltung darf sich nicht nur mit Fakten, sondern auch mit nicht-rationalen Aspekten der Hundehaltung beschäftigen, um Kaufentscheidungen wirklich zu verstehen und sowohl die Produktentwicklung als auch die Kommunikation daran ausrichten zu können. Das wären dann z.B. Fragestellungen wie:

- Welchen Prozentsatz machen HalterInnen mit einer vermenschlichten Beziehung zu ihrem Hund überhaupt aus?
- Welche eigenen Motive und Bedürfnisse der HalterInnen wirken sich neben dem Stellenwert des Hundes auf die Hundehaltung und Kaufentscheidungen aus?
- Welche Bedeutung haben Entscheidungen im Rahmen von Kaufentscheidungen im Bereich Hundehaltung im Vergleich zu Kaufentscheidungen in anderen Bereichen?
- Auf welche Weise können Produkte und Dienstleistungen rund um den Hund diese (eigentlich menschlichen) Bedürfnisse bedienen?





TESTDESIGN UND STICHPROBE

1

TESTDESIGN

Onlineinterviews à ca. 20 Minuten mit überwiegend geschlossenen Fragen.

2

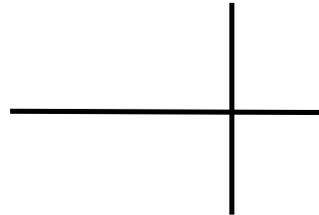
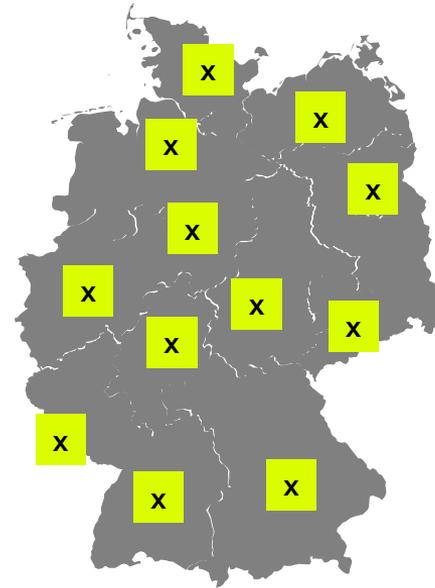
STICHPROBE

(Online-)repräsentativ für die Hundehalter in Deutschland. XX% weiblich, XX% männlich.

3

FELDZEIT

Die Befragung fand zwischen dem xx.xx.2025 und dem xx.xx.2025 statt.



Übersicht:

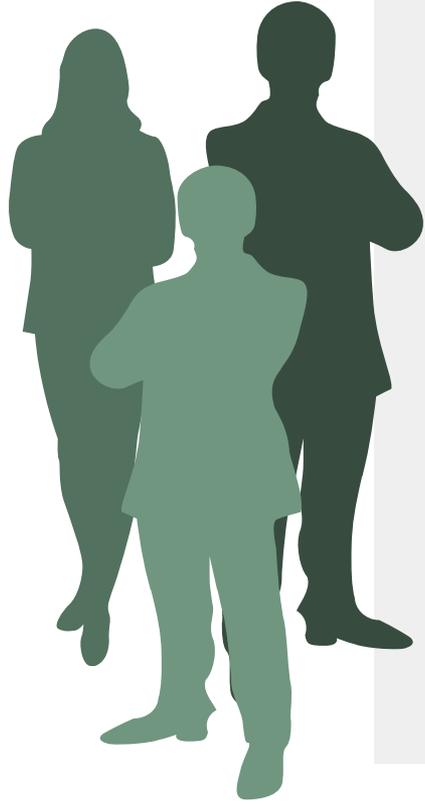
FAKTORENANALYTISCH ERMITTELTE

HALTER-TYPOLOGIE (SEGMENTIERUNG)



Es **resultierten insgesamt drei Haltertypen**, die sich in ihren soziodemografischen und psychologischen Merkmalen sowie in den Haltungsbedingungen ihrer Hunde unterscheiden.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed.



Typ 1: Der sportliche Hundennarr

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

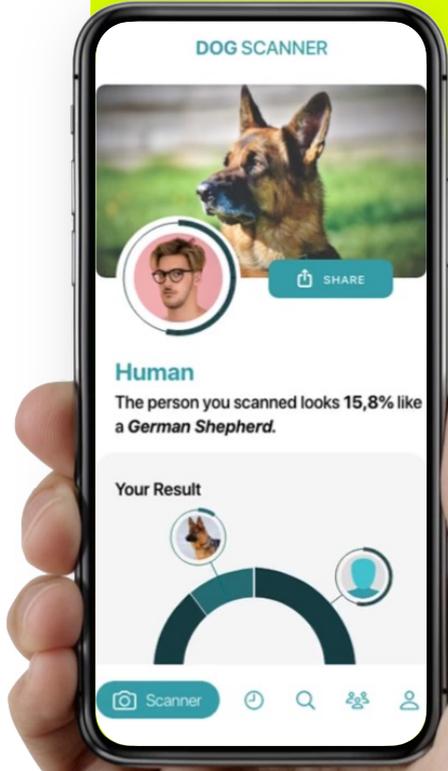
Typ 2: Die Hundemami

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

Typ 3: Der „Old-school-Halter“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

NUTZUNG DIGITALER PRODUKTE UND APPS



33% aller Befragten nutzen mindestens eine App, die im

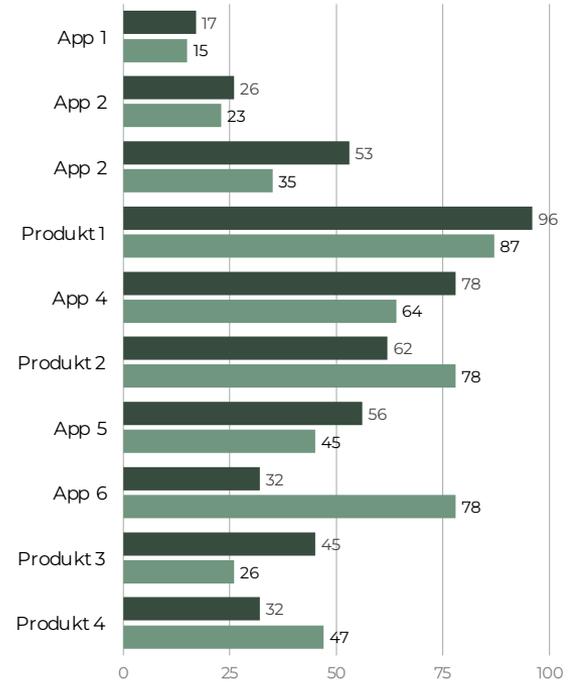
Zusammenhang mit Hundehaltung steht.

Am häufigsten wird die App des **Onlineshops von XYZ** genutzt, gefolgt vom sozialen Netzwerk XYZ für Hundehalter.

Frauen nutzen digitale Produkte etwas häufiger als Männer.

Noch selten genutzt sind Apps wie XYZ oder XYZ.

Nutzung verschiedener digitaler Produkte / Apps in %



€88,--

Mit durchschnittlich 88 Euro nehmen die Futterkosten den ersten Platz ein.

€41,--

Auf den Monat umgerechnet, sind Kosten für Tierarzt und Medizinisches der zweit teuerste Posten.

€15,--

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed.



€243
Geben deutsche Hundehalter durchschnittlich im Monat aus

€38,--

Wer eine OP-Versicherung hat (ca. XX%), gib hierfür fast so viel aus wie für den Tierarzt / Medizinisches.

€28,--

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed.

€33,--

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed.

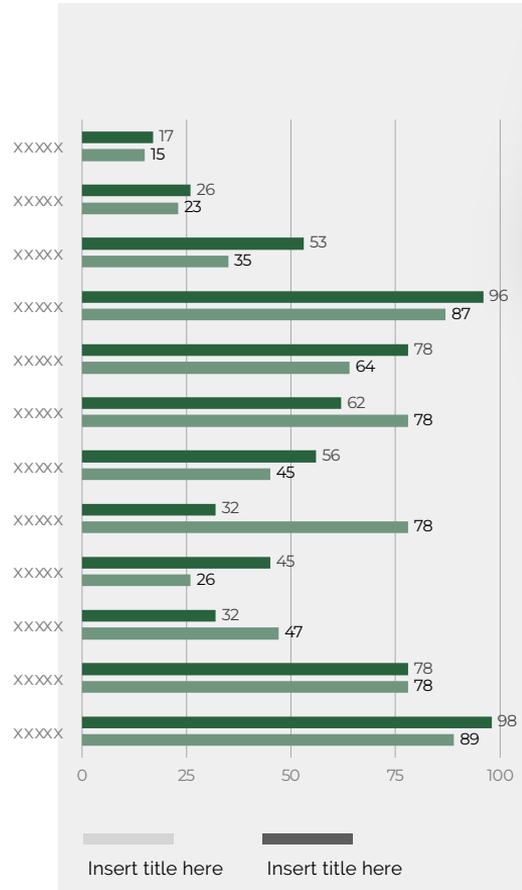
ZUSAMMEN- SETZUNG DER HALTUNGS- KOSTEN

Lorem Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit dolor sit amet, consectetur ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit dolor sit amet, consectetur ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Projekt- Ausblick
Beispiel folien
FIKTIVE INHALTE!!



KAUFTREIBER



„Nachhaltigkeit“ ist für XX% der Befragten ein wichtiger Entscheidungsfaktor.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

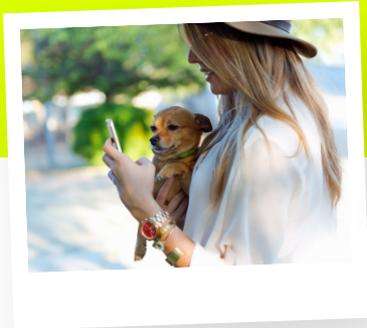
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

Unterschiede je nach Grösse ihres Hundes?

Lorem Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit amet, consectetur ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ipsum dolor sit amet, consectetur ipsum dolor sit amet.

1

Kleine Hunde



BESONDERHEITEN IN EINSTELLUNGEN UND VERHALTEN DER HALTER:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod.

2

Mittelgroße Hunde



BESONDERHEITEN IN EINSTELLUNGEN UND VERHALTEN DER HALTER:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod.

3

Große Hunde



BESONDERHEITEN IN EINSTELLUNGEN UND VERHALTEN DER HALTER:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,