

# Heimtiernahrung im Fokus der Verbraucher: Aktuelle Einsichten zu den Wünschen von Heimtierbesitzern



## Repräsentativstudie

Eine Gemeinschaftsstudie von:  
Konzept & Markt GmbH in Kooperation mit der Dähne Verlag GmbH

September 2011

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>1. Wer sind die Tiernahrungskäufer?</b>	<b>6</b>
<b>2. Wo kauft man Tiernahrung?</b>	<b>22</b>
<b>3. Kriterien für die Einkaufsstättenwahl</b>	<b>47</b>
<b>4. Zufriedenheit mit den Einkaufsstätten</b>	<b>61</b>
4.1 Sortiment	65
4.2 Preisniveau	76
4.3 Service	84
4.4 Personal	93
4.5 Einkaufsatmosphäre	102
4.6 Lage / Erreichbarkeit	111
4.7 Erfolgsindex über alle Faktoren	116
<b>5. Treiberanalyse</b>	<b>119</b>
5.1 Beitrag der Imagefaktoren zur Gesamt-Zufriedenheit	120
5.2 Treiber-Portfolios	124

# Inhaltsverzeichnis

<b>6. Aktuelles Einkaufsverhalten der Tierhalter</b>	<b>135</b>
<b>7. Kriterien für die Markenwahl</b>	<b>176</b>
<b>8. Relevanz von Promotions</b>	<b>181</b>
<b>9. Gewohnheiten beim Kaufverhalten</b>	<b>187</b>
<b>10. Relevanz von Zusatznutzen</b>	<b>206</b>
<b>11. Online-Kauf von Tiernahrung</b>	<b>218</b>
<b>Fazit</b>	<b>244</b>
<b>Untersuchungs-Steckbrief</b>	<b>250</b>

# Vorwort



# Vorwort

Der Markt für Tiernahrung war über viele Jahre hinweg wie kaum ein anderer ein verlässlicher Wachstumsmarkt. Das hat sich in den letzten Monaten deutlich verändert. Rückläufige Umsätze werfen Fragen darüber auf, welche Ursachen zu dieser Entwicklung geführt haben. Unsere aktuelle Grundlagenstudie zum Thema Tiernahrung zeigt neue Shopper Insights auf der Basis von 2.000 repräsentativen Interviews mit Heimtierbesitzern auf, welche die relevanten Entscheidungs- und Verhaltensdimensionen beim Kauf von Tiernahrung beschreiben und neue Wachstumsimpulse für die Kategorie generieren.

- Welche Motivatoren und Barrieren beeinflussen die Wahl der Einkaufsstätte?
- Welches Profil zeigen die Shopper?
- „Ticken“ Senioren wirklich anders?
- Was sind die Treiber der Markenwahl?
- Welche Relevanz haben „Zusatznutzen“ beim Kauf von Tiernahrung?
- Wie können Kunden besser gebunden werden?
- Funktioniert Online-Shopping im Heimtiermarkt?

Antworten auf diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt der Studie „Heimtiernahrung im Fokus der Verbraucher: Aktuelle Einsichten zu den Wünschen der Heimtierbesitzer“, die Konzept & Markt in Zusammenarbeit mit dem Dähne Verlag erstellt hat.

# Untersuchungsdesign



# Untersuchungs-Steckbrief

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Rheingaustraße 88, 65203 Wiesbaden Dähne Verlag GmbH, Am Erlengraben 8, 76256 Ettlingen
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH, Rheingaustraße 88, 65203 Wiesbaden
Grundgesamtheit:	Alle Haushalte in der Bundesrepublik Deutschland mit Haustieren
Stichprobe:	n=2.000 Befragte, national repräsentativ Für den separaten Ausweis der über 60-Jährigen wurde diese Teilstichprobe auf n=500 Fälle aufgestockt (n=2.221 Total)
Interviewpartner:	Die Person im Haushalt, die überwiegend die Einkäufe von Tierfutter erledigt.
Zeitpunkt der Feldarbeit:	Juli / August 2011
Erhebungsmethode:	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Ansprechpartner:	Michael Fuchs, 0611/690 1728, fuchs@konzept-und-markt.com Sabrina Grumm, 0611/690 1716, grumm@konzept-und-markt.com