

Große MERA-Studie zu Hund-Mensch-Beziehungen und Fütterungsverhalten der Deutschen

MERA Tiernahrung GmbH hat eine umfangreiche Studie¹ mit fast 4000 Hundebesitzer*innen durchgeführt und spannende Insights herausgefunden, welche Rolle der Vierbeiner innerhalb der Familie spielt, was den Deutschen beim Thema Hundefutter, Snacks etc. wichtig ist und wo sich Hundebesitzer Informationen holen, wenn es um ihren geliebten Vierbeiner geht. Bedeutende Themen für Hundehalter*innen 2021/22 sind: „Nachhaltigkeit, Qualität des Futters und die Rolle des Vierbeiners innerhalb der Familie“.

Kevelaer, Mai 2022 - Über 3840 Personen im Durchschnittalter von rund 44 Jahren, wurden von MERA in einer groß angelegten Haustier-Studie zu verschiedensten Themen befragt, die Hundehalter*innen beschäftigen. Die Ergebnisse sind beeindruckend und zeigen, welche elementare Bedeutung die Vierbeiner für die Deutschen haben, wieviel Geld sie bereit sind, auszugeben und wie Ernährungs- und Gesellschaftstrends auf Menschen mit Hunden Einfluss nehmen.

Die Rolle des Hundes in der Familie und die Beziehung zum Menschen

Der Hund als Kind(-ersatz) und als Freund, der Probleme besser versteht als mancher Mensch

Dass Vielen der Hund ihr ein und alles ist, wissen wir wohl – Aber welche Rolle nimmt der Vierbeiner genau innerhalb der Familie ein und welche Gefühle verbinden die Deutschen mit ihrem Hund? Das hat MERA in der groß angelegten Studie erfragt und die Ergebnisse sind interessant:



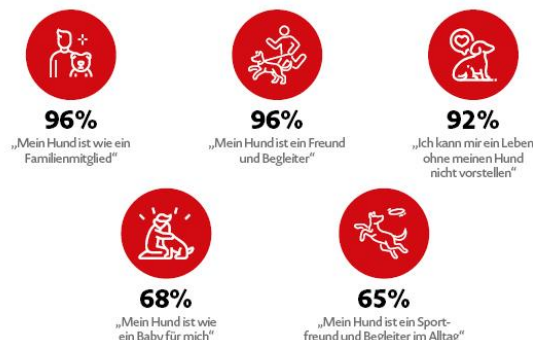
96% der Befragten sagen: „Mein Hund ist wie ein Familienmitglied“ und „Mein Hund ist ein Freund / Begleiter“. Immerhin 68% der Deutschen gehen noch einen Schritt weiter und behaupten: „Mein Hund ist wie ein Baby für mich“. Eine große Mehrheit (92%) gibt auch an „ich kann mir ein Leben ohne meinen Hund nicht vorstellen“ und stimmt zu, dass sie es lieben, mit ihrem Hund zu kuscheln.

¹ MERA Studie mit 3840 Hundebesitzer*innen, DE, in Zusammenarbeit mit Strategir und Séissmo

PRESSEMITTEILUNG

Für 65% ist der Hund ein Sportfreund und Begleiter für den Sport. Immerhin 26% sehen das Ganze pragmatischer und empfinden den Hund als „nützlichen Partner für die Arbeit.“ Bei rund 63% der Befragten spielt der Hund als Beschützer des Hauses eine große Rolle. Auch als Tröster und Freund haben Hunde eine überproportional wichtige Funktion: 77% sagen, „mein Hund versteht mich besser als alle Menschen“ und rund 91% sagen „wenn mein Hund mich anschaut, vergesse ich alle Probleme“.

Welche Rolle spielt der Hund für ihre Besitzerin / ihren Besitzer?



Jeder Fünfte hat den Hund auf Drängen der Kinder angeschafft – Die Inanspruchnahme von Services für den Hund ungebrochen hoch

MERA wollte in seiner Studie zudem von den Hundebesitzern wissen, wie aktiv sie mit ihren Hunden sind und wie sie innerhalb der Familie ihre Kinder bei der Hundepflege und Fütterung integrieren:

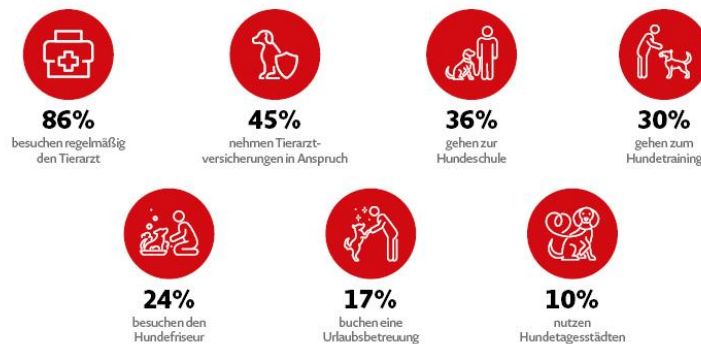
Die Mehrheit der Befragten (70%) ist normal aktiv mit den Hunden, macht ab und zu lange Spaziergänge und legt gelegentliche Trainingseinheiten ein. 15 % der Befragten sind sehr aktiv, hier handelt es sich dann aber oftmals um Hüte-, Sport- oder Polizeihunde und es werden lange Trainingseinheiten umgesetzt. Nur 15% sagen von sich selbst, dass sie eher weniger aktiv sind und nur kurze Spaziergänge und keine Trainings unternehmen.

Interessant auch die Ergebnisse, wenn man fragt, wie es um das Verhältnis des Hundes zu den Kindern steht, bzw. wie Kinder bei der Hundehaltung integriert werden: Fast jeder Fünfte Befragte sagt, dass er sich den Hund auf Wunsch der Kinder zugelegt hat. Im Gegenzug werden die Kinder aber auch bei der Hundehaltung mit einbezogen: 19% lassen Kinder mit dem Hund Gassi gehen und bei rund 11 % bereiten die Kinder das Futter zu. Jeder Vierte lässt die Kinder auch regelmäßig Leckerlis geben.

PRESSEMITTEILUNG

Ebenfalls wurde in der großen MERA-Studie gefragt, welche Services Deutsche für ihren Hund in Anspruch nehmen:

Welche Services nehmen Deutsche für ihren Hund in Anspruch?



MERA[®]
The Petfood Family

MERA-Studie DE, 2021 mit 3840 Hundebesitzern

Welche Rolle spielt die Ernährung des Hundes? Was ist den Deutschen wichtig?

Nachhaltigkeit bei Verpackung und Zutaten mit steigender Relevanz, „Bio“ und vegetarische Produkte wichtig, aber nur für eine Minderheit

MERA wollte in seiner Studie wissen, wonach die Deutschen schauen, wenn sie sich für ein Futter für ihren Liebling entscheiden. Was ist ihnen wichtig, wenn es um Zutaten, Verpackung und Zusammensetzung geht?

77% der Befragten sind sich einig: „Nichts ist gut genug für meinen Hund, ich möchte nur das Beste für ihn“. 63% sagen, sie folgen bei der Ernährung ihres Hundes ähnlichen Ernährungsprinzipien für ihren Hund wie für ihre Familie. Immerhin 37% sagen, dass ihr Hund auch vegetarisch leben könnte, 63% möchten ihrem Hund weiterhin Fleisch füttern.

Bei der Auswahl des Futters zeigt sich, welche Merkmale Kund*innen bei Hundefutter überzeugen: 92% ist die Qualität des Futters extrem wichtig, 78% schauen auf die genaue Zusammensetzung beim Einkaufen und 80% legen Wert auf Fleisch aus artgerechter Haltung und wünschen sich eine große Sorten- und Geschmacksvielfalt. 73% bevorzugen Produkte aus recyclebaren Materialien und fast 60% ist das Siegel „Made in Germany“ wichtig, rund 39% wünschen sich BIO-Produkte für ihren Hund.

Natürlich spielen auch Preis und Marke eine Rolle, aber nur 65% sagen, dass der Preis ihnen sehr wichtig ist und nur jeder Zweite kauft bewusst eine bestimmte Marke.



PRESSEMITTEILUNG

Fütterungs- und Einkaufsverhalten der Deutschen bei Hundefutter

Fachhandel immer noch stärker als Online-Geschäft und jeder Zweite ist bereit, mehr als 100 Euro pro Monat für Hundefutter auszugeben

Ist es eher Trocken- oder Nassfutter, das überzeugt? Wird mehr im Einzelhandel gekauft oder doch Online und wie oft täglich wird eigentlich gefüttert? MERA hat interessante Insights über das Einkaufs- und Fütterungsverhalten der Deutschen herausgefunden:

Die Mehrheit der Deutschen, rund 77%, füttert ihren Hunden Trockenfutter, 62% gibt Nassfutter (zusätzlich). 14% der Befragten geben ab und zu Reste von Mahlzeiten und 19% kochen ihren Kunden selbst frische Mahlzeiten. Rund 11% Barfen ihren Hund, 17% geben Nahrungsergänzungsmittel und rund jeder Zweite gibt seinem Hund Leckerlis.

Auf die Frage, wie oft und wann sie ihren Hund füttern, sind die Ergebnisse eindeutig: Die Mehrheit (60%) füttert ihren Hund zwei Mal am Tag. 30% füttert ein Mal am Tag, 10% füttert sogar drei Mal am Tag. Auf die Frage, wann sie ihre Vierbeiner füttern, antworten rund 69% der Befragten, sie würden morgens und abends füttern, nur 37% füttern mittags.

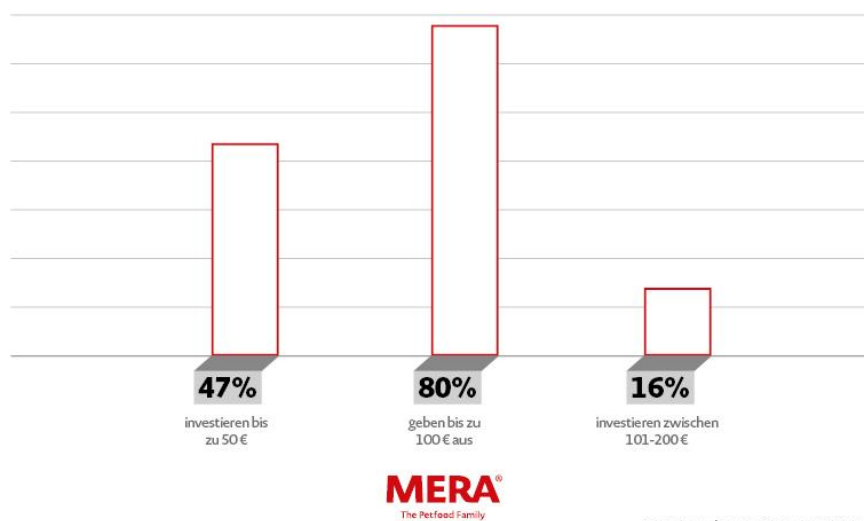
Natürlich wollte MERA auch wissen, wo und wie oft Deutsche Hundefutter kaufen und wo sie sich zum Kauf inspirieren lassen: Die Mehrheit (68%) kauft ihr Hundefutter im Geschäft. Fast jeder Zweite kauft sein Futter im Fachhandel, 32% kaufen Online. Die genannten Gründe für den Online-Kauf sind Bequemlichkeit (57%), ein günstigerer Preis (51%), Zeitersparnis und größere Auswahl (je 41%). Interessant ist auch, dass die Mehrheit (53%) ihr Futter monatlich auf Vorrat besorgt, nur 31% kauft das Futter wöchentlich ein.

Wer inspiriert die Deutschen zum Einkaufen? Die meisten (38%) entdecken neues Futter im Geschäft oder im Online-Shop. Jeder Dritte tauscht sich mit Freund*innen / anderen Hundebesitzer*innen aus und lässt sich von Profis wie Züchter*innen, Tierärzt*innen oder Hundetrainer*innen beraten. 11% lassen sich von Influencer*innen und Social Media zum Kauf neuer Produkte inspirieren.

PRESSEMITTEILUNG

Interessant ist auch, wieviel Deutsche monatlich bereit sind, für Futter auszugeben: Die Mehrheit (80%) investiert bis zu 100 Euro monatlich für Hundefutter, rund die Hälfte gibt maximal 50 Euro aus. Nur knapp 16% der Deutschen sind bereit, noch mehr Geld pro Monat für ihren Liebling und sein Futter auszugeben, nämlich zwischen 101 und 200 Euro pro Monat.

Wieviel Geld geben Deutsche monatlich für Hundefutter aus?



MERA-Studie DE, 2021 mit 3840 Hundebesitzern

Welche Rolle spielen Leckerlis in der täglichen Ernährung und worauf achten Deutsche dabei?

Der Trend zum Leckerli selbst machen ist erkennbar - Zahnreinigung, „Trost“ und „Bestechung“ werden als Motivatoren genannt.

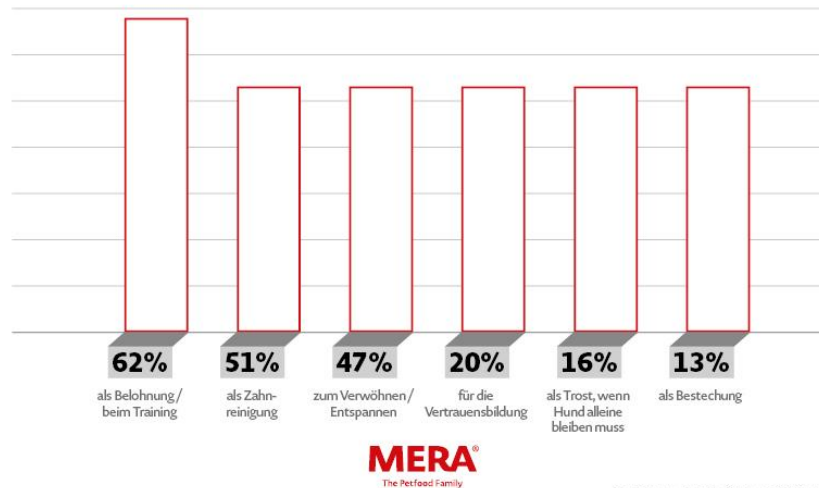
Leckerlis gehören zum Alltag mit Hunden für die meisten dazu, doch MERA wollte es genauer wissen: Welche Art von Leckerlis geben Hundebesitzer*innen ihren Lieblingen, wie oft und warum?

73% der Studienteilnehmer*innen geben ihren Hunden täglich ein Leckerli, davon 40% sogar mehrmals täglich. Nur jeder Fünfte gibt dem Hund wöchentlich ein Leckerli, ganz wenige (2%) nur monatlich.

Anlässe dafür gibt es laut der Studie jede Menge: 62% geben ihrem Hund ein Leckerli als Belohnung beim Training, jeder Zweite gibt an, dass Leckerlis zum Verwöhnen des Hundes eingesetzt werden. Aber auch das Thema Zahnreinigung ist für jeden Zweiten ein Thema und man erhofft sich durch die Gabe von Leckerli hier eine Verbesserung zu erreichen. 20% sagen, sie nutzen Leckerli als Mittel zur Vertrauensbildung, 16% setzen einen Snack zwischendurch als „Trost“ ein, wenn der Hund alleine bleiben muss. Bei 13% dient das Leckerli als „Bestechung“.

PRESSEMITTEILUNG

Warum geben Hundebesitzer*innen ihren Lieblingen Leckerlis:



MERA-Studie DE, 2021 mit 3840 Hundebesitzern

Was wird als Leckerli der Wahl gegeben? 82% der Befragten gibt an, dass sie speziell für Hunde entwickelte Leckerlis verfüttern. 19% geben frische Snacks aus dem Haushalt, das sind überwiegend Fleisch und Wurst (74%), Fisch, Käse oder Joghurt (je 50%), aber auch Früchte (43%) und Backwaren (32%). 17% der Befragten gibt an, dem Hund das Hauptfutter als Leckerchen anzubieten, und rund 14% machen Leckerlis selber.

Fazit: Die MERA-Studie zeigt sehr anschaulich, welche große emotionale Rolle Hunde für ihre Besitzer auch und gerade im Jahr 2021 und 2022 spielen - als Tröster, als Freund, als Kindersatz. Daher auch ungebrochen die Bereitschaft der Deutschen, bei der Wahl ihres Futters viel Sorgfalt an den Tag zu legen und entsprechend viel Geld dafür auszugeben, wenn die Qualität stimmt. Die Studie zeigt zudem, dass Ernährungstrends auch Hundesitzer*innen in ihrer Entscheidungsfindung beeinflussen, und macht zudem deutlich, dass der Rat von Expert*innen bei der Wahl des Futters eine große Rolle spielt.



PRESSEMITTEILUNG

Mehr Informationen unter: www.mera.de

Bildmaterial und Quellenangabe:

Das Bildmaterial kann lizenzfrei verwendet.

© MERA Tiernahrung GmbH

Über MERA

Die MERA Tiernahrung GmbH ist ein Familienunternehmen aus Kevelaer am Niederrhein. Seit der Unternehmensgründung 1949 durch Karl Vos ist die Firma in Familienbesitz und wird heute in der 3. Generation von Felix Vos und seit April 2021 zusammen mit Martin Spengler geleitet. Als Unternehmen steht MERA zu seinem Standort am Niederrhein, an dem qualitativ hochwertige Tiernahrung in Lebensmittelqualität nach IFS- und BRC-Standard zertifiziert und komplett klimaneutral produziert wird. MERA möchte die helfende Hand für jede*n Tierhalter*in sein und mit seinen artgerechten und nachhaltigen Lösungen für Tier, Mensch und Umwelt die Beziehungen untereinander stärken. MERA produziert mehr als 70.000 Tonnen Hunde- und Katzenfutter pro Jahr und exportiert in über 40 Länder in Europa, Asien und Nordamerika und gehört damit zu den erfolgreichsten Premiumherstellern im Bereich der Hunde- und Katzennahrung. Mehr Informationen unter www.mera.de.

Herausgeber:

MERA Tiernahrung GmbH
Industriestraße 16
47623 Kevelaer
Germany
www.mera-petfood.com

Presse-Kontakt:

signum pr GmbH/Julia Scheer
Im Mediapark 6c
50670 Köln
mera@signumpr.de