

Unser Zielgruppen-Check: Wie ticken Hundehalter?

Laut Statista 2021 halten die Deutschen rund 34,9 Millionen Haustiere und belegen damit Platz zwei im europäischen Ranking, gleich hinter Russland. Der Hund ist mit 10,3 Millionen Exemplaren das zweitliebste Haustier nach der Katze und damit heutzutage in jedem fünften Haushalt in Deutschland anzutreffen.

Die mit deutlichem Abstand beliebtesten drei Hunderassen in 2020 nach Anzahl neugeborener Welpen waren der Deutsche Schäferhund, der Teckel und der Deutsch Drahthaar. Die Deutschen pflegen ein ganz besonderes Verhältnis zu ihren Hunden: Für 90 % ist der Hund ein Familienmitglied, bei 56,6 % darf er gerne im Bett schlafen und 50,6 % behandeln Ihren Hund sogar wie ihr eigenes Kind.



Hundehaltung ist nicht günstig: Mit einem durchschnittlichen Lebensalter von 13 Jahren verursacht der Hund in dieser Zeit Kosten von durchschnittlich 16.800 € und ist damit fast doppelt so teuer wie die Katze, die zwei Jahre länger lebt. Die monatlichen Kosten von 103 € setzen sich aus Futterkosten, Steuern, Haftpflicht und Arztkosten zusammen.

Hundehalter sind jünger als der Durchschnitt der Bevölkerung – mit einem Schwerpunkt in den „aktiven Jahren“ von 40 bis 60. Bei den Berufen sind Selbständige und Freiberufler deutlich überrepräsentiert, ebenso Beamte (im mittleren Dienst) und Facharbeiter. Entsprechend verfügen die Hundebesitzer oft über ein gehobenes Einkommen. Zwei Fünftel aller Hundehalter in Deutschland haben ein persönliches Nettoeinkommen von mehr als 2500 €. Zwei Drittel haben Wohneigentum, und vier Fünftel haben einen eigenen Garten, so berichtet der VDH Verband für das Deutsche Hundewesen e.V..

Hundehalter abonnieren gerne Zeitschriften und Zeitungen

Die agma Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat 2021 in ihrer Studie zur Konsumneigung von Tierhaltern die Erkenntnis gewonnen, dass Tierbesitzer häufiger Zeitschriften und Zeitungen lesen als der Bevölkerungsdurchschnitt. Ihr Magazin-Konsum liegt laut ma Pressemedien um 15 Prozent höher als bei Menschen ohne Haustier. Die Häufigkeit der Zeitungslektüre liegt um sechs Prozent höher. Hundebesitzer greifen dabei überdurchschnittlich oft zu einer nationalen Abozeitung.

Hundefans machen dem Begriff **Haus-Tierhalter** übrigens besondere Ehre. Sie interessieren sich häufig für Wohn- und Gartenzeitschriften (+ 50 Prozent im Vergleich zur Gesamtbevölkerung). In ihrer Freizeit widmen sie sich auch überdurchschnittlich oft dem Heimwerken (+ 64 Prozent im Vergleich zur Gesamtbevölkerung).

Von allen Tierhaltern sind die Hundehalter am markenaffinsten und aufgeschlossensten für Werbung. Sie kaufen überdurchschnittlich häufig neue Produkte und betrachten Werbung als hilfreiche, nützliche Informationen.

Doch wie erreichen Sie nun die spannende Zielgruppe der Hundehalter ganz gezielt?

Anzeigen und Beilagen in Special Interest Zeitschriften „Hund“

Auch die Verlagswelt widmet sich mit themenspezifischen Magazinen dem Hundebesitzer und unterscheidet hier sogar noch innerhalb der Zielgruppe. Es finden sich Titel für bestimmte Rassen, zum Hundesport, für Züchter und zur Welpenerziehung. Wir haben für Sie die aus unserer Sicht interessantesten 16 Magazine zusammengestellt, die zum großen Teil auch über interessante Abo-Auflagen verfügen und sowohl für Anzeigen als auch Beilagen gebucht werden können. Wir erzielen damit eine Reichweite von rund 450.000 in dieser Zielgruppe bei einer einmaligen Schaltung über alle.

Paketbeilage und Touchpoint-Sampling

Dort werben, wo sich Hundebesitzer aufhalten. Das ist möglich über die Verteilung Ihrer Beilagen oder Samplings an den sogenannten Point of Interest – in Tierfuttershops, beim Tierarzt, dem Hundefriseur oder in der Hundeschule und mehr. Oder wir legen Ihre Beilage den Paketen ausgehender Warensendungen von Online-Shops mit Hundefutter und Tierbedarf bei.

Postalische Mailings oder E-Mailings an Hundebesitzer

Auch für ein postalisches Mailing oder ein E-Mailing an Hundebesitzer stehen entsprechende Fremdadressen zur Verfügung, die für eine einmalige Nutzung angemietet werden können. Die Auswahl ist klein, aber fein und sollte in Ihrer crossmedialen Kampagne unbedingt berücksichtigt werden.

Wenn die Zielgruppe der Hundehalter für Sie interessant ist, fragen Sie gerne bei uns nach einem crossmedialen Vorschlag oder gezielt ein bestimmtes Medium an.

Weitere
Informationen?

Jeannette Kuhlendahl

js@dialoghaus.com

Tel. 040 / 46 88 58 - 24

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 040/46 88 58-0
F 040/46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 021 73 / 84 83-0
F 021 73 / 84 83-222