



**Trend Evaluation** **Shopper Insights** **Petfood**

**Tierfütterung Hunde und Katzen 2024**

Kaufverhalten • Trends und Potenziale • Wünsche und Erwartungen

# Inhalte **Trend Evaluation** – Shopper Insights Tierfütterung Hunde und Katzen 2024

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Studieninhalte und Studiendesign

3

Honorar

4

Kontakt

# TIERNÄHRUNG IST EIN WACHSTUMSMARKT IM UMBRUCH

mafowerk untersucht das Einkaufs- und Fütterungsverhalten der Deutschen bei Tiernahrung

*Im Anschluss an den Nachfrageboom durch Corona entwickelt sich die deutsche Heimtierbranche trotz der allgemein angespannten Wirtschaftslage weiter positiv: im Bereich Heimtierfutter stiegen die Umsätze 2023 in fast allen Segmenten.\**

*Vor diesem Hintergrund gibt es aber Entwicklungen, die den Markt wesentlich beeinflussen werden: die Lieferstopps der jüngeren Vergangenheit verändern die Regalsituation und erste Händler wagen sich in die eigene Produktion von Tiernahrung. Daneben gewinnen Online-Umsätze weiter an Bedeutung inklusive neuer Bereiche wie Tierärzte-Beratung über Videochat und Online-Apotheken, die rezeptfreie Tierarzneimittel anbieten.*

*Petfood – ein Markt im ständigen Umbruch.*

Wie sind die aktuellen Verbrauchergewohnheiten beim Kauf und bei der Fütterung von Tiernahrung?

Wie kommen die Produkte in das "relevant set" des Shoppers?

Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?

Wie wird das Tiernahrungsangebot der einzelnen Handelsaccounts beurteilt?

Die mafowerk Trend Evaluation „Shopper Insights Tierfütterung Hunde und Katzen 2024“ zeigt den Einfluss und die Wirkung der Faktoren „Produkt, Konsument und POS“ und untersucht die Entwicklungspotenziale.

Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in diesen Warengruppen.

Wissen, das nützt – für Ihre Entscheidungen.

Nürnberg/Fürth, im August 2024

# Trend Evaluation bewertet die Potenziale und identifiziert die Zielgruppen bei der Tierfütterung

1

Kernfragen



1

- Was wird gekauft/gefüttert, wie oft und in welcher Kombination?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Sorte, Verpackungsart, Tierwohl, Preis, etc.)? Wie ist der Entscheidungsbaum?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft für welche Konzepte, Flavours und Verpackungskonzepte?
- Welche Wünsche sind bis jetzt unberücksichtigt?

3

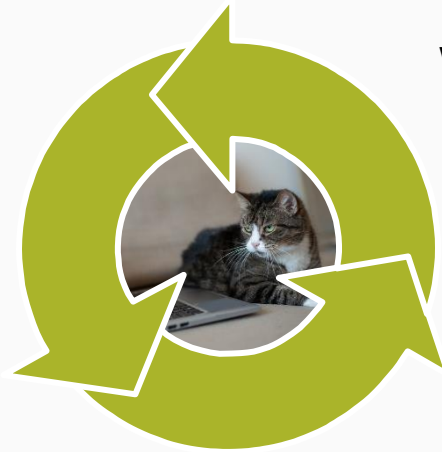
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Käufer einordnen?
- Welche Marken sind bekannt und welche werden gekauft?

# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung bei der Tierfütterung

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produktpolitik

# Trend Evaluation erfasst alle wichtigen Aspekte der Tierfütterung

1

## Kernfragen



POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

- Was wird gekauft/gefüttert, wie oft und in welcher Kombination (Nassfütterung, Trockenfütterung, Snacks, Ergänzungsmittel, Bedarfsartikel und Zubehör)
- Wie viel wird ausgegeben? Ausgabenverteilung nach Futterarten bzw. Bereichen
- Wird verstärkt in Aktion gekauft? Welche (Preis-) Promotionarten werden nachgefragt (BOGOF, Multibuy, Overfill, etc.)? Wie stark werden Couponing-/Gutschein-Portale genutzt?
- Werden Marken oder Handelsmarken bevorzugt gekauft/gefüttert (derzeitig und zukünftig)? Wird Sorte oder Marke bevorzugt?
- Was passiert, wenn die gewünschte Marke nicht vorhanden ist? Wird dauerhaft die Marke oder die Einkaufsstätte gewechselt?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Sorte, Packungsgröße, Verpackung, Tierwohl, Nachhaltigkeit, Preis, etc.)? Was ist der entscheidende Kaufgrund?
- Was sind die Produktattribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers (regulär vs. Life-Stages vs. Premium/Super-Premium)?
- Was sind die bevorzugten Einkaufsstätten (LEH, Fachhandel, online)? Wie viele Einkaufsstätten werden besucht bzw. genutzt?
- Wer kauft online und wer kauft stationär? Was wird online bzw. offline gekauft? Wie viel wird online im Vergleich zu stationär ausgegeben? Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren für online in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Welche Informationsquellen werden zum Thema Tiernahrung genutzt (offline/digital)?
- Welche Marken sind bekannt, welche werden gekauft? Wie viele unterschiedliche Marken werden gekauft?
- Wonach bzw. wie sollte Tiernahrung im Einkaufsregal am POS aus der Sicht der Käufer sortiert werden?
- Welche Promotions zu Tiernahrung sind dem Verbraucher besonders aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?
- **Special: Wie wird das Tiernahrungsangebot der einzelnen Handelsaccounts beurteilt?**

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Tierhalter

2

Studieninhalte und Studiendesign

**Gegenstand**

Erkenntnisse zum Einkaufs- und Fütterungsverhalten bei Tiernahrung.  
Kaufverhalten, Potenziale, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 2.000 deutschen Verbrauchern, davon 1.000 Katzen- und 1.000 Hunde-Tierhalter

**Ergebnisse**

Auswertung für Deutschland gesamt sowie unter anderem nach:  
Altersklassen | Geschlecht | Haushalts-Nettoeinkommen | Generationen

**Bericht**

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

2

Studieninhalte und Studiendesign



**Ausweis von folgenden Soziodemografien:**

**Geschlecht:**

männlich, weiblich

**Alter:**

Jahre 18-24 / 25-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60 - 69

**Generationenzugehörigkeit:**

Baby Boomers / Generation X / Generation Y / Generation Z

**Netto-Einkommen pro Monat:**

bis 1.000 Euro / 1.000-1.999 Euro / 2.000-2.999 Euro / 3.000-3.999 Euro / 4.000 Euro und mehr

**Gebiete:**

Nord-West / Nord-Ost / Thüringen-Sachsen / Mitte / NRW / Bayern-Baden Württemberg

**Haushaltsgrösse:**

1-Personen Haushalte / 2-Personen Haushalte / 3-Personen Haushalte / 4-Personen Haushalte und mehr

**Kinder:**

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder



# Trend Evaluation liefert Insights, verbessert die Interaktion mit dem Konsumenten und unterstützt den Verkauf

3

Honorar



Die Ergebnisse der Trend Evaluation Shopper Insights „Tierfütterung Hunde und Katzen 2024“ können Sie bestellen:

per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Shopper Insights ist:

4.500,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen Ende September 2024 vor
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse - getrennt nach Hund und Katze - in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation optional (gegen Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: [www.mafowerk.de/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.08.2024

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.  
Sie können uns jederzeit erreichen - per email oder telefonisch



## Kontaktieren Sie uns

Tel: +49 (0) 911 20 01 840

E-Mail: [info@mafowerk.de](mailto:info@mafowerk.de)

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

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

[info@mafowerk.de](mailto:info@mafowerk.de)

tel 0911 2001 840

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

D - 90768 Fürth

