



**Trend Evaluation** – Shopper Insights Tiernahrung  
**Multichannel / Online Vertrieb - STUDIENINHALTE**

# Studienaufbau

---

**Trend Evaluation** Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens bei Tiernahrung (offline versus online)

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.504 Interviews
- Screening:
  - 601 Katzenbesitzer, die Katzenfutter online und offline kaufen
  - 600 Hundebesitzer, die Hundefutter online und offline kaufen
  - 303 Besitzer von Nagern/Vögeln, die Kleintierfutter online und offline kaufen
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

- **Erhebungszeitraum**

- 21.02.2015 (Feldstart) bis 02.03.2015 (Feldende)

# Kerninhalte

**Trend Evaluation** Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung

- **Warum wird online oder offline gekauft?**
- **Was wird online bzw. offline gekauft?**
- **Welche Futterarten werden bevorzugt online gekauft?**
- **Wie viel wird online ausgegeben? Durchschnittsausgaben im Online-Shop versus stationär**
- **Bedarfsdeckung über online versus stationär**
- **Wo wird gekauft?**
- **Wie werden Käufer aufmerksam?**
- **Was ist beim Online-Kauf wichtig?**
- **Einkaufsverhalten in Online-Shops versus stationäre Einkaufsstätten**
- **In welchen Online-Shops wird eingekauft?**
- **Wünsche und Erwartungen der Online-Käufer**
- **NEU: Kauf von Bedarfsartikeln und Zubehör online versus stationär**

20 Seiten fundierte Kernaussagen sowie  
7 Seiten aussagekräftige Insights  
+ 200 Seiten klar kommentierte Charts

**Separat für: Katzenbesitzer, Hundebesitzer, Kleintierbesitzer**

# Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung



Katzenbesitzer



Hundebesitzer



Kleintierbesitzer (Nager/Vögel)

Einige ausgewählte Beispiele

# 65 % haben ein Stammgeschäft auch im Web



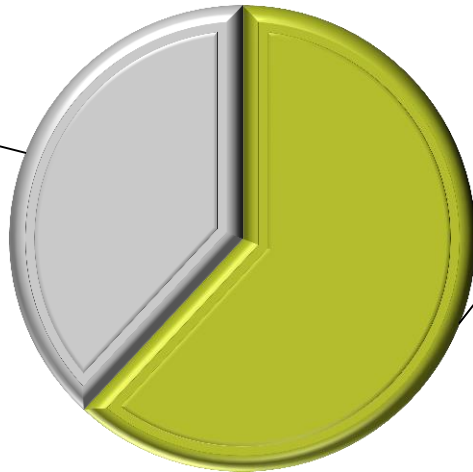
Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung

Wenn Sie Katzenfutter im Internet kaufen, haben Sie einen Stamm-Online-Shop, d. h. einen Online-Shop, den Sie regelmäßig besuchen? n=601 (2012: 604)

2012

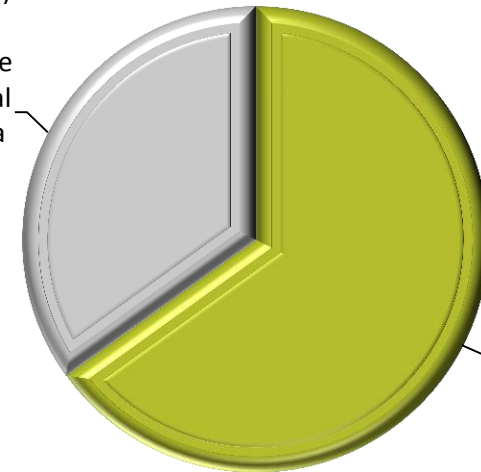
2015

Nein, ich habe keinen (Stamm-) Online-Shop, sondern wechsele und bestelle mal hier und mal da  
38,1%



Ja, ich habe einen (Stamm-) Online-Shop, den ich regelmäßig besuche und häufig bestelle  
61,9%

Nein, ich habe keinen (Stamm-) Online-Shop, sondern wechsele und bestelle mal hier und mal da  
34,9%



Ja, ich habe einen (Stamm-) Online-Shop, den ich regelmäßig besuche und häufig bestelle  
65,1%

## Kommentar

- Nur 35 % sind Wechselkäufer. Im Vergleich zu 2012 nimmt damit der Anteil der Stammkäufer tendenziell zu, es wird weniger zwischen verschiedenen Online-Shops gewechselt

# ... halter geben am wenigsten im Online-Shop aus



**Trend Evaluation** Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung

Bitte schätzen Sie einmal: **Wie viel geben Sie ungefähr für**

**Katzenfutter pro Katze im Monat aus?**  
n=601



**2015**                      **2012**

Im Online-Shop

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

Im stationären Handel

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

**Hundefutter pro Hund im Monat aus?**  
n=600



**2015**                      **2012**

Im Online-Shop

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

Im stationären Handel

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

**Kleintierfutter im Monat aus?**  
n=303



**2015**                      **2012**

Im Online-Shop

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

Im stationären Handel

Ø xx,yy Euro                      xx,yy Euro

## Kommentar

- ...- und ... halter geben mehr im stationären Handel für ihre Tiere aus als im Online-Shop
- Multichannel-Shopper unter den ... haltern geben in 2015 erstmals mehr online als stationär aus

# ... ist bei Hunde- und Katzenhaltern das am häufigsten bestellte Produkt in Online-Shops

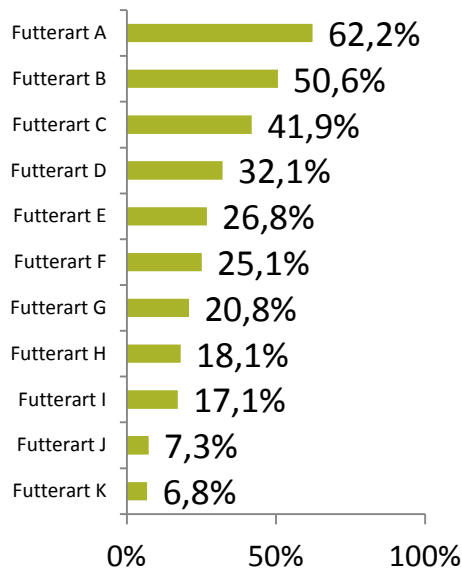


Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung



Wenn Sie Katzenfutter kaufen, wo kaufen Sie reguläres Futter bzw. Spezialfutter? n=601

Im Online-Shop

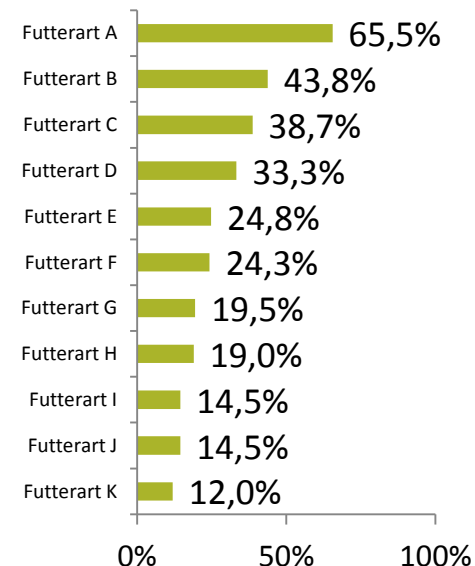


■ in % der Befragten



Wenn Sie Hundefutter kaufen, wo kaufen Sie reguläres Futter bzw. Spezialfutter? n=600

Im Online-Shop



■ in % der Befragten

# Trend Evaluation liefert klare Insights und erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Tiernahrung



- Die Ergebnisse der der Shopper Insights Studie „Multichannel Vertrieb Tiernahrung “ können Sie bestellen:
  - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:  
**4.300,- Euro (netto zzgl. MwSt.)**
- Das Honorar für die Shopper Insights Studie „ Multichannel Vertrieb Tiernahrung 2015“ inklusive der Vergleichsdaten zur Shopper Insights Studie 2012 ist:  
**5.600,- Euro (netto zzgl. MwSt.)**
- Die Ergebnisse der Studie liegen vor und können innerhalb von drei Arbeitstagen nach Auftragserteilung geliefert werden
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in ppt-Format und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: [www.mafowerk.de/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)



# Kontakt

---

Bei weiteren Fragen zur Studie wenden Sie sich bitte jederzeit an uns, per email oder telefonisch:

## Adresse

### **mafowerk GmbH**

Gustav-Weißkopf-Str. 12

90768 Fürth

[www.mafowerk.de](http://www.mafowerk.de)

## Ansprechpartner

### **Heiko Leipold**

Tel.: 0911-2001-842

Mobil: 0151-1481-7046

Email: [leipold@mafowerk.de](mailto:leipold@mafowerk.de)

## Ansprechpartner

### **Peter Mahn**

Tel.: 0911-2001-841

Mobil: 0151-1481-7045

Email: [mahn@mafowerk.de](mailto:mahn@mafowerk.de)

**mafowerk**

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.