

Pressekontakt:

Dr. Jessica Schwamborn
Am Rudolfshof 12
91207 Lauf a.d. Pegnitz

+49-(0)9123 – 809 702 8

+(0)-171 – 69 72 855

presse@die-projektmeisterei.de

PRESEMITTEILUNG

Lauf a.d. Pegnitz, 17.03.2025

„Bio“ und „Nachhaltigkeit“ in der Hundehaltung: Weniger relevant als häufig kolportiert.

Seit Corona hat die Beliebtheit von Mitbewohnern mit Fell, Federn und Flossen einen Boost erfahren. Das motiviert natürlich Unternehmen der Heimtierbranche, die Halterinnen und Halter der Heimtiere mit neuen Produkten zu begeistern oder bestehende Produktkategorien an den Zeitgeist anzupassen.

Ein zunehmender Trend scheint die Nachhaltigkeit zu sein, und häufig liest man von Umfragen, in denen „zwei Drittel der Befragten Nachhaltigkeit bei Heimtierprodukten wichtig finden“. Und angeblich bekommt fast ein Viertel der Hunde in Deutschland Bio-Futter.

Ist das wirklich so? Das Marktforschungsunternehmen „Die Projektmeisterei“ hatte große Zweifel und hat Anfang des Jahres in einer umfangreichen repräsentativen Onlinebefragung 1.117 Hundehalterinnen und -halter in Kooperation mit pet (Dähne Verlag) befragt. Die Projektverantwortliche, Dr. Jessica Schwamborn, hat als Diplom-Psychologin darauf geachtet, die Fragen nicht-suggestiv zu formulieren, um der Wahrheit auf die Spur zu kommen. Es wurde bewusst darauf verzichtet, nach Einstellungen zu fragen, also z.B. „wie wichtig finden Sie Nachhaltigkeit?“, weil das nicht unbedingt zu einem bestimmten Kaufverhalten führen muss. Stattdessen wurde einfach direkt gefragt, wie viele nachhaltige Produkte insgesamt in den letzten zwölf Monaten für den Hund gekauft wurden. Denn das misst tatsächliches Verhalten und nicht nur eine Einstellung.

Außerdem wurde gefragt, wer seinem Hund bio-zertifiziertes Futter oder Leckerli gibt.

Die Ergebnisse waren für Dr. Schwamborn nicht überraschend: Nur 16% der Hundehalterinnen und -halter hat mehr als zwei nachhaltige Produkte in den letzten zwölf Monaten gekauft, und nur 12% füttern Bio-produkte. Das ist ein wesentlich geringerer Anteil als in ähnlichen Studien.

Es wurde außerdem analysiert, wer denn die recht wenigen Käuferinnen und Käufer nachhaltiger Produkte sind: Das Ergebnismuster lässt darauf schließen, dass sie generell sehr viel für den Hund ausgeben und kaufen; ihre Hunde haben z.B. mehr Halsbänder und Geschirre, die Ausgaben für unterschiedliche Dienstleistungen sind deutlich höher usw. Das klingt eher nicht nach einer generellen nachhaltigen Einstellung, sondern nach einem gewissen Konsumverhalten, das eben auch nachhaltige Produkte mit einschließt.

Insgesamt lieferte diese Studie noch viele weitere teils überraschende Erkenntnisse rund um Hund, Halter und Kaufverhalten. So konnten beispielsweise Emotionen beim Kauf von Hundeprodukten ermittelt sowie Mythen über Hunde auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden.

Weitere Infos und Ergebnisse gibt es hier: www.rudelreport.de.

