

Pressemitteilung

Haustiere machen glücklich – vor allem Frauen: Neue Studie von Appinio untersucht den deutschen Markt und seine Potenziale

Hamburg, 13. September 2023 – Der Großteil der Deutschen besitzt ein Haustier und ist mit Haustieren aufgewachsen. Sie steigern unser Wohlbefinden, bedeuten aber auch viel Zeit, Verantwortung und Kosten. Was ist das beliebteste Haustier Deutschlands? Mit welchen Produkten werden sie verwöhnt? Und was geben sie den Menschen zurück? Die globale Marktforschungsplattform [Appinio](#) hat 1.000 Deutsche national repräsentativ (quotiert nach Alter und Geschlecht) befragt und wirft mit Michael Stolte-Dehn, Leiter Unternehmensentwicklung bei Das Futterhaus, einen Blick auf Haustiere und aktuelle Trends.

- Die Katze ist Deutschlands Haustier Nr. 1
- 94 Prozent der Haustierbesitzenden geben an, dass Haustiere ihr Wohlbefinden (deutlich) verbessern
- Online-Shopping für Haustiere: 47 Prozent kaufen Tierprodukte online

„Der Produktmarkt für Haustiere boomt. Haustiere sind heute Familienmitglieder. Aus dem Kundenwunsch, sein Tier bestmöglich zu umsorgen, ergibt sich eine wachsende Produktvielfalt – sowohl bei Zubehör als auch bei Tiernahrung. Gerade umweltfreundliche und nachhaltige Produkte werden angesichts der globalen Herausforderungen wie Klimawandel und Ressourcenknappheit ein immer wichtigeres Thema für Tierhalter und Tierhalterinnen“, sagt **Michael Stolte-Dehn, Leiter Unternehmensentwicklung bei Das Futterhaus.**

Status Quo: “nur” Tier oder schon Familienmitglied?

70 Prozent der Deutschen besitzen ein Haustier, noch mehr Personen sind mit einem Haustier aufgewachsen (83 Prozent). Dabei besitzen die meisten Deutschen Katzen (64 Prozent), Hunde (59 Prozent) oder Fische (23 Prozent). Für den Großteil der Deutschen ist das Haustier mehr als nur ein Tier – nämlich “auf jeden Fall” ein Familienmitglied (77 Prozent). Und wie kommen sie in die Familie? Knapp die Hälfte der Deutschen kauft die Haustiere vom Züchter (46 Prozent), 35 Prozent haben das Tier adoptiert und 23 Prozent geschenkt bekommen. Die größten Herausforderungen sehen die Befragten in den Kosten (43 Prozent), der Reiseflexibilität (41 Prozent) und dem Zeitaufwand (40 Prozent).

Haustiere steigern das Wohlbefinden

Einmal Haustier – immer Haustier? **77 Prozent der Menschen, die mit Haustieren aufgewachsen sind, möchten dies auch für die eigenen (zukünftigen) Kinder.** Die wichtigsten Gründe: Kinder sollen lernen, Verantwortung zu übernehmen (78 Prozent), soziale Fähigkeiten sollen gefördert werden (64 Prozent) und eine starke Verbindung zur Natur soll aufgebaut werden (59 Prozent).

Dabei haben Haustiere in jedem Alter einen positiven Effekt, denn Haustiere machen glücklich – vor allem Frauen. 94 Prozent der Haustierbesitzenden geben an, dass Haustiere ihr Wohlbefinden (deutlich) verbessern. **64 Prozent der Frauen geben sogar an, dass sich ihr Glückseligkeit durch das Haustier deutlich verbessert hat (vs. 45 Prozent der Männer).** Nur 3 Prozent der befragten Haustierbesitzenden sind der Meinung, dass sich ihr Wohlbefinden durch Haustiere (deutlich) verschlechtert hat.

Tierprodukte und Futter

Regencape, Kletterwand oder Schmuck – der Produktmarkt für Haustiere wächst! Womit verwöhnen die Deutschen ihre Gefährten am liebsten? Und wo kaufen sie den Tierbedarf am liebsten ein? 90 Prozent der Befragten geben an, Spielzeuge für ihr Haustier zu kaufen, 48 Prozent kaufen spezielle Leckerbissen und 32 Prozent hochwertige Halsbänder oder Geschirre. Dabei greifen Männer eher zu Halsbändern oder Leinen (35 Prozent vs. 29 Prozent der Frauen) und Frauen eher zu besonderen Leckerbissen (51 Prozent vs. 44 Prozent der Männer). **Die Produkte werden zumeist im lokalen Zoohandel (69 Prozent), im Supermarkt (50 Prozent) oder Online (47 Prozent) gekauft.**

Ein Drittel der Haustierbesitzenden füttert Spezialfutter als Hauptnahrung. Weitere 52 Prozent geben es ihren Haustieren gelegentlich als Leckerbissen oder Ergänzung. 45 Prozent entscheiden sich dabei für biologisches oder natürliches Tierfutter (45 Prozent), gefolgt von getreidefreiem Futter (41 Prozent) und selbstgemachtem Futter (38 Prozent). Marken die im Gedächtnis bleiben: Royal Canin (15 Prozent), Rinti (9 Prozent) und Whiskas (7 Prozent).

Vegane Tiernahrung, Tierpsychologie und biologische Pflegeprodukte: Die Studie von Appinio wirft **mit Michael Stolte-Dehn, Leiter Unternehmensentwicklung bei Das Futterhaus**, einen Blick auf aktuelle Haustier-Hypes.

Hier geht es zum vollständigen [Hype Train #9](#)
Zu den Studienergebnissen im Appinio Dashboard geht es [hier](#).

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130