

# Bachelorarbeit

## „Seniorentiere im Tierheim“



**Natascha Dupré (850714002)**

**Ilona Kurowski (870927003)**



## **Thema der Bachelorarbeit:**

**Wie kann der Tierschutzverein für Berlin dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin begegnen?**

### **Studenten:**

**Natascha Dupré (850714002)**

**Ilona Kurowski (870927003)**

### **Begleitende Dozenten:**

**Marnix Rietberg**

**Johanna Roodzant**

### **Auftraggeber:**

**Tierschutzverein für Berlin**

### **Kontaktperson:**

**Beate Kaminski**

**Titelbilder: Tierschutzverein für Berlin, 2013**

**Berlin, Juli 2014**

## Vorwort

Als die Frage aufkam, welches Thema unsere Bachelorarbeit beinhalten soll, war uns sofort klar, dass wir unsere Zeit und Energie in ein bestehendes Problem des Tierschutzes investieren und Sorge tragen möchten für eine Verbesserung der Situation. Wir nutzten unsere bestehenden Kontakte nach Berlin und während eines Gespräches mit der ehemaligen Mitarbeiterin Stephanie Eschen vom Tierschutzverein für Berlin wurden uns die beklagenswerten Umstände um die Seniorentiere im Tierheim Berlin verdeutlicht. Im Rahmen der Untersuchung wollten wir einen Beitrag zum Wohlergehen dieser Tiere leisten.

Hierbei möchten wir uns recht herzlich bei Beate Kaminski vom Tierschutzverein für Berlin für die Möglichkeiten und Unterstützung bei unserer Bachelorarbeit bedanken. Außerdem geht unser Dank an unsere begleitenden Dozenten Johanna Roodzant und Marnix Rietberg für ihr hilfreiches Feedback und die gute Betreuung.

*„Solange die Menschen denken,  
dass Tiere nicht fühlen,  
müssen Tiere fühlen,  
dass Menschen nicht denken“*

- Anonym

Ilona Kurowski und Natascha Dupré  
Berlin, den 30. Juni 2014

## Zusammenfassungen

### Zusammenfassung (deutsch)

Die vorliegende Bachelorarbeit schrieben die Tiermanagementstudenten der Fachhochschule Van Hall Larenstein in Leeuwarden Natascha Dupré und Ilona Kurowski zwischen September 2013 und Januar 2014. Begleitet wurden sie von den Dozenten Marnix Rietberg und Johanna Roodzant. Die Bachelorarbeit beschäftigt sich in Form einer Untersuchung mit der Frage, wie der Tierschutzverein für Berlin dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin begegnen kann. Als Auftraggeberin der Untersuchung fungierte Beate Kaminski stellvertretend für den Tierschutzverein für Berlin, welcher das Tierheim Berlin betreibt.

Der Anteil von Seniorenentieren stellt aufgrund der geringen Erfolgsquote bei der Vermittlung und der erhöhten Pflegekosten, einen beträchtlichen Kostenfaktor für das Tierheim Berlin dar und wird als solcher von diesem als problematisch empfunden. Jegliche zusätzliche Kostenausgaben bedeuten jedoch einen gravierenden Einschnitt in den Finanzhaushalt des Tierheims Berlin und somit in den Tierschutzverein für Berlin, da es sich um einen gemeinnützigen Verein handelt. Abgesehen von dem finanziellen Aspekt dieser Problematik, ist für ältere Haushunde und Hauskatzen ein Aufenthalt im Tierheim im Vergleich zu jüngeren Tieren mit außergewöhnlich viel Stress und negativen gesundheitlichen Auswirkungen verbunden. Dies ist ein bedauerlicher Zustand, welcher dem Tierschutzgedanken der Organisation widerspricht.

Die Hauptfrage der Untersuchung lautete: Wie kann der Tierschutzverein für Berlin dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin begegnen? Um diese Frage zu beantworten, wurden zwei zusätzliche Unterfragen formuliert. Die erste Unterfrage beschäftigte sich mit den Ursachen der Problematik. Daraufhin wurden vier Hypothesen erstellt, welche die möglichen Ursachen der Problematik darstellen könnten und die es im Laufe der Untersuchung zu überprüfen galt. Die Hypothesen bezogen sich zum einen auf den allgemein gestiegenen Altersdurchschnitt der deutschen Haushunde und Hauskatzen, sowie auf die gesunkenen Erfolgsquote bei der Vermittlung, als auch auf die vermehrte Abgabe von Seniorenentieren und die Problematik der im Tierheim alternde Problemtiere. Um einen Vergleich tätigen zu können, welcher die Problematik des Tierheims Berlin in Zusammenhang stellt mit anderen Tierheimen, wurden Daten des Deutschen Tierschutzbundes hinzugezogen.

Mit Hilfe der zweiten Unterfrage wurde ermittelt, wie Einfluss auf diese Ursachen genommen werden könnte. Hierfür wurden bereits während der Voruntersuchung mögliche Lösungsstrategien angedacht. Hierbei wurden die Anpassung der Marketingstrategie, die Errichtung eines Gnadenhofes, die Euthanasie der unvermittelbaren Tiere und eine bessere Beratung und Unterstützung für potentielle Kunden des Tierheims Berlin genannt.

Nachdem die Unterfragen beantwortet wurden, konnte Antwort auf die Hauptfrage gegeben werden und dem Tierschutzverein für Berlin Empfehlungen zum zukünftigen Umgang mit dem Problem ausgesprochen werden.

Die Methoden der Untersuchung beinhalteten in erster Linie Literaturstudien und Desk Research. Außerdem wurden mehrere Interviews mit Mitarbeitern von Tierheimen und Tierschutzvereinen geführt. Die Vergleichsdaten des Deutschen Tierschutzbundes stammten von einer durch das Mafo-Institut durchgeführten Befragung unter deutschen Tierschutzvereinen ab und wurden grafisch aufbereitet. Letztendlich haben die Untersucher unter 208 potentiellen Kunden des Tierheims Berlin eine Umfrage durchgeführt und diese mittels eines Statistikprogramms ausgewertet.

Die Untersuchung ergab, dass die Hypothesen für die Ursachen der Problematik bis auf eine Ausnahme zutrafen. Die Untersuchung der Hypothesen ergab, dass der allgemein gestiegene Altersdurchschnitt deutscher Haustiere, die gesunkene Erfolgsquote und der erhöhte Anteil von Problemtieren und ihre gestiegene Verweildauer in den Tierheimen einen Beitrag zum erhöhten Anteil von Seniorentieren in den Tierheimen liefern. Es konnte jedoch nicht ermittelt werden, ob in den letzten Jahren vermehrt Seniorentiere abgegeben wurden.

Die zuvor bedachten Lösungsstrategien wurden dann mit Hinblick auf die Umfrageresultate weiterentwickelt und um eine zusätzliche Strategie erweitert, nämlich die Reduktion der mit der Adoption verbundenen Kosten. Die Strategien unterschieden sich in der Relevanz mit Bezug zur Problematik und waren an rechtliche, gesellschaftliche, finanzielle und zeitliche Rahmenbedingungen geknüpft, sowie an die Betriebspolitik und –philosophie vom Tierschutzverein für Berlin gebunden.

Während der Untersuchung wurden die Untersucher mit Problemen konfrontiert, die unterschiedlichen Einfluss auf die Ergebnisse der Untersuchung gehabt haben könnten. Hierbei ist vor Allem der Mangel an zugänglichen und aktuellen Daten vom Tierheim Berlin und dem Deutschen Tierschutzbund zu nennen. Aus diesem Grunde wurde von logische Schätzwerten und Hochrechnungen Gebrauch gemacht. Des Weiteren konnten Fehler bei der Übertragung und Auswertung der Daten und Umfrageergebnisse entstehen, sowie bei der Auswertung der schriftlichen Interviews. Im Nachhinein wurden Unklarheiten bei der Formulierung der Fragen auf dem Umfragebogen festgestellt. Der Einfluss dieser Fehler auf die Ergebnisse der Untersuchung wurde durch gegenseitige Kontrollen der Untersucher und wiederholte Datenkontrollen so gering wie mögliche gehalten, können jedoch nicht ausgeschlossen werden.

Nach eingehender Untersuchung entstanden die Schlussfolgerungen, dass ein kundenfreundlicheres Auftreten des Tierheims Berlin und eine Anpassung der Marketingstrategie des Tierschutzvereins für Berlin für die Begegnung mit der Problematik im Tierheim Berlin empfehlenswert sind. Diese Schlussfolgerungen wurden in abschließenden Empfehlungen an den Tierschutzverein für Berlin weiter ausgearbeitet. Mehr Kundenfreundlichkeit kann sich entwickeln, durch die Entwicklung und den Gebrauch eines Handbuchs zum Umgang mit den Kunden für sämtliche Mitarbeiter des THB. Außerdem wird empfohlen das Marketing moderner zu gestalten und mehr von audiovisuellen Medien Gebrauch zu machen. So können beispielsweise Videos von Einzelschicksalen der Tiere gedreht, sowie das soziale Netzwerk *google+* genutzt werden. Zudem muss die Homepage des TVB an die aktuellen Internetgegebenheiten angepasst werden, das heißt die Einführung von *Social Media Buttons* bzw. die Möglichkeit zur Smartphone tauglichen Nutzung der Homepage sind unabdingbar.

## Summary

The bachelor thesis at hand was written by the animal management students Natascha Dupré and Ilona Kurowski of the University of Applied Science Van Hall Larenstein in Leeuwarden. The work originated between September 2013 and January 2014 in Berlin. The students were attended by the lecturers Marnix Rietberg and Johanna Roodzant. The bachelor thesis is a research project about the question, how the *Tierschutzverein für Berlin (TVB)* can respond to the increasing number of older dogs and cats in the *Tierheim Berlin (THB)*. This research project was commissioned by the employee Beate Kaminski of the TVB, which runs the THB.

This research is based on the problem of the increased number of old animals in the THB. The low success rate of mediation for old animals and their higher care costs lead to an increase in expenditure. All additional costs are problematical for the THB and the TVB, because they are non-profit organisations which are only supported by donations and the members of the TVB. Besides the financial aspect of this issue, the welfare of these old dogs and cats is dramatically threatened. Especially for old animals is the accommodation in an unfamiliar environment enormously stressful and has a serious negative impact on their physical and mental health. This situation is not suitable for an animal shelter organisation and needs to be changed.

The main question of this research is to find a way how the TVB can deal with the increased number of old dogs and cats in the THB. For this reason the researchers formulated two sub questions for a better analysis of the issue and an adequate answering of the main question. The data of the THB were also compared with the data of animal shelters of the *Deutsche Tierschutzbund (DTB)*. The DTB is the holding organization of all German animal shelter societies.

The first sub question approaches the reasons for this problem. In order to solve the problem the researchers had to know where the problem came from and how it arose. Subsequently the researchers compiled four conjectures which might describe the causes of the problem and which were verified during the research.

The first conjecture refers to the general increasing mean age of German pet dogs and cats. Over time the role of animals changed from farm animals to pets, kept in houses. The pets sometimes are considered as family members and everything will be done to prolong their lives. The advanced development in the veterinarian medicine has a positive impact on this demand.

The second conjecture refers to the success rate of the animal shelters. If the number of placed animals is equal to or exceed the number of hosted animals the success rates of the animal shelters are efficient. But if the animal shelters are not successful in placing animals it will lead to an increased number of older animals relative to the increased number of other animals.

Thirdly the researchers tried to figure out, if the amount of old animals given to animal shelters arose in the last years. A higher amount of old cats and dogs will automatically increase the average age of dogs and cats in the animal shelters.

The last conjecture asks about the dogs and pets which are difficult to place in a new home. Reasons could be the age, chronic diseases or bad behaviour. These animals mostly spend a long time in animal shelters and sometimes grow old in there. Referring to that the average age of hosted dogs and cats can also arise because there are more difficult animals which are getting old in the animal shelters.

After verifying the causes of the problem the second sub question asks how these causes can be influenced. The researches gave advice to the TVB how they can deal with the causes in the future.

Affected and responsible for this problem are the THB, the TVB (running the THB), the DTB (acting for German animal shelter) and eventually also the society.

The methods used during the research consist mainly of literature studies and desk research. The literature was found in the veterinarian library of the *Freie Universität* in Berlin and on trustfully homepages on the internet. Furthermore the researchers conducted digital interviews with employees of the TVB and the THB and the animal shelter society in Munich. Munich was chosen because of the similarities to Berlin, as it is a major city and also member of the DTB. The data of the DTB consist of a survey of German animal shelters and were digitally received. The researchers analysed the data and diagrammed the relevant data to verify the presumptions and to give an answer to the first sub question.

In order to answer the second sub question the researchers made a survey on potential clients of the THB. The results of that survey gave an overview of the attitude of the people towards the adoption of animals. With the help of the survey the THB and the TVB can respond to motivations or impediments of the potential clients. The survey was carried out within three weeks in December 2013 in Berlin. The participants mostly filled the sheet in by hand or were interviewed on the phone. Altogether 208 people participated in the survey. Afterwards the results were filled in a statistic program (SPSS) and were diagrammed with Excel.

During the preparation of the research some solution strategies were developed to deal with the causes of the problem. The increased average age of pets as a cause of the higher amount of older dogs and cats in the THB cannot be defeated; it is only possible that the future dealing with it will be adapted. Because of that the researches recommend an animal sanctuary, based on the model of the Munich animal shelter. That way, the old animals would be kept in adequate surroundings and the negative impact on their health would be minimized.

To avoid that more old cats and dogs will be handed off to the THB the researchers suggest better advice and support for pet owners. It could be possible that they are not able to deal with their old and maybe sick animals.

With an adjusted marketing strategy the animal shelter could increase their success rate and more animals would be adopted.

Animals which are not easy to place and maybe live for a long time in the animal shelter could be euthanized. This is a delicate subject of debate and needs to be discussed properly.

These solution strategies must be developed with regard to some general conditions and criteria. First of all they need to have high relevance regarding to the problem. Secondly they are bound to juridical, social, financial and time conditions. At least the solution of the problem must be in accordance with the policy of the TVB.

The research revealed that three conjectures could be verified and one was falsified. A contribution to the higher amount of old dogs and cats in the animal shelters provides the increase of the average age of German pets. Also the number of older animals increases because of a declining success rate of the animal shelters. That means in the last years the animal shelters hosted more dogs and cats than they placed. At last animals which are difficult to place live nowadays longer in the animal shelter than a couple of years ago. Because of that, the number of older cats and dogs lead to a higher average age in the animal shelters. The second conjecture was falsified, because there was no obvious rise of old animals given to an animal shelter.

The researchers were confronted with different kind of issues during the research. These issues might be able to have impact on the results of the research. The main issue was the lack of relevant data to verify the conjectures. The data was either not up to date or not available. Because of that projections and logical valuations were used and added by the interviews.

Furthermore was it possible that during the analysis and evaluation of the interviews and the survey some mistakes could arise. Because the interviews were conducted by mail the researchers were not able to ask threw, which might lead to a lack of other useful information.

After the analysis of the survey some irregularities in the questionnaire were found, but their impact on the results are low. The researches tried to reduce the impact on the results by controlling each other and through repeated data control.

The results of the research showed that the differences between the data from the THB and the DTB were very much alike. After detailed research on the two sub questions, the researchers were able to give suggestions to the TVB. The conclusion of the research is that an adjustment of the marketing strategy of the TVB and a more customer friendly appearance of the THB can lead to an effective way to deal with the high amount of old dogs and cats. At first the internet presence of the TVB must be customized and the use of social media is inevitable. Furthermore it is advisable to coach the animal care attendants in the contact with customers. Eventually the TVB could also organize special events and cooperate with other necessary organizations.

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Einleitung.....   | 9  |
| 1. Problembeschreibung und Zielsetzung .....                    | 10 |
| 1.1 Problematik im Tierheim Berlin.....                         | 10 |
| 1.2 Zielsetzung.....  | 11 |
| 2. Hintergründe der Problematik .....                           | 12 |
| 2.1 Mehr Haushunde und Hauskatzen in Deutschland.....           | 12 |
| 2.2 Erhöhte Lebenserwartungen.....                              | 13 |
| 2.3 Veränderte Mensch-Tier Beziehung.....                       | 13 |
| 2.4 Wirtschaftsfaktor Heimtier.....                             | 14 |
| 2.5 Präsenz der Seniorentiere in der Fachwelt .....             | 14 |
| 2.6 Veterinärmedizinische Aspekte.....                          | 15 |
| 3. Untersuchungsdesign.....                                     | 17 |
| 3.1. Untersuchungsfragen .....                                  | 17 |
| 3.2 Aufbau und Methoden der Untersuchung.....                   | 18 |
| 4. Untersuchungsergebnisse .....                                | 21 |
| 4.1 Erste Unterfrage- Gründe für die Problematik.....           | 21 |
| 4.2 Zweite Unterfrage – Einflussnahme auf die Problematik ..... | 29 |
| 5. Diskussion und Plausibilitätskontrolle.....                  | 35 |
| 5.1 Inhaltliche Diskussion .....                                | 35 |
| 5.2 Plausibilitätskontrolle.....                                | 38 |
| 6. Konklusion .....   | 40 |
| 7. Empfehlungen für den TVB .....                               | 44 |
| 7.1 Kundenfreundlichkeit.....                                   | 44 |
| 7.2 Marketing .....   | 45 |
| Beilagen  |    |
| I Begriffserklärungen   |    |
| II Befragung der (potentiellen) Kunden des Tierheims Berlin     |    |
| III Codierung des Umfragebogens                                 |    |
| IV Alle Ergebnisse der Umfrage                                  |    |

## Einleitung

Ob Mensch oder Tier, der Anteil der Senioren in unserer Gesellschaft steigt stetig an. Laut einer Pflegestatistik des *Bundesministeriums für Familien, Senioren, Frauen und Jugend* stieg die Anzahl der zugelassenen Pflegeheime für Senioren gegenüber 1999 um 10% an (BFSJ, 2006). In die Jahre gekommene Menschen und Tiere benötigen jedoch oft eine aufwendige Betreuung und medizinische Versorgung. Die fortschreitenden Entwicklungen in der Medizin und Forschung veranlassen zu der Annahme, dass sich dieser demographische Trend weiter fortsetzen wird.

Aber was geschieht mit den Vierbeinern?

Im Tierheim Berlin erhöht sich der Anteil von älteren Haushunden und Hauskatze. Dies ist ein unausweichlicher Trend dem Tierhalter und Tierschützer entgegen schauen müssen. Im Tierheim Berlin führt dies vermehrt zu Problemen, da sich hier ältere Tiere schwerer vermitteln lassen als junge Tiere. (TVB, 2013A) Aus diesem Grund wurde eine Untersuchung zur Thematik der Seniorentiere im Tierheim Berlin ausgeführt.

Die vorliegende Bachelorarbeit basiert auf vorab formulierten Untersuchungsfragen, die es im Laufe der Untersuchung zu beantworten galt. Mit Hilfe von Hypothesen sollten die Ursachen der Problematik genauer begutachtet und Unterschiede zwischen Tierheimen des Deutschen Tierschutzbundes (im Folgenden DTB) und des Tierheims Berlin (im Folgenden THB) verdeutlicht und analysiert werden. Mit Hilfe einer Umfrage bei potentiellen Kunden des Tierheims Berlin wollten die Untersucher Einblick in deren Motivation zur Adoption eines Seniorentieres erhalten.

Die komplette Untersuchung setzt sich ausschließlich mit der Problematik der älteren Haushunden und Hauskatzen auseinander, da diese den größten Anteil der im Tierheim lebenden älteren Tiere ausmachen (TVB, 2013B).

An Hand der Resultate wurden durch die Untersucher mehrere Lösungsstrategien für den Umgang mit dem erhöhten Anteil von Seniorentieren in den Tierheimen entwickelt und an die Betriebsphilosophie und –politik des Tierschutzvereins für Berlin (im Folgenden TVB), welcher das THB betreibt, angepasst. Detaillierte Begriffserklärungen befinden sich in Beilage I.

Auf den folgenden Seiten sind zuerst eine Beschreibung der aktuellen Situation und deren problematischen Folgen für das THB zu finden. Hierbei wird auch verdeutlicht, welche Umstände zu dieser Untersuchung führten und welches Ziel diese Untersuchung verfolgt. Darauf folgen weitere Hintergrundinformationen mit Bezug auf die Ursachen der Problematik.

Das dritte Kapitel beinhaltet das Untersuchungsdesign. Hier werden die Untersuchungsfragen genannt und es wird der Untersuchungsaufbau beschrieben. Weiterhin werden die Untersuchungsmethoden ausgeführt und es wird besprochen, wie die Daten gesammelt, verarbeitet und analysiert wurden. Die aus der Untersuchung erhaltenen Resultate werden im darauf folgenden Kapitel beschrieben. Das Kapitel Diskussionen besteht aus einer Inhaltsdiskussion und einer Plausibilitätskontrolle, hier werden unterschiedliche Einflüsse auf die Untersuchung besprochen, welche möglicherweise zu einer Verfälschung der Resultate geführt haben könnten. Abschließend wird aus den Untersuchungsergebnissen und der Diskussion eine Konklusion hergeleitet, die die Beantwortung der Hauptfrage beinhaltet.

Für den Auftraggeber wurde im siebten Kapitel Empfehlungen zusammengestellt, die Hinweise auf zukünftige mögliche Strategien oder auch Untersuchungen geben.

# 1. Problembeschreibung und Zielsetzung

Im ersten Kapitel werden die Motivation und die Zielsetzung der Untersuchung beschrieben.

## 1.1 Problematik im Tierheim Berlin

Auslöser für die Bachelorarbeit war ein persönliches Gespräch mit der Pressesprecherin des TVB. In dem Gespräch gab Frau Beate Kaminski, stellvertretend für den TVB als Auftraggeber an, dass das THB in den letzten Jahren einen starken Anstieg an Haushunden im Alter von ab 8 Jahren und Hauskatzen im Alter von ab 10 Jahren zu vermelden habe (Diese Tiere werden im Folgenden als ältere Haushunde und Hauskatzen oder Seniorentiere bezeichnet). Dieser Anstieg sei problematisch, da dem Tierheim nur sehr begrenzte finanzielle Mittel zur Verfügung stünden. Europas größtes Tierheim wird ausschließlich von Mitgliedsbeiträgen des TVB und Spenden finanziert. Der TVB ist Mitglied des DTB und ist als solches an die Satzung des DTB als Dachorganisation gebunden. (TVB, 2013A). Dies bedeutet, dass bezüglich der Handlungsoptionen des TVB immer auch die Satzung des DTB miteinbezogen werden muss.

Um den Zusammenhang zwischen dem begrenzten finanziellen Mitteln und der Problematik der Seniorentiere zu verdeutlichen, gab Frau Beate Kaminski im persönlichen Gespräch folgendes an: Der Tagessatz für die Versorgung und Unterbringung eines Hundes oder einer Katze im Tierheim Berlin kann nur geschätzt werden und liegt im Durchschnitt bei 20-25€ pro Hund und 13-15€ pro Katze. Aufgrund der Kosten für veterinärmedizinische Behandlungen, Medikamente und des zusätzlichen Zeitaufwandes der Pfleger für die individuelle Betreuung, kann dieser Betrag laut Auftraggeber bei Seniorentieren häufig deutlich höher liegen.

Zudem ist das Wohlbefinden der Seniorentiere bedroht: Senioren leiden besonders unter der Umgebung des Tierheims, denn sie können die Veränderung in ihren Lebensumständen häufig nicht so schnell und einfach verarbeiten, wie ein junges vitales Tier. Ihr durch das Alter geschwächte Immunsystem macht sie besonders anfällig für stressbedingte Krankheiten und treibt somit die Betreuungskosten weiterhin in die Höhe.

Für das THB wäre es aus diesen Gründen wünschenswert, wenn die Seniorentiere so wenig Zeit wie möglich im Tierheim verbringen würden. Tatsächlich ist die Vermittlungsrate der Seniorentiere jedoch gering. Ein Großteil der Tiere zählt zu den sogenannten „Langsitzern“, das heißt mehr als 200 Seniorentiere leben länger als ein Jahr im Tierheim und hiervon sind wiederum 20% der Tiere länger als drei Jahre dort. (Mailing, 2011)

Aus diesem Grund hat sich das THB in den vergangenen Jahren auf die Bedürfnisse der Seniorentiere eingestellt und einige Maßnahmen ergriffen. So ist ein Katzseniorenhaus entstanden, hier können ca. 40 ältere und besonders pflegebedürftige Katzen untergebracht werden (König, 2011). Diese Räumlichkeiten sind nicht zugänglich für Besucher und die Tiere dürfen nur in Begleitung eines Pflegers besucht werden. Dadurch haben diese Tiere ein besonderes Maß an Ruhe und Rückzugsmöglichkeiten. Ältere Hunde werden meistens im Hundetrainings- und Rehasentrum untergebracht. Hier leben Hunde, die besondere Bedürfnisse und Behandlungen nötig haben oder Verhaltensauffälligkeiten zeigen. Außerdem werden besonders ruhebedürftige Hunde in den Hundehäusern gehalten, die für die laufende Kundschaft unzugänglich sind und ihnen somit mehr Ruhe gegönnt werden kann (König, 2011).

Das THB arbeitet zudem mit so genannten Pflegestellen zusammen. Dies sind ehrenamtliche Mitarbeiter, die Tiere in ihrem privaten Haushalt aufnehmen. Dies geschieht dann, wenn die Tiere

zum Beispiel regelmäßig medizinisch versorgt werden müssen und deren spezielle Bedürfnisse im Alltag der Pfleger zu kurz kommen würden (TVB, 2013B).

In den letzten Jahren wurden einige Kampagnen gestartet, die sich mit der Problematik der Seniorentiere auseinandersetzen, um die Öffentlichkeit auf die Missstände aufmerksam zu machen und zusätzliche (finanzielle) Unterstützung anzufragen. Dies geschah in Form von Mailings und Newslettern an die Vereinsmitglieder, Pressemitteilungen oder die Ausgabe von Informationsbroschüren zum Thema Seniorentiere. Es wird versucht das Interesse der Kunden für ältere Tiere zu wecken und so den Tieren einen würdigen Lebensabend außerhalb des Tierheims zu ermöglichen. (Kaminski, 2013B)

Jedoch ist das THB mit dem Status Quo seiner Seniorentiere nicht zufrieden. Es wird nach neuen Wegen im Umgang mit diesen gesucht. Dies vor allem auch, weil das Tierheim einen weiteren Anstieg in der Anzahl an Seniorentieren erwartet. Der Auftraggeber bat die Untersucher darum sich im Rahmen ihrer Bachelorarbeit mit der Frage zu beschäftigen, wie das THB dem erhöhten Anteil von Seniorentieren in seinem Bestand begegnen kann. Die Untersucher sollten sich ausschließlich auf die Problematik der Haushunde und Hauskatzen beschränken, da diese den größten Anteil der im Tierheim lebenden Tiere ausmachen.

Aktuell sind keine Daten darüber erfasst, wie hoch der Anteil der Seniorentiere im THB tatsächlich ist. Schätzungen zufolge handelt es sich jedoch um ungefähr 100 Katzen und 80 Hunde.

Es ist davon auszugehen, dass der bisherige Trend sich weiter fortsetzt. Die schwer vermittelbaren Seniorentiere verbleiben im Tierheim, Tiere altern im Tierheim und zusätzlich werden weiterhin Seniorentiere abgegeben.

Tatsächlich betrifft diese Entwicklung besonders das THB. Im Zuge einer Voruntersuchung gaben andere Tierheime des DTB in München, Hamburg und Düsseldorf an, dass der Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen in ihren Tierheimen für sie keine besondere Problematik darstellt. Welche Ursachen hier zu Grunde liegen, sind leider nicht bekannt. Es kann vermutet werden, dass in diesen Regionen Deutschlands die Tierheime ein anderes Ansehen und bessere Präsenz nach außen haben.

Um die Frage zu klären, inwiefern das THB dem steigenden Anteil an Seniorentieren begegnen kann, müssen alle Akteure die von dieser Problematik betroffen sind, mit einbezogen werden. Diese sind neben dem THB welches vom TVB betrieben wird, der DTB, welcher die Dachorganisation des TVB bildet und letztendlich die Gesellschaft. Zudem ist zu klären warum sich der Anteil im THB erhöht und inwiefern das Tierheim selbst Einfluss auf die Faktoren, die hierzu führen, nehmen kann. Der DTB als Dachorganisation wird zur Vergleichsstudie herangezogen.

## **1.2 Zielsetzung**

Das Ziel der Bachelorarbeit ist, dem THB einige Lösungsstrategien aufzuzeigen, wie es dem Anstieg von Seniorentieren in seinem Bestand im Sinne seiner Betriebsphilosophie und –politik begegnen kann.

Im Laufe der Untersuchung soll ermittelt werden, welche Ursachen dem Problem zu Grunde liegen und wie der TVB Einfluss auf diese nehmen kann. Des Weiteren ist es die Absicht der Untersucher Kriterien festzulegen, an welche die Lösungsstrategien gebunden sind. Außerdem werden dem TVB Empfehlungen zum zukünftigen Umgang mit der Problematik ausgesprochen.

## 2. Hintergründe der Problematik

Im Folgenden werden die Hintergründe der Problematik beschrieben. Es wird erläutert welche möglichen Ursachen dem erhöhten Durchschnittsalter von deutschen Haushunden und Hauskatzen zu Grunde liegen. Es wird auf den gestiegenen Anteil von Haushunden und Hauskatzen in Deutschland, die erhöhte Lebenserwartung von Hunden und Katzen, die veränderte Mensch-Tier-Beziehung, der Wirtschaftsfaktor Haustier, die Präsenz der Seniorentiere in der Fachwelt, sowie die verbesserte (veterinärmedizinische) Versorgung von deutschen Haushunden und Hauskatzen eingegangen.

### 2.1 Mehr Haushunde und Hauskatzen in Deutschland

Es ist ein Anstieg der in Deutschland lebenden Haushunde und Hauskatzen zu beobachten. Durch diesen steigt proportional auch die Anzahl der Seniorentiere in Deutschland. Wie in Abbildung 1 zu sehen ist, stieg der Anteil der Haushunde von 5 Mio. Tieren in 2000 auf 7,4 Mio. in 2012. Der Anteil der Katzen verdoppelte sich sogar in den letzten 12 Jahren von 6,8 Mio. auf 12,4 Mio. (ZZF, 2013).

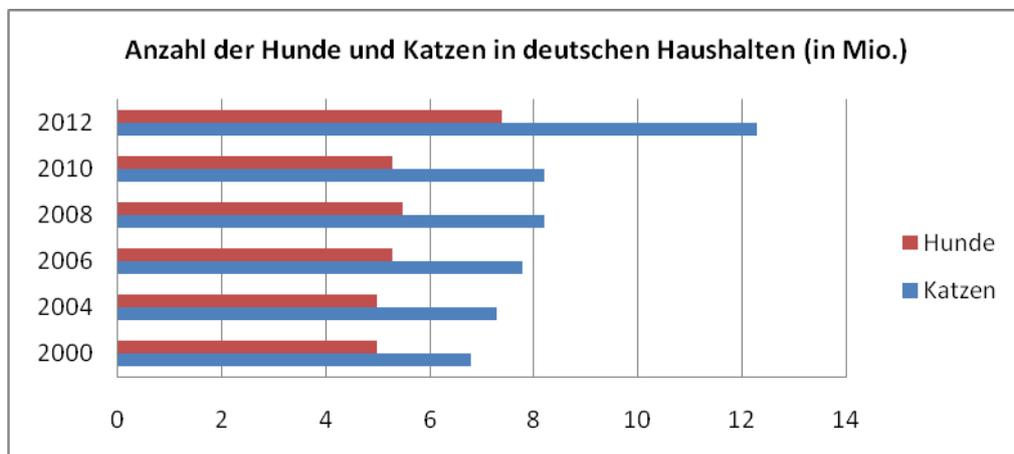


Abbildung 1: Anzahl der Hunde und Katzen in deutschen Haushalten von 2000-2012 laut statista der FU Berlin (ZZF, 2013)

Wie die folgende Abbildung 2 zeigt, machen Haushalte mit Hunde und Katzen den größten Anteil deutscher Haushalte mit Heimtieren aus. Wie zuvor beschrieben, konzentriert sich die Untersuchung ausschließlich auf diese zwei Tierarten.

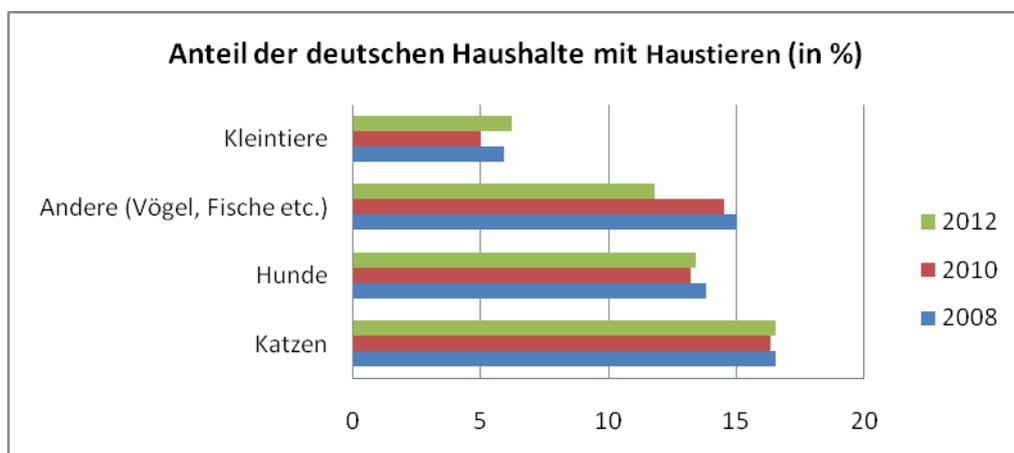


Abbildung 2: Deutsche Haushalte mit Haustieren nach Tierarten laut statista der FU Berlin (ZZF, 2013)

## 2.2 Erhöhte Lebenserwartungen

Es entsteht der Eindruck, dass sich das Durchschnittsalter von deutschen Haushunden und Hauskatzen genauso wie das der Menschen in den letzten Jahrzehnten erhöht hat. Wissenschaftliche Untersuchungen der Münchner medizinischen Tierklinik haben dies bestätigt. Wilfried Kraft benennt diese Studie in seinem Buch *Geriatric bei Hund und Katze* (Kraft, 2003). So stieg der Anteil der 10-19-jährigen Hunde von 19% im Jahre 1967 auf 46,5% im Jahre 1997 und das der 10-19-jährigen Katzen von 17% auf 50% an.

Ab wann ein Hund als „alt“ gilt ist rassen- und größenabhängig. So liegt das durchschnittliche Sterbealter kleiner Rassen (<15 kg Körpergewicht) bei 11,2 Jahren und das großer Rassen (>45 kg Körpergewicht) bei 7 Jahren. Für Katzen gilt, dass die Europäisch Kurzhaar durchschnittlich 14 Jahre und Abessinier 4 Jahre alt werden. Aus diesem Grund ist es schwer zu definieren ab wann ein Hund bzw. eine Katze als alt bezeichnet werden kann. Allgemein kann gesagt werden, dass das Altern beginnt, wenn die Adaptionfähigkeit eines Tieres geringer wird und zu mehr Stress aufgrund von inneren und äußeren Einflüssen führt. Generell kann gesagt werden, dass dies bei Hunden zwischen dem sechsten (große Rassen) und neunten (kleine Rassen) Lebensjahr auftritt und bei Katzen mit ungefähr zehn bis elf Jahren. (Kraft, 2003) In der Untersuchung werden die Werte von einschließlich acht Jahren bei Hunden und einschließlich zehn Jahren bei Katzen für die Altersdefinition hantiert.

## 2.3 Veränderte Mensch-Tier Beziehung

Vor der industriellen Revolution waren Haustiere primär Nutztiere. Die ersten Anzeichen der Wandlung dieser Beziehung wurden jedoch bereits während der industriellen Revolution deutlich. Im wachsenden städtischen Bürgertum wurde Hunden und Katzen ein fester Platz in der Familie zugewiesen. Die Abgrenzung zu den Nutztieren vergrößerte sich und verstärkte sich in den Städten schneller als auf dem Land. In den Städten wurden Tiere schließlich ohne jeglichen landwirtschaftlichen Nutzen gehalten und lebten somit zwangsläufig als Haustiere im Haushalt der Menschen. Durch die Verstädterung und Industrialisierung ging der Bezug zur Natur immer mehr verloren und wurde mit der Haltung von Heimtieren versucht zu kompensieren. (Mars, 2013) Den Tieren wurde mehr und mehr ein Eigenwert zuerkannt und erste Tierschutzgedanken kamen auf. So entstanden im Jahre 1837 mehrere Tierschutzvereine in Deutschland und diese wurden 1881 in Wiesbaden in den „*Verband der deutschen Tierschutzvereine des Deutschen Reiches*“ zusammengeschlossen. (Sambraus, 1997)

Ab den 1980er Jahren wurden die vorteilhaften Effekte der Mensch-Tier-Beziehung populär. Es wurde vermehrt in diese Richtung geforscht. Wissenschaftliche Untersuchungen belegten, dass die Haltung von Haushunden und Hauskatzen sich positiv auf die Gesundheit auswirkt, zum Stressabbau beiträgt und die zwischenmenschliche Interaktion fördert. (Mars, 2013)

Nicht umsonst etablierte sich in den letzten 20 Jahren die Tiertherapie in Deutschland erfolgreich (Röger-Lakenbrink, 2006). Dadurch erhielt vor allem der Haushund eine weitere Rolle in seiner Beziehung zum Menschen und wurde neben sozialem Gefährten auch zum Therapiepartner.

Der verstärkte Schutz der deutschen Heim- und Nutztiere durch die Tierschutzvereine sorgte für eine Veränderung in der gesetzlichen Lage, so wurde in Deutschland im Jahre 2002 der Tierschutz als Staatsziel in den Artikel 20a des Grundgesetzes mit aufgenommen. Dadurch erhielt der Schutz der Tiere einen noch höheren Stellenwert in der Gesellschaft. (Mars, 2013)

Heutzutage werden Haustiere vor allem zur Verbesserung der Lebensqualität gehalten. Sie nehmen auch zunehmend eine Substitutfunktion ein, dies wird besonders deutlich bei der älteren Generation der deutschen Heimtierhalter. Die über 60-Jährigen machen heute mit 32 % den größten Anteil aus

und dies mit einer steigenden Tendenz, so waren es in 2004 noch 24 % (Mars, 2013). Hier werden die Heimtiere als Gesellschafter und Freizeitgenossen erfahren und die Beziehung zum Tier teilweise als wichtiger erachtet als die Beziehung zu Menschen. So gaben beispielsweise in einer amerikanischen Studie 75 % der älteren Haustierhalter (64-82 Jahre) an, dass sie ihr Heimtier als ihren engsten Freund bezeichnen würden (Peretti, 1990)

Abschließend kann gesagt werden, dass vor allem in den letzten 100 Jahren ein enormer Wandel der Mensch-Tier Beziehung stattgefunden hat. Tiere wurden im Laufe der letzten Jahrzehnte immer weniger als Gebrauchstiere betrachtet und haben stets mehr an Eigenwert gewonnen. So zeigt eine Umfrage unter der deutschen Bevölkerung, dass mehr als die Hälfte aller Deutschen ihre Heimtiere als eine Bereicherung für das Familienleben ansehen und 3 von 4 Deutschen sind der Meinung, dass der Leistung von Heimtieren mehr Anerkennung in unserer Gesellschaft gebühren sollte. (Mars, 2013)

## **2.4 Wirtschaftsfaktor Heimtier**

Die veränderte Mensch-Tier Beziehung wurde zu einem wirtschaftlichen Faktor. So trug beispielsweise die Hundesteuer in den letzten 60 Jahren zu einer deutlichen Erhöhung des Bruttoinlandproduktes bei: Während in Deutschland noch im Jahre 1950 20 Mio. € Hundesteuer gezahlt wurden, verdreizehnfachte sich dieser Betrag 2011 auf 275 Mio. € (Mars, 2013). Daneben sorgt die Nachfrage an Heimtierbedarf für einen entscheidenden Wirtschaftszweig, allein der Markt für Heimtierfutter ermöglicht Umsätze von 3,78 Mrd. €. Dabei sind die Verflechtungen mit anderen Branchen nicht erfassbar, hierbei ist beispielsweise an das Gesundheitswesen und (Fach)-Literatur, aber auch den Heimwerkerbedarf zu denken und somit wird vermutet, dass der gesamtwirtschaftliche Nutzen weitaus höher liegt. (Mars, 2013) Außerdem erstreckt sich der Markt der Heimtiere auch in unzählige weitere Wirtschaftsbereiche: Heutzutage kann geradezu von einer Omnipräsenz der Heimtiere gesprochen werden.

Dies wird auch deutlich auf dem Markt für Heimtierbedarf, so betrug der Umsatz von Zubehör für Hunde im Jahre 2012 ca. 164 Mio. € und der für Katzen ca. 185 Mio. €, dabei stieg der Umsatz bei den Hunden um 3,1% und bei den Katzen um 1,6% (IVH, 2012). Früher waren aus wirtschaftlicher Sicht die Produktionsgewinne aus der Tierhaltung am wichtigsten, dies ist zwar heutzutage noch immer der Fall, jedoch kommt inzwischen der umfangreiche Verkauf von Zubehör für die Heimtiere hinzu.

## **2.5 Präsenz der Seniorentiere in der Fachwelt**

Die Thematik der älteren Haushunden und Hauskatzen hält in den letzten Jahrzehnten vermehrt Einzug in die Fachliteratur und diverse Tierzeitschriften. Es gibt Bücher die sich ausschließlich mit dem adäquaten Umgang mit Seniorentieren befassen (vgl. Kraft, 2003; Davies, 1996). In Online Foren werden diese Thematiken aufgegriffen und auch in der Forschung und Wissenschaft wird auf die Bedürfnisse der Seniorentiere eingegangen.

Auf diversen Homepages gibt es die Möglichkeit Zubehör für seinen älteren Hund zu kaufen, das heißt die Nachfrage für diese Art Artikel ist tatsächlich da und verdeutlicht den Anthropomorphismus in der heutigen Gesellschaft. Denn sowie das Alltagsleben von Senioren durch die Erfindung diverser Seniorenartikel vereinfacht wurde, ist auch ein Markt für Artikel für Seniorentiere entstanden.

Neben der Literatur und dem Zubehör für Tierhalter von Seniorentieren entstand zuerst in den USA die Möglichkeit einer Krankenversicherung für Haustiere. Dies beeinflusste auch den Anstieg älterer Haushunde und Hauskatzen, da die finanzielle Situation zum Zeitpunkt einer notwendigen Operation

keine so große Rolle mehr spielte. (Brown; Silverman, 1999) Bislang wird die Krankenversicherung für Haustiere in Deutschland selbst noch als Nischen-Produkt angesehen (Krenzer, 2008). Dennoch steigt die Nachfrage laut Ökotest bei den Versicherungsunternehmen nach einer Krankenversicherung für die Vierbeiner. Die Notwendigkeit für diese Krankenversicherung für Haustiere ist besonders auf Grund der erweiterten Möglichkeiten in der Veterinärmedizin entstanden, hierzu im Folgenden mehr.

## **2.6 Veterinärmedizinische Aspekte**

Auch die Futtermittelindustrie stellt sich mehr und mehr auf die Bedürfnisse von älteren Tieren ein. Tatsächlich ist dies eine notwendige Entwicklung, um die Gesundheit der Haustiere bis ins hohe Alter zu gewährleisten. Da die Stoffwechselrate im Ruhezustand sich bei älteren Tieren reduziert und das Alter zumeist auch mit einer geringeren körperlichen Aktivität einhergeht, sinkt der tägliche Energiebedarf im Allgemeinen um 30-40% (Case u.a., 1995). Tatsächlich bestehen hier jedoch starke Unterschiede zwischen den einzelnen Tierarten, Tierrassen und selbst zwischen Individuen. Dies auch bezüglich des täglichen Eiweißbedarfs und der Neigung zur Entwicklung von altersbedingtem Über- oder Untergewicht (Fascetti, 2006).

Neben der Aufrechterhaltung des Idealgewichts hat das Futter auch Bedeutung für die weitere Gesundheit des Tieres. Durch eine angepasste Fütterung mit speziellen Diätprodukten können chronische Erkrankungen aufgehalten oder vorgebeugt werden und bereits vorhandene klinische Symptome reduziert bzw. verbessert werden (Case u.a., 1995).

Während Tierbesitzer in früheren Zeiten den Tod des älteren Haustieres allgemein dem höheren Alter zuschrieben, ihn als unausweichlich akzeptierten und nur im akuten Fall den Veterinärmediziner aufsuchten, steigt nun das Interesse daran den Haustieren ein möglichst langes Leben mit hoher Lebensqualität zu ermöglichen (Davis, 1996). Haustiere werden, wie bereits beschrieben, mehr und mehr zu echten Familienmitgliedern und dienen häufig als Ersatz für soziale Kontakte. Der „Partner Haustier“ soll aus diesem Grund möglichst lange an der Seite des Menschen bleiben (Davis, 1996). Während noch vor 50 Jahren die Geriatrie- die Wissenschaft von der Altersmedizin- beinahe keine Rolle in der Veterinärmedizin spielte, rückt diese nunmehr immer mehr in den Focus des Interesses (Davis, 1996). Dies natürlich auch, da an den älteren Haustieren wie auch an den älteren Menschen eine Menge Geld zu verdienen ist (Fascetti, 2006). Seit 1995 findet jährlich die Konferenz über das Verhalten, das Altern und die Wahrnehmung von Haushunden und Hauskatzen in Kanada (Canine Cognition and Aging Conference) statt. Während Sinn und Zweck dieses Kongresses anfangs noch der Erkenntnisgewinn an Haustieren für die humane Geriatrie war, so stand dieser im Jahr 2013 allein im Zeichen der Haustiere (Canine Conference, 2013).

Die veterinärmedizinische Forschung beschäftigt sich zunehmend mit der Frage, wie die Lebensspanne von Haustieren allgemein verlängert werden kann. Eine wichtige Erkenntnis bei dieser Frage ist u.a., dass beispielsweise kastrierte Hunde im Durchschnitt ca. 14 % (Rüden) bzw. 26% (Fähen) länger leben als nicht kastrierte Artgenossen (Hoffmann, u.a., 2013). Dies mag an der veränderten hormonellen Situation liegen. Bei freilaufenden Katzen ist bekannt, dass kastrierte Tiere ein kleineres Revier beanspruchen. Hierdurch sinkt prozentual die Gefahr von tödlichen Verkehrsunfällen. Da die Tiere auch weniger aggressiv sind, sinkt zudem die Gefahr für infektiöse Verletzungen (Bartz, 2013; Kraft, 2003).

Wie auch beim älteren Menschen ist die präventive Untersuchung auch beim Haustier von starkem Nutzen. Durch präventive Untersuchungen von älteren Tieren kann durch Früherkennung der Therapieerfolg verbessert werden, weiterhin können mögliche Schmerzen erkannt und beseitigt werden, die Lebensqualität des Tieres verbessert werden und natürlich das eigentliche Ziel, die Verlängerung der Lebensspanne des Tieres erreicht werden (Davies, 2012). Dieses Wissen durchdringt mehr und mehr die Gruppe der Haustierhalter und so steigt das Interesse an präventiven Untersuchungen von alternden Tieren. Diese präventiven Untersuchungen werden sowohl vom Tierarzt als auch von dem Haltern selbst ausgeführt. So erweiterten eine Anzahl an Tierspezialbedarfsanbietern in den letzten Jahren ihr Sortiment um Urineststreifen, die der Halter bequem Zuhause bei seinem Haustier anwenden kann und die der Früherkennung von bestimmten Krankheiten wie u.a. Diabetes Mellitus oder Nierenerkrankungen ermöglichen (Pad Vital, 2013). Weiterhin decken die Veterinärmediziner diesen Bereich ab: Es wird in der tierärztlichen Praxis immer mehr Wert darauf gelegt den Kunden den Nutzen und die Notwendigkeit von präventiven Untersuchungen ihrer Haustiere - vor allem im höheren Alter- nahe zu bringen (Baralone, 2012). Natürlich beschäftigt sich auch die veterinärmedizinische Forschung mehr mit der Früherkennung von Alterskrankheiten (vgl. GKF, 2007) und auch die frühe Erkennung von vererbaren Krankheiten wird thematisiert (Liang u.a., 2007). Auf diese Weise wird das Gesundheitsniveau der (älteren) Haustiere weiterhin erhöht.

Neben Prävention und Forschung wird natürlich auch in die Behandlung der älteren Tiere investiert (Kraft, 2003). Einen Höhepunkt erlebt die medizinische Versorgung von Haustieren im veterinärmedizinischen Einsatz von lebensverlängernden Maßnahmen aus der Humanmedizin. So existiert auch in der Veterinärmedizin mittlerweile ein Trend, verstärkt Chemotherapien für krebserkrankte Hunde und Katzen anzubieten. Vor allem bei älteren Tieren steht hierbei jedoch oft nicht das Ziel der Tumorvernichtung im Mittelpunkt, sondern das der Lebensverlängerung. (Vetion, 2003)

### 3. Untersuchungsdesign

Dieses Kapitel liefert Informationen über den Entwurf der Untersuchung. Zuerst werden die Untersuchungsfragen genannt, gefolgt von dem Untersuchungsaufbau und den Materialien und Methoden der Untersuchung.

#### 3.1. Untersuchungsfragen

Im Folgenden werden die Untersuchungsfragen, unterteilt in Haupt- und Unterfragen mit den dazugehörigen Hypothesen benannt. Ausgehend von dem Anlass und der Problematik der Untersuchung ergab sich für die Untersucher folgende Hauptfrage:

**Wie kann der Tierschutzverein für Berlin dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin begegnen?**

Um diese Hauptfrage zu beantworten, wurden folgende Unterfragen gestellt:

**Aus welchen Gründen erhöht sich der Anteil von älteren Haushunden und Hauskatzen in Tierheimen des Deutschen Tierschutzbundes und inwiefern treffen diese Gründe im Vergleich auf das Tierheim Berlin zu?**

Diese Unterfrage wurde an Hand von folgenden Hypothesen untersucht:

- 1. Hypothese:** Anteil erhöht sich, weil der Altersdurchschnitt deutscher Haushunde und Hauskatzen in den Tierheimen des DTB sich insgesamt erhöht
- 2. Hypothese:** Anteil erhöht sich, weil vermehrt Seniorentiere in Tierheimen des DTB abgegeben werden
- 3. Hypothese:** Anteil erhöht sich, da die Erfolgsquote der Adoptionen von deutsche Haushunde und Hauskatzen aus Tierheimen des DTB sinkt
- 4. Hypothese:** Anteil erhöht sich, weil Problemtiere in Tierheimen des DTB altern

Nachdem die Ursachen der Problematik an Hand der Hypothesen untersucht wurden, konnte folgende Unterfrage bearbeitet werden:

**Inwiefern kann der Tierschutzverein Berlin Einfluss auf die Gründe für die Erhöhung des Anteils an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin nehmen?**

Nach der Untersuchung dieser Unterfrage ergibt sich die Antwort auf die Hauptfrage in Form der Konklusion.

### 3.2 Aufbau und Methoden der Untersuchung

Im folgenden Abschnitt wird beschrieben, auf welche Art und Weise das Datenmaterial zur Beantwortung der Untersuchungsfragen gesammelt, verarbeitet und ausgewertet wurde. Als erstes geben die Untersucher einen Einblick in den Aufbau der Untersuchung, gefolgt von den Untersuchungsmaterialien und -methoden.

#### 3.2.1 Aufbau der Untersuchung

Die Hauptfrage wurde aus der Problembeschreibung (vgl. 1.) abgeleitet und mittels der Resultate der Unterfragen beantwortet (vgl. 6.). Die erste Unterfrage nahm Bezug auf die Ursachen der Problematik (vgl. 4.1). Für die Ursachen wurden vier Hypothesen formuliert (Abbildung 3), die es im Laufe der Untersuchung zu verifizieren oder zu falsifizieren galt. Nachdem die Gründe der Problematik untersucht wurden, wurde mit Hilfe der zweiten Unterfrage geklärt, wie Einfluss auf die verifizierten Gründe genommen werden kann (vgl. 4.2). Während der Voruntersuchung ermittelten die Untersucher bereits Lösungsstrategien, welche den zukünftigen Umgang mit dem Problem ermöglichen sollten. Die Lösungsstrategien konnten entweder Einfluss auf die Ursachen nehmen oder sofern dies nicht möglich war, sich mit dem zukünftigen Umgang der Problematik auseinandersetzen. Hierzu wurden potentielle Kunden des THB zu ihrer allgemeinen Attitüde gegenüber Adoptionen aus dem Tierheim befragt. Dadurch sollte ein repräsentativer Überblick geschaffen werden, welche Hemmungen oder Kriterien die potentiellen Kunden des THB haben, um Seniorentiere zu adoptieren oder warum sie es gerade nicht tun. Im Verlauf der Untersuchung wurden diese Lösungsstrategien in Bezug auf die gegebenen Rahmenbedingungen und Kriterien, sowie die Ergebnisse der Umfrage bearbeitet und an Hand dessen Empfehlungen für den TVB ausgesprochen (vgl. 7).

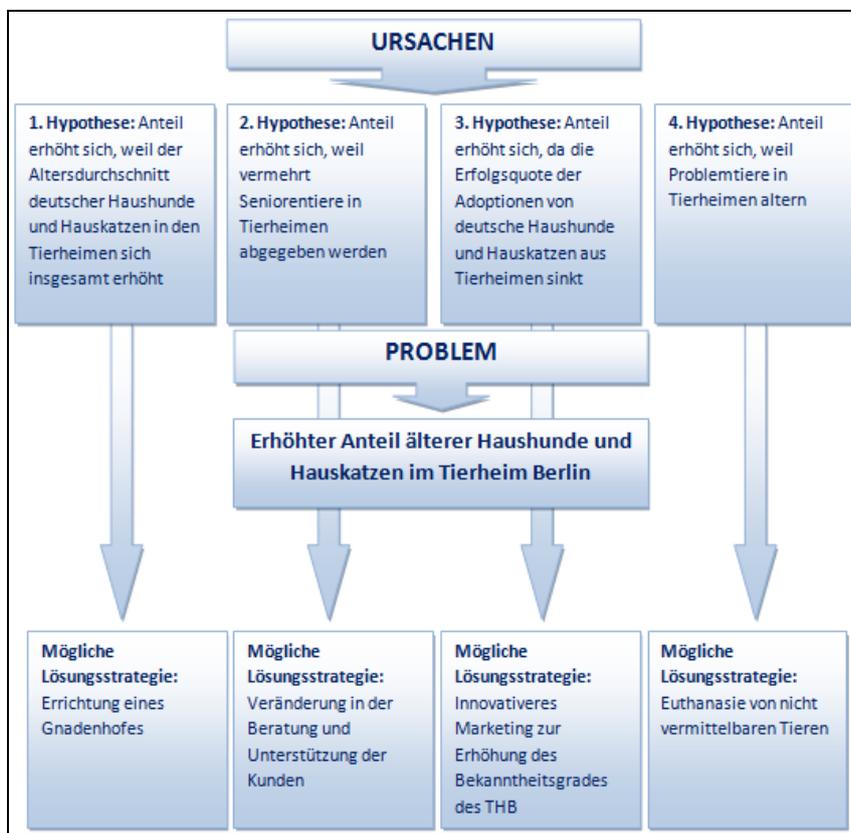


Abbildung 3: Übersicht über den Aufbau der Untersuchung

### **3.2.2 Materialien und Methoden der Untersuchung**

Im Folgenden wird ein Überblick über die Materialien und Methoden gegeben, welche genutzt wurden um Antworten auf die Untersuchungsfragen zu erhalten. Der Übersichtlichkeit halber sind die folgenden Ausführungen nach den Untersuchungsfragen strukturiert.

#### **Hauptfrage**

Die Antwort auf die Hauptfrage ergab sich aus den Untersuchungen der zwei Unterfragen, welche mittels Primär- und Sekundärforschung untersucht wurden:

Sekundärforschung:

Während der Sekundärforschung wurde eine Literaturstudie ausgeführt. Hierbei wurde Literatur der veterinärmedizinischen Bibliothek der Freien Universität Berlin und der Mediathek der Fachhochschule Van Hall Larenstein genutzt, sowie verlässliche Seiten aus dem Internet. Weiterhin wurde bereits vorhandenes Datenmaterial des DTB und des THB digital zusammengetragen und ausgewertet.

Primärforschung:

Während der Primärforschung wurde eine quantitative Survey-Untersuchung bei den potentiellen Kunden des THB in Form einer Befragung ausgeführt (siehe 2. Unterfrage). Außerdem wurden schriftliche Interviews mit Verwaltungsmitarbeitern des Tierschutzvereins München, des TVB und dem THB geführt, um anfüllende Daten zu erhalten.

Schon während der Voruntersuchung wurden mögliche Lösungsstrategien zur Beantwortung der Hauptfrage entwickelt. Um über diese möglichen Lösungen zusätzliche und detailliertere Informationen zu erhalten, wurde ein Interview mit einer Mitarbeiterin der Abteilung Tierschutz des Tierheims München ausgeführt. Darauf folgte ein Interview mit der kaufmännischen Geschäftsleitung des THB, um dieser die vom Tierheim München bereits ausgeführte Strategie in Form eines Gnadenhofes vorzustellen und zu diskutieren.

Das Tierheim München wurde zum Vergleich herangezogen, da es wie das THB in Großstadtnähe liegt und Mitglied des DTB ist.

#### **1. Unterfrage**

Um die Frage nach den Ursachen zu beantworten, entwickelten die Untersucher Hypothesen, welche dem erhöhten Anteil an Senioren in den Tierheimen Berlin zu Grunde liegen könnten. Gegenstand der Untersuchung sollten Daten des DTB und THB über (ältere) Haushunde und Hauskatzen in den Tierheimen sein. Für den DTB wurde eine Studie des DTB von 2009 als Grundlage genutzt, für das THB war angedacht, dass Daten von 2007 bis 2012 bereitgestellt werden würden. An Hand dieser Daten sollten die Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden und Auskunft geben über:

- das Durchschnittsalter der Haushunde und Hauskatzen in den Tierheimen des DTB und im THB
- die Abgabebeträge von Senioren in Tierheimen des DTB und im THB
- die Erfolgsquote der Tierheime des DTB und des THB
- den Anteil von Problemtieren in Tierheimen des DTB und im THB

Mit Hilfe dieser Auskünfte wurden die Hypothesen entweder angenommen oder verworfen. Hierzu hatten die Untersucher auf Grundlage der Voruntersuchung vorab festgelegt, welche Kriterien für die Annahme oder Verwerfung einer Hypothese von Belang sein sollten:

1. Hypothese: Es wird von einer Erhöhung des Altersdurchschnitts von deutschen Haushunden und Hauskatzen aus den Tierheimen des DTB und des THB gesprochen, wenn dieser in den letzten fünf Jahren im Durchschnitt um mindestens ein Jahr angestiegen ist.

2. Hypothese: Es wird von einer Erhöhung der Abgabebzahl von Seniorentieren in den Tierheimen des DTB und des THB gesprochen, wenn sich in den letzten fünf Jahren die Zahl der abgegebenen Seniorentiere um mindestens fünf Prozent erhöht hat.

3. Hypothese: Es wird von einer Verminderung der Erfolgsquote der Adoptionen von deutschen Haushunden und Hauskatzen in den Tierheimen des DTB und des THB gesprochen, wenn die Erfolgsquote in den letzten fünf Jahren um mehr als fünf Prozent gesunken ist.

4. Hypothese: Es wird davon gesprochen, dass Problemtiere im Tierheim altern, wenn fünf Prozent der Problemtiere länger als zwei Jahre in den Tierheimen des DTB und des THB verbleiben.

## **2. Unterfrage**

Um einen Eindruck zu bekommen, wie Einfluss auf die Ursachen durch den TVB genommen werden könnte, wurde eine Literaturstudie ausgeführt und Gebrauch von den bereits abgenommenen Interviews gemacht. Weiterhin wurde eine Umfrage für potentielle Kunden des Tierheims entworfen (siehe Beilage IV). Mit Hilfe der Umfrage wollten die Untersucher einen Einblick erhalten, welche Motivationen die potentiellen Kunden haben, um ein (älteres) Haustier zu adoptieren oder gerade nicht. Der Untersuchungspopulation lagen folgende Auswahlkriterien zu Grunde:

- Einwohner des Landes Berlin/Brandenburg
- voll rechtsfähige Personen
- im Besitz von oder Interesse an einem Haushund oder Hauskatze

Aufgrund der enormen Einwohnerzahl von Berlin Brandenburg (ca. 5,7 Millionen) und der Anzahl nicht feststellbarer potentieller Kunden des THB, war es leider nicht möglich die benötigte Stichprobengröße zu ermitteln. Aus diesem Grund orientierten sich die Untersucher an der Zahl der jährlichen Adoptionen von Haushunden und Hauskatzen. Diese beträgt ca. 5000 woraus sich (bei einem Konfidenzlevel von 95% und einem Konfidenzintervall von 3%) eine ideale Stichprobengröße von 800 ergab. Da diese Stichprobengröße aus zeitlichen Gründen nicht zu bewältigen war, haben sich die Untersucher auf eine Stichprobe von mindestens 200 Befragten beschränkt. Die Umfrage fand persönlich (face-to-face) statt und wurde von den Befragten selbstständig schriftlich ausgefüllt. Die Befragten unterlagen einer nicht-selektiven Auswahl und wurden somit willkürlich ausgewählt. Die Umfrage wurde in einem Zeitraum von drei Wochen im Dezember 2013 in Berlin durch die Untersucher durchgeführt. Der von den potentiellen Kunden ausgefüllte Fragebogen, wurde mittels des statistischen Arbeitsprogramms SPSS ausgewertet. Hierfür wurden die Fragen zuvor von den Untersuchern kodiert (siehe Beilage III) und grafisch aufbereitet. Die Ergebnisse der Umfrage befinden sich in Beilage IV.

Weiterhin wurden Rahmenbedingungen und Kriterien entwickelt, um die Lösungsstrategien gegeneinander abwägen zu können.

## 4. Untersuchungsergebnisse

Im Folgenden werden die Untersuchungsergebnisse besprochen. Aus Gründen der Übersichtlichkeit ist dieses Kapitel nach den Untersuchungsfragen strukturiert. Dabei werden zuerst die einzelnen Unterfragen bearbeitet und anschließend wird in der Konklusion Bezug auf die Hauptfrage genommen.

Die Ergebnisse der zwei Unterfragen ergeben sich sowohl aus der Voruntersuchung, den geführten Interviews und der Umfrage. Die Ergebnisse der Unterfragen leiten zum Ergebnis der Hauptfrage.

### 4.1 Erste Unterfrage- Gründe für die Problematik

Im Folgenden werden die aufgestellten Hypothesen an Hand der zuvor festgelegten Maßstäbe (vgl. 3.2.2) verifiziert oder falsifiziert. Sofern eine Hypothese verifiziert wird, ist sie als Grund für die Erhöhung des Anteils an Senioren in Tierheimen des DTB sowie im Tierheim Berlin zu bewerten.

Die Bearbeitung der Hypothesen erfolgt an Hand der Voruntersuchung und der geführten Interviews.

#### 4.1.1 Erste Hypothese – Altersdurchschnitt

Die erste Hypothese lautet: Der Anteil an Senioren erhöht sich, weil der Altersdurchschnitt deutscher Haushunde und Hauskatzen in den Tierheimen des DTB sich insgesamt erhöht. Sollte es eine Veränderung in der Altersstruktur geben, so sollte diese auch in den Tierheimen spürbar sein.

##### Deutscher Tierschutzbund

In einer vom DTB in Auftrag gegebenen Studie des Mafo-Instituts über die Struktur, sowie die Abgabe- und Vermittlungszahlen der Tierheime des DTB, ergab sich, dass die Anzahl an Senioren in Tierheimen des DTB im Jahr 2009 bei ca. einem Drittel (31%) des Gesamtbestandes an Hunden und ca. einem Fünftel (19%) des Gesamtbestandes an Katzen lag. Weitere Daten aus dem Untersuchungszeitraum von 2007-2012 und davor stehen nicht zur Verfügung. Jedoch deuten die Trends der Mafo-Studie, sowie telefonische Aussagen der Pressestelle des DTB darauf hin, dass von einem Zutreffen der Hypothese ausgegangen werden kann. Laut DTB hat sich der Altersdurchschnitt der Haushunde und Hauskatzen in den Tierheimen des DTB erhöht: zu den nicht vermittelbaren Senioren kommen jährlich weitere abgegebene Senioren hinzu. Weiterhin wird die Gruppe der Senioren von alternden Problemtieren angefüllt. Dies habe bei einer ansonsten unveränderten Altersstruktur die Folge, dass der Altersdurchschnitt von deutschen Haushunden und Hauskatzen in den Tierheimen sich allgemein erhöhe.

##### Tierheim Berlin

Nach aktuellen Daten des TVB liegt die Anzahl von Senioren im Tierheim Berlin momentan bei insgesamt 14% des Bestandes an Hunden und Katzen (Mdl. Absprache: B. Kaminski, Pressesprecherin TVB, 13.08.2013). Sowohl der TVB als auch die kaufmännische Geschäftsleitung des THB gaben in schriftlichen Interviews mit den Untersuchern an, dass die Anzahl von Senioren sich in den letzten Jahren stetig vermehre. Im Zusammenhang damit liegt das aktuelle Durchschnittsalter von Hunden bei sechs bis sieben Jahren. Dieses betrug vor circa fünf Jahren noch fünf bis sechs Jahre. Für den Katzenbestand ließen sich leider keine genauen Durchschnittswerte ermitteln. Es wurde jedoch im Interview bestätigt, dass auch dieses gleichwie das der Hunde ansteige.

### Ergebnis

Nach dem zuvor aufgestellten Bewertungsmaßstab kann von einer Erhöhung des Altersdurchschnitts von deutschen Haushunden und Hauskatzen gesprochen werden, wenn dieser in den letzten fünf Jahren im Durchschnitt um mindestens ein Jahr angestiegen ist. Dieses Kriterium ist bezüglich des THB zumindest für die Population der Hunde erfüllt und auch bei der Katzenpopulation kann eine vergleichbare Steigerung des Altersdurchschnitts in den letzten fünf Jahren vermutet werden. Die Hypothese trifft zu, da die Voruntersuchung ergab, dass sich der Altersdurchschnitt der deutschen Haushunde und Hauskatzen allgemein erhöht hat. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass dies auf die Tierheime des DTB übertragbar ist. Außerdem wurde dies auch in den beiden Interviews bestätigt.

#### **4.1.2 Zweite Hypothese – Abgabe von Seniorenentieren**

Die zweite Hypothese lautet: Der Anteil an Seniorenentieren erhöht sich, weil vermehrt ältere Haushunde und Hauskatzen in Tierheimen des DTB abgegeben werden. Auf die Art und Weise wurde sich der Bestand aufgrund der vermehrten Abgaben erhöhen.

### Deutscher Tierschutzbund

Wiederum stehen auch beim DTB bezüglich der Abgabebezahlen von Seniorenentieren in den vergangenen fünf Jahren keine Daten zur Verfügung. Allein die Tierheimstudie des Mafo-Instituts von 2009 steht zur Beurteilung der Hypothese zur Verfügung. Jedoch lassen sich aus den vorhandenen Daten keine Rückschlüsse auf eine Erhöhung der Abgabebezahlen ziehen, besonders nicht für den definierten Zeitraum. Auch der DTB selbst war nach telefonischer Anfrage diesbezüglich zu keiner Beurteilung bereit.

### Tierheim Berlin

Der TVB verfügt über keine einsichtigen Daten zum Abgabealter der aufgenommenen Tiere in den letzten fünf Jahren. Das THB gab jedoch im schriftlichen Interview auf die Frage nach der Entwicklung der Bestandszahlen von Seniorenentieren in den letzten fünf Jahren unaufgefordert an, dass dem Eindruck zu Folge stetig mehr Seniorenentiere abgegeben würden. Detaillierter Informationen zur Beurteilung der Hypothese stehen den Untersuchern nicht zur Verfügung.

### Ergebnis

Nach dem zuvor aufgestellten Bewertungsmaßstab kann von einem Zutreffen der Hypothese gesprochen werden, wenn sich in den letzten fünf Jahren die Zahl der abgegebenen Seniorenentiere um mindestens fünf Prozent erhöht hat. Aufgrund der mangelhaften Datenlage kann diese Hypothese jedoch weder verifiziert noch falsifiziert werden.

#### **4.1.3 Dritte Hypothese – Erfolgsquote**

Die dritte Hypothese lautet: Der Anteil an Seniorenentieren erhöht sich, da die Erfolgsquote der Adoptionen von deutschen Haushunden und Hauskatzen aus Tierheimen des DTB sinkt. Sollte diese Quote im Laufe der Jahre sinken, führt dies allgemein zu einer höheren Anzahl von Tieren in den Tierheimen und somit auch zu einem verhältnismäßig höheren Anteil von Seniorenentieren. Um von einer Steigung der Erfolgsquote zu sprechen ist es notwendig, dass die Anzahl der vermittelten Hunde und Katzen die Anzahl der aufgenommenen Tiere regelmäßig übersteigt.

### Deutscher Tierschutzbund

Leider sind auch hier keine aktuellen Daten vorhanden, aber Aussagen des DTB zu Folge wird angenommen, dass sich der Trend bezüglich der in der Mafo-Studie verarbeiteten Daten in den letzten Jahren fortgesetzt hat. Es handelt sich bei den folgenden Daten um Hochrechnungen, das heißt es handelt sich nicht um die tatsächlichen Zahlen.

Insgesamt wurden in den vier Jahren 338.300 Hunde und 484.700 Katzen aufgenommen, das heißt die Anzahl der deutschlandweit aufgenommenen Katzen lag über der Anzahl der aufgenommenen Hunde. Im Durchschnitt handelte es sich jährlich um ca. 56.383 Hunde und 80.783 Katzen die in Tierheimen abgegeben wurden. Die Anzahl der aufgenommenen Tiere nahm laut der vorhandenen Daten in 1999 mit weit über 200.000 Tieren deutlich zu und danach wieder ab.

Wenn diese Daten grafisch dargestellt werden, ist hier insgesamt ein leichter Rückgang der aufgenommenen Tiere zu erkennen (Abbildung 4). Im Durchschnitt ging die Anzahl der aufgenommenen Hunde in den Jahren von 1995 bis 2009 um 6% zurück und die der Katzen nahm um 28% zu.

In der gesamten Bundesrepublik wurden mehr Katzen als Hunde vermittelt, insgesamt wurden in den vier Jahren um 362.900 Katzen und 239.400 Hunde vermittelt (Abbildung 4). Im Durchschnitt handelte es sich pro Jahr um 39.900 Hunde und 60.483 Katzen die ein neues Zuhause fanden. Wie bei den zuvor beschriebenen Aufnahmen der Tiere, unterliegen auch diese Daten gewissen Schwankungen. So gab es auch hier in dem Jahr 1999 eine deutliche Zunahme der Vermittlungen gefolgt von einem Rückgang, wobei der Rückgang bei den vermittelten Katzen nicht ganz so stark war wie bei den Hunden. Die Anzahl der vermittelten Hunde ist verglichen mit dem THB auch in den anderen deutschen Tierheimen eher rückläufig. So ging die Anzahl der vermittelten Hunde seit 1995 im Durchschnitt um 8% zurück. Allerdings hat im Gegensatz zum THB die Anzahl der vermittelten Katzen um 28% zugenommen.

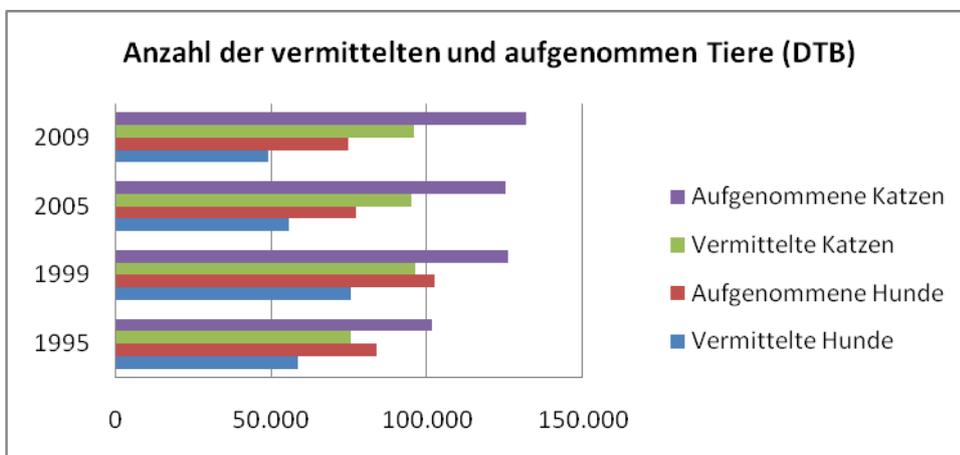


Abbildung 4: Anzahl vermittelter und aufgenommener Hunde und Katzen zwischen 1995 und 2009 gemäß der Tierheimstudie des DTB

Wird die Anzahl der aufgenommenen Hunde und Katzen von der Anzahl der vermittelten Tiere abgezogen, ergibt sich bei den deutschen Tierheimen ein konstant negatives Ergebnis. Insgesamt liegt die Erfolgsquote der Hunde unter der von den Katzen (Abbildung 5).

Bei den Katzen sind keine extremen Schwankungen zu erkennen, wohingegen es bei den Hunden im Jahre 2005 einen deutlichen Aufschwung gab. Der Unterschied zwischen den beiden Tierarten wird sich vermutlich in den kommenden Jahren fortgesetzt haben, wobei die Erfolgsquote der Katzen stets unter der von den Hunden gelegen haben wird.

Außerdem befinden sich beide Erfolgsquoten im negativen Bereich, das heißt das noch immer deutlich mehr Tiere aufgenommen als vermittelt werden.

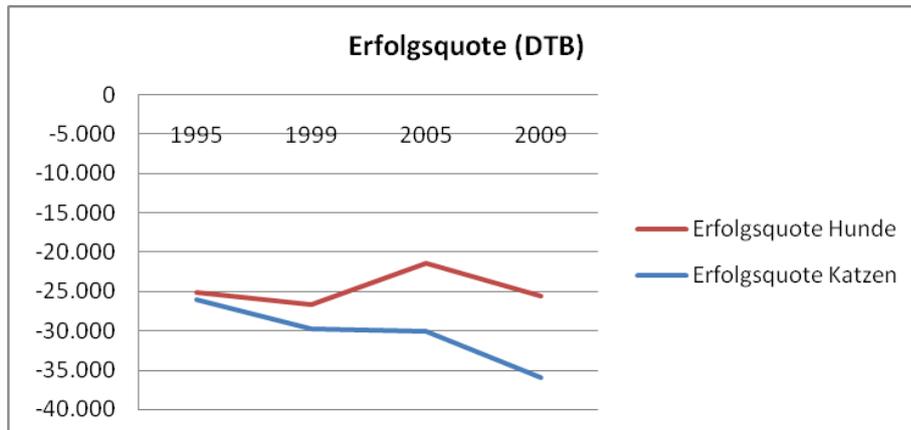


Abbildung 5: Durchschnittliche Erfolgsquote zwischen 1995 und 2009 gemäß der Tierheimstudie des DTB

### Tierheim Berlin

Laut den Daten des THB wurden in den Jahren 2007-2012 insgesamt 10.615 Hunde und 24.072 Katzen aufgenommen, dies macht durchschnittlich 1.769 Hunde und 4.012 Katzen pro Jahr. Das heißt mehr als doppelt so viele Katzen wie Hunde wurden jährlich im THB abgegeben.

Werden diese Zahlen grafisch dargestellt, lässt sich erkennen, dass es keinen deutlichen Anstieg oder Rückgang der Zahlen gibt (Abbildung 6). Lediglich im Jahr 2010 gab es insgesamt einen kleinen Anstieg mit mehr als 6.000 abgegebenen Hunden und Katzen, welcher allerdings nicht kontinuierlich fortläuft. Es wird angenommen, dass es im Laufe der Jahre regelmäßige Schwankungen gibt.

Insgesamt sind die Zahlen in den letzten drei Jahren eher rückläufig.

Durchschnittlich wurden 1.768 Hunde und 3.998 Katzen pro Jahr vermittelt, beinahe doppelt so viele Katzen wie Hunde. Insgesamt wurden in den Jahren von 2007-2012 10.607 Hunde vermittelt, diese Zahl liegt mit 8 Hunden durchschnittlich nur minimal unter der gesamten Anzahl von aufgenommenen Hunden. Wohingegen der Unterschied zwischen den vermittelten und aufgenommenen Katzen im Durchschnitt mit 83 Tieren höher lag. Das bedeutet, dass die Anzahl der aufgenommenen Tiere im THB die Anzahl der vermittelten Tiere in den letzten Jahren überstieg.

Wenn die Zahlen grafisch dargestellt werden, ist keine deutliche Steigung der Vermittlungen sichtbar (Abbildung 6). Wie bei den Aufnahmen sind jährliche Schwankungen zu erkennen, in 2010 ist auch ein Anstieg der Vermittlungen im Bereich der 6.000 zu erkennen. Insgesamt sind auch diese Zahlen in den letzten drei Jahren eher rückläufig.

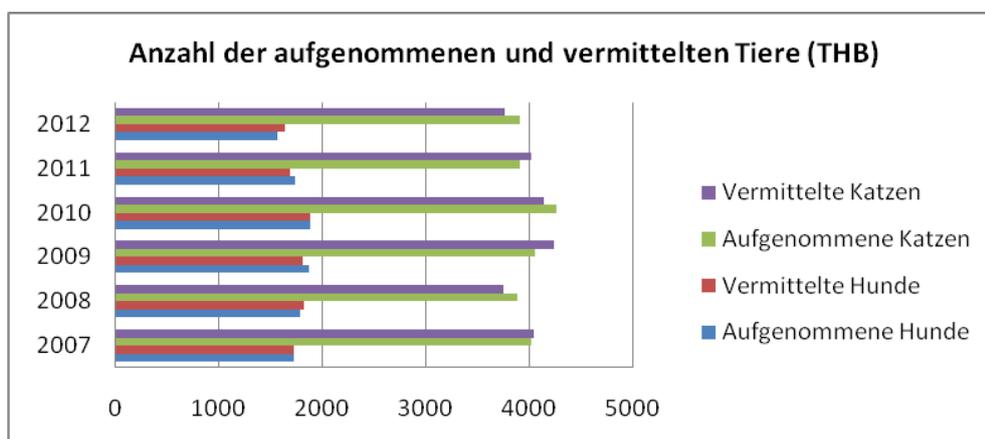


Abbildung 6: Vermittelte Hunde und Katzen von 2007-2012 im THB (Kaminski, 2013B)

Im Folgenden wird der Zusammenhang zwischen den Vermittlungen und Aufnahmen anhand der Erfolgsquote dargestellt. Sollte sich der Quotient im positiven Bereich befinden, heißt es das mehr Tiere in diesem Jahr vermittelt als aufgenommen wurden. Auch hier kann von keiner regelmäßigen Zu- oder Abnahme die Sprache sein, jedes Jahr sind starke Schwankungen in den Ergebnissen zu erkennen. Wenn nun allerdings die Daten grafisch dargestellt werden, fällt eine Regelmäßigkeit auf (Abbildung 7): Unabhängig von der Anzahl der Katzen und Hunden, jedes Jahr ist das Ergebnis der Erfolgsquote entweder positiv für die Hunde oder für die Katzen. Das bedeutet, dass jedes Jahr entweder mehr Hunde und dafür weniger Katzen vermittelt werden oder mehr Katzen und dafür weniger Hunde.

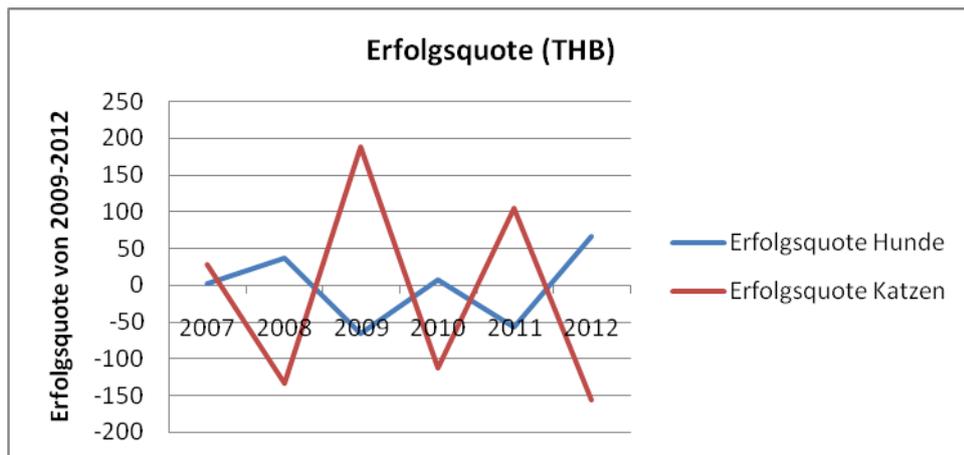


Abbildung 7: Erfolgsquote von 2007-2012 im THB (Kaminski, 2013B)

### Ergebnis

Um diese dritte Hypothese anzunehmen muss anhand der Daten zu sehen sein, dass die Erfolgsquote in den letzten fünf Jahren um fünf Prozent gesunken ist. Aufgrund der extremen Schwankungen in den Daten lässt sich kein sinnvoller Durchschnittswert ermitteln, welcher einen gleichmäßigen Rückgang der Erfolgsquote im THB anzeigen würde. Das heißt hier lässt sich kein logischer numerischer Wert ermitteln der einen Vergleich mit den anderen deutschen Tierheimen darstellen würde. Jedoch liegt der allgemeine Trend der Erfolgsquote des THB über einen längeren Zeitraum im Durchschnitt (8 Hunde und 83 Katzen) im negativen Bereich, weswegen die Hypothese für das THB angenommen wird.

Im Gegensatz zum THB bilden die Daten des DTB im Durchschnitt einen Rückgang von insgesamt 6,6% der Erfolgsquote von beiden Tierarten. Da davon ausgegangen wird, dass sich dieser Trend weiter fortgesetzt hat, wird in diesem Fall die Hypothese auch für den DTB angenommen.

#### **4.1.4 Vierte Hypothese – Problemtiere**

Die vierte Hypothese lautet: Der Anteil an Senientieren erhöht sich, weil Problemtiere in Tierheimen des DTB altern. Diese Hypothese entstand durch die Annahme, dass sogenannte Problemtiere aufgrund ihrer geringeren Vermittlungschancen im Tierheim altern oder auch zu sogenannten Langsitzern werden, da sie als nicht vermittelbar gelten. Sollte der Anteil dieser Tiere erheblich groß sein oder drastisch steigen, könnte dies den Altersdurchschnitt im Tierheim erhöhen.

## Deutscher Tierschutzbund

Der DTB gibt in der Mafo-Studie an, dass im Jahr 2006 im Durchschnitt zwei Problemhunde in 46% der deutschen Tierheime lebten. Von diesen Tierheimen führen 60% so genannte Resozialisierungsmaßnahmen bei schwer erziehbaren Hunden durch, wovon 30% der Tiere mit steigender Tendenz nicht wieder vermittelt wurden.

Im Durchschnitt gelten 64 Katzen und 85 Hunde in deutschen Tierheimen als nicht vermittelbar (Abbildung 8). Als Hauptgrund für die Unvermittelbarkeit von Hunden und Katzen, geben im Schnitt 68% der deutschen Tierheime das zu hohe Alter der Hunde und 59% das zu hohe Alter der Katzen an. Die Anzahl der nicht vermittelbaren Hunde liegt deutlich über der Anzahl der nicht vermittelbaren Katzen. Insgesamt ist die Anzahl der nicht vermittelbaren Hunde eher konstant bis rückläufig. Wenn allerdings tendenziell weniger Hunde vermittelt werden, welche verhaltensauffällig sind und bei denen Maßnahmen der Resozialisierung vorgenommen wurden, dann bedeutet dies, dass die Anzahl der alten und kranken Hunde, welche wieder vermittelt wurden gestiegen sein muss.

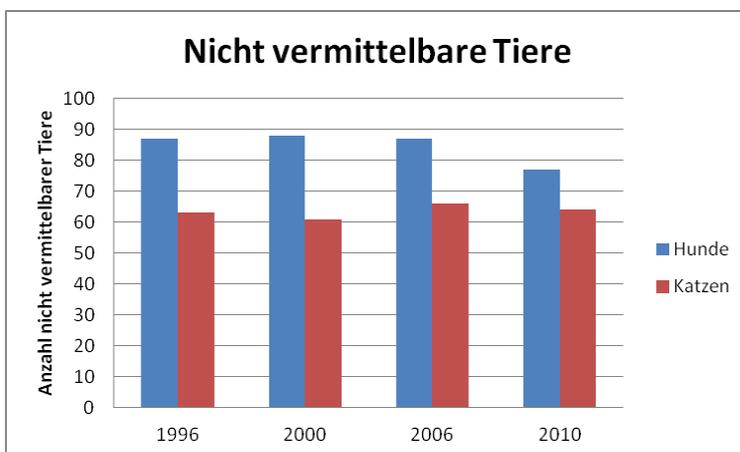


Abbildung 8: Anzahl nicht vermittelbare Tiere in deutschen Tierheimen von 1996 und 2010 gemäß der Tierheimstudie des DTB

Insgesamt wurden zwischen 1995 und 2009 98.900 Hunde und 121.800 Katzen nicht vermittelt (Abbildung 9). Das macht durchschnittlich 24.725 Hunde und 30.450 Katzen im Jahr. Die Zahl der nicht vermittelten Katzen lag deutlich über der Anzahl der Hunde. Im Durchschnitt stieg die Anzahl der Tiere, welche nicht vermittelt wurden, seit 1995 um 2% (Hunde) und 11% (Katzen) an.

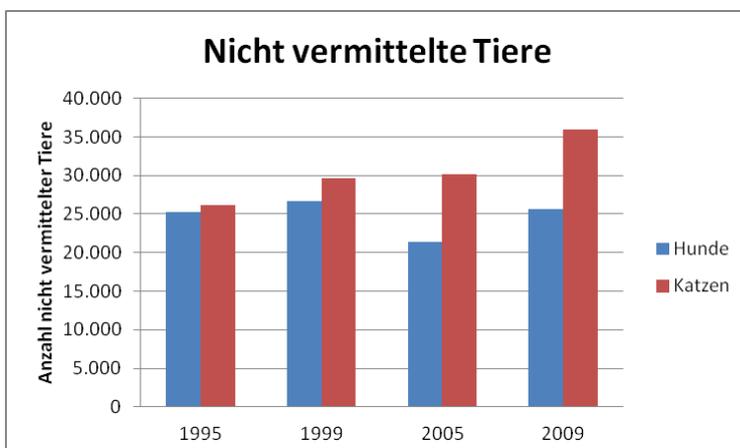


Abbildung 9: Anzahl nicht vermittelter Tiere in deutschen Tierheimen zwischen 1995 und 2009 gemäß der Tierheimstudie des DTB

Die Verweildauer der Tiere hat sich allgemein erhöht, so stieg die Anzahl der Monate in denen Hunde im Tierheim verweilen zwischen 1995 und 2010 um 24% und um 19% bei Katzen (Abbildung 10). Die Tendenz ist auch hier steigend.

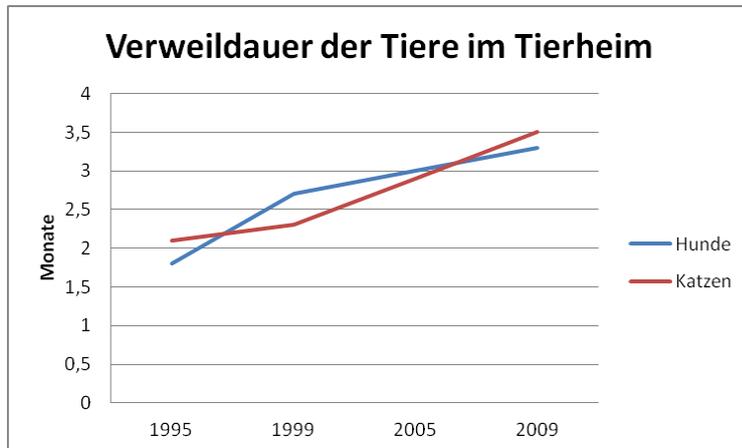


Abbildung 10: Verweildauer der Tiere in deutschen Tierheimen zwischen 1995 und 2009 gemäß der Tierheimstudie des DTB

### Tierheim Berlin

Es gibt keine geführte Statistik über die Anzahl der Problemtiere im THB. Jedoch gab der TVB an, dass bei einer aktuellen Besetzung von durchschnittlich 312 Hunden, es sich bei 17% um schwer erziehbare Tiere handelt. Also bei ungefähr 53 Hunden handelt es sich um sogenannte Problemtiere bei denen die Möglichkeit besteht, dass sie zu Langsitzern werden.

Bezüglich des Katzenbestandes sind keine Zahlen vorhanden. Aktuell befinden sich ca. 536 Katzen im THB, das heißt wenn von einem ähnlichen Prozentsatz wie bei den Hunden ausgegangen wird, handelt es sich um 91 Tiere. Als weiteren Richtwert wurde die Aussage vom Tierheim München genutzt, dass es sich bei ca. 15% der Katzen um Problemtiere handelt.

Ungeachtet der genauen Anzahl der Problemtiere ist die Tendenz laut TVB deutlich steigend.

### Ergebnis

Es wird davon gesprochen, dass Problemtiere im Tierheim altern, wenn fünf Prozent der Problemtiere länger als zwei Jahre in den Tierheimen des DTB und des Tierheims Berlin verbleiben. Anhand der vorliegenden Daten ist es nicht möglich eine genaue Zahl zu berechnen, wie lange die Problemtiere im Tierheim verweilen und ob die Tendenz steigend ist.

Allerdings gaben die Tierschutzvereine und der DTB an, dass die Anzahl der Problemtiere in den letzten Jahren angestiegen und die Tendenz steigend ist. Außerdem kann den Daten entnommen werden, dass die allgemeine Verweildauer der Tiere in den Tierheimen angestiegen ist und auch die Zahl der nicht vermittelten Tiere zunimmt. Außerdem liegt der Prozentsatz der im Tierheim lebenden Tiere mit 17% weit über den zuvor festgelegten 5%. Daraus lässt sich schließen, dass die Ursache für diese Hypothese tatsächlich zutrifft und die Hypothese angenommen wird.

#### **4.1.5 Fazit: Gründe für die Erhöhung des Anteils von Senioren in deutschen Tierheimen und dem THB**

Die zuvor untersuchten Hypothesen liefern die Antwort auf die Frage nach den Gründen für den erhöhten Anteil von Senioren in Tierheimen des DTB und darauf, inwiefern diese Gründe im Vergleich auf das THB zu treffen.

Der erste Grund ist die Erhöhung des allgemeinen Durchschnittsalters deutscher Haushunde und Hauskatzen. Wie zuvor in der Voruntersuchung belegt und durch die Interviews mit dem DTB und TVB bestätigt, trifft dies auch auf die untersuchten Tierheime zu.

Als zweite Ursache wurde vermutet, dass es eine erhöhte Abgabe von Senioren gibt, jedoch konnte dies nicht bestätigt werden. Hier fehlen vor Allem relevante und aussagekräftige Aufzeichnungen der letzten Jahre sowohl vom DTB, als auch vom THB.

Des Weiteren wurde angenommen, dass sich der Anteil an Senioren in den Tierheimen aufgrund der sinkenden Erfolgsquote erhöht hat. Diese Hypothese konnte bestätigt werden, da es tatsächlich einen Rückgang der Erfolgsquote gab. Im Gegensatz zu den Daten des DTB unterliegen die Daten des THB starke Schwankungen, wodurch kein regelmäßiger Rückgang zu erkennen war.

Als letzte Ursache wurden die im Tierheim alternden Problemtiere genannt. Auch diese Hypothese lässt sich zwar nicht mit genauen Zahlen belegen, dennoch liegt aufgrund der Aussagen von DTB und THB die Vermutung nahe, dass die Hypothese zutrifft. Außerdem ist die Anzahl der Problemtiere und Tiere die nicht vermittelt werden deutlich höher als die für die Bewertungskriterien festgelegten fünf Prozent. Dies trifft sowohl auf die Tierheime des DTB als auch auf das THB zu.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der allgemein steigenden Altersdurchschnitt von deutschen Haushunden und Hauskatzen und die Erfolgsquote der Vermittlungen entscheidenden Einfluss auf den Anteil der Senioren in deutschen und dem Berliner Tierheim haben. Zusätzlich wird dieser Anteil angefüllt mit Problemtieren, welche stets länger in den Tierheimen verweilen. Dieser Anstieg führt zur bereits beschriebenen Problematik im THB (vgl. 1.1). Inwiefern auf diese Problematik Einfluss genommen werden kann, wird im Anschluss besprochen (vgl. 4.2).

## **4.2 Zweite Unterfrage – Einflussnahme auf die Problematik**

Im Folgenden wird die Unterfrage beantwortet, inwiefern der TVB Einfluss auf die Gründe für die Erhöhung des Anteils an Seniorenentieren im THB nehmen kann. Dies geschieht mittels der Summierung möglicher Lösungsstrategien für die Problematik.

Hierbei wird Bezug auf die Untersuchung der Hypothesen, sowie auf Erkenntnisse aus der Umfrage genommen.

Die möglichen Lösungsstrategien lassen sich im Groben in zwei Gruppen unterteilen. Beide Gruppen bedürfen des Aktivwerdens des TVB, jedoch auf sehr entgegen gesetzte Art und Weise: Die erste Gruppe stellt die aktive Reduktion des Bestandes an Seniorenentieren in den Fokus und die zweite Gruppe beschäftigt sich mit der passiven Reduktion des Bestandes durch die Erhöhung der Erfolgsquote für die Vermittlung von Seniorenentieren.

### **4.2.1 Aktive Reduktion des Bestandes an Seniorenentieren**

Durch die im Folgenden besprochenen Lösungsstrategien kann der TVB den aktuellen Bestand an Seniorenentieren aktiv reduzieren. Es ist keine Mitwirkung durch die potentiellen Kunden des THB notwendig. Das Ziel der Strategien ist es die Bestandszahlen von Seniorenentieren im Tierheim Berlin aktiv zu verringern.

#### Gnadenhof

Um eine Senkung des Altersdurchschnitt der im Tierheim lebenden Hunde und Katzen zu erreichen, könnte die Unterbringung von Seniorenentieren auf einer, an das Tierheim Berlin gekoppelten Außenstelle, eine Lösung sein. Diese Lösung wird bereits vom Tierschutzverein München für das Tierheim München praktiziert. Der Tierschutzverein betreibt neben dem eigentlichen Tierheim bereits seit 1989 eine Außenstelle für Seniorenentiere - den Gnadenhof Kirchasch im Münchner Umland. Auf diesem Gnadenhof sind neben Seniorenentieren auch weitere schwer vermittelbare Tierheimtiere untergebracht. Aktuell leben dort neben anderen Tierarten 27 Hunde und 40 Katzen auf einem Areal von ca. 30.000 m<sup>2</sup> (Geupler, 2013).

Hauptbeweggrund für die Einrichtung des Gnadenhofes war es das Wohlbefinden von Tieren, deren Vermittlung unwahrscheinlich ist, auf einem höheren Standard als das im Tierheimalltag möglich ist zu garantieren.

#### Euthanasie

Um die Problematik der im Tierheim alternden Problemtiere anzugehen, könnte die Euthanasie von diesen die Lösung sein. Weiterhin könnte durch die Euthanasie nicht vermittelbarer Seniorenentiere auch Einfluss auf die Problematik genommen werden.

Die Euthanasie nicht vermittelbarer Tiere wird u.a. in Spanien, sowie in Frankreich und Belgien praktiziert. Dafür fördert der Staat hier Einrichtungen zur Euthanasie von ungewollten Haustieren. Meist werden die Tiere nach einer sehr kurzen Frist (unter einem Monat) euthanasiert, wenn sie in diesem Zeitraum nicht vermittelt werden konnten (Binder, 2010).

Neben der routinemäßigen Tötung von Heimtieren ist auch die Tötung von nicht vermittelbaren Tieren nach einer festgelegten längeren Zeitspanne eine Möglichkeit. Dies wird u.a. in den USA im großen Stile durchgeführt. Hier werden jährlich ca. 2,7 Millionen nicht vermittelbare Tierheimtiere euthanasiert (The Human Society of the United States, 2013).

#### 4.2.2 Passive Reduktion des Bestandes an Seniorentieren

Durch die im Folgenden besprochenen Lösungsstrategien kann der TVB den aktuellen Bestand an Seniorentieren passiv reduzieren. Dies bedeutet, dass der TVB durch unterschiedliche Aktivitäten Einfluss auf die Haltung der potentiellen Kunden nimmt. Dies geschieht mit dem Ziel die Adoptionszahlen von Seniorentieren zu erhöhen und so dem steigenden Anteil entgegen zu wirken. Die hierfür durchgeführte Umfrage lieferte ein Meinungsbild zur allgemeinen Bereitschaft zur Adoption eines Tieres (Tabelle 1). Der Tabelle ist zu entnehmen, dass die Bereitschaft zur Adoption eines Tieres aus dem Tierheim besonders hoch bei Frauen zwischen 26 und 35 Jahren ist. Am wenigsten sind Männer ab 55 Jahren an einer Adoption interessiert. Insgesamt ist die Tendenz ein Tier aus dem Tierheim zu adoptieren bei den Frauen höher als bei den Männern.

Tabelle 1: Allgemeine Bereitschaft zur Adoption eines Tieres des Tierheims Berlin in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht.

| Allgemeine Bereitschaft | Männlich (83) |       |       |              | Weiblich (123) |       |       |              |
|-------------------------|---------------|-------|-------|--------------|----------------|-------|-------|--------------|
|                         | 18-25         | 26-35 | 36-54 | 55 und älter | 18-25          | 26-35 | 36-54 | 55 und älter |
| Ja                      | 54,2%         | 64,7% | 62,9% | 16,7%        | 72,4%          | 89,3% | 78,7% | 35,7%        |
| Nein                    | 45,8%         | 35,3% | 37,1% | 83,3%        | 27,6%          | 10,7% | 21,3% | 64,3%        |

#### Marketing

Um die Erfolgsquote zu steigern, könnte der TVB seine Marketingstrategie verändern mit dem Ziel positiven Einfluss auf die Adoptionsbereitschaft der potentiellen Kunden auszuüben. Diese Lösungsstrategie wurde auch durch die Ergebnisse der Umfrage bestätigt (vgl. Abbildung 13). Möglichkeiten hierfür wäre sowohl die allgemeine Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Tierheims Berlin bei den potentiellen Kunden, der Einsatz publikumswirksamerer Werbemaßnahmen und Veranstaltungen, als auch die spezifische Werbung für die Adoption von Seniorentieren. Zielgruppenorientierte Werbung könnte ein Weg sein, um effektiver für die Adoption von Seniorentieren zu werben. Laut der Umfrage sind vermehrt vollberufstätige Frauen im Alter von 35-54 zur Adoption von Seniorentieren bereit. Es könnte sinnvoll sein zukünftige Werbemaßnahmen auf diese Zielgruppe zu konzentrieren.

Weiterhin könnte der TVB in seiner Marketingstrategie gezielt auf die Hinderungsgründe für die Adoption eines Seniorentieres eingehen (Abbildung 11). Hierbei sind die verschiedenen Altersklassen zu berücksichtigen. In der Altersklasse 18-25 Jahre ist der hauptsächliche Hinderungsgrund die Tatsache, dass bereits ein Tier vorhanden ist. Weiterhin spielen die Hinderungsgründe *Zeit* und *Finanzen* eine Rolle. Auch in der Altersklasse 26-35 Jahre geben 50% der Befragten das Vorhandensein eines Tieres als Hinderungsgrund an. Im Vergleich zur Altersklasse 18-25 Jahre ist das Interesse an der Adoption eines Seniorentieres in dieser Altersgruppe deutlich geringer (ca. 10%). Zudem liegt diese Altersgruppe Wert auf die eigene Erziehung des Haustieres. In der Altersgruppe 36-54 Jahre taucht erstmalig der Hinderungsgrund der *Wohnverhältnisse* auf. Als hauptsächlicher Hinderungsgrund wird jedoch *Zeit* angegeben. Dies trifft auch für die letzte Altersgruppe 55 Jahre und älter zu. Hier kommen zudem gesundheitliche Aspekte der Befragten hinzu.

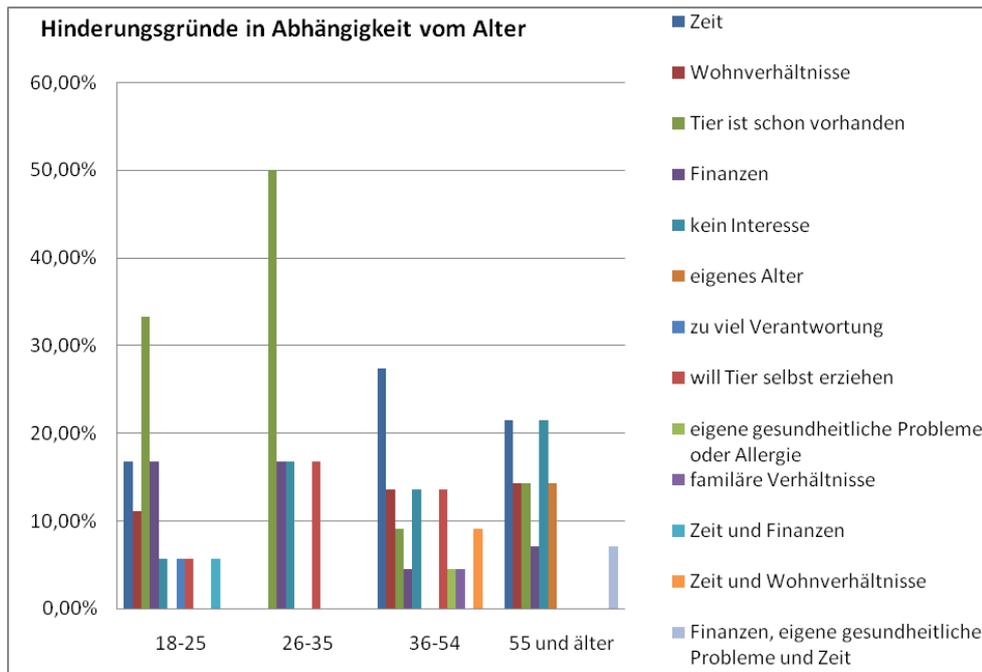


Abbildung 11: Hinderungsgründe in Abhängigkeit vom Alter laut Umfrage

Zudem könnte das Marketing jedoch auch vermehrt Bezug auf Motivationsgründe für die Adoption eines Seniorentieres nehmen und seine Strategie an diesen ausrichten. Hier sind wiederum deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen erkennbar (Abbildung 12). In allen Altersgruppen sind die hauptsächlichen Motivationsgründe dass sie Mitleid mit den Seniorentieren haben (18-35 Jahre: über 50%) und ihnen einen glücklichen Lebensabend verschaffen möchten (18-54 Jahre über 40%). Weiterhin ist für die ersten beiden Altersgruppen die reduzierte Verantwortung durch den absehbaren Tod des Seniorentieres relevant. Vor allem für die jüngere Generation scheint es wichtig zu sein, dass die Seniorentiere bereits erzogen sind (32,10%). Auffällig ist zudem, dass in der Altersgruppe 36-54 Jahre 28,4 % bereits gute Erfahrungen mit der Adoption von Tierheimtieren gemacht haben.

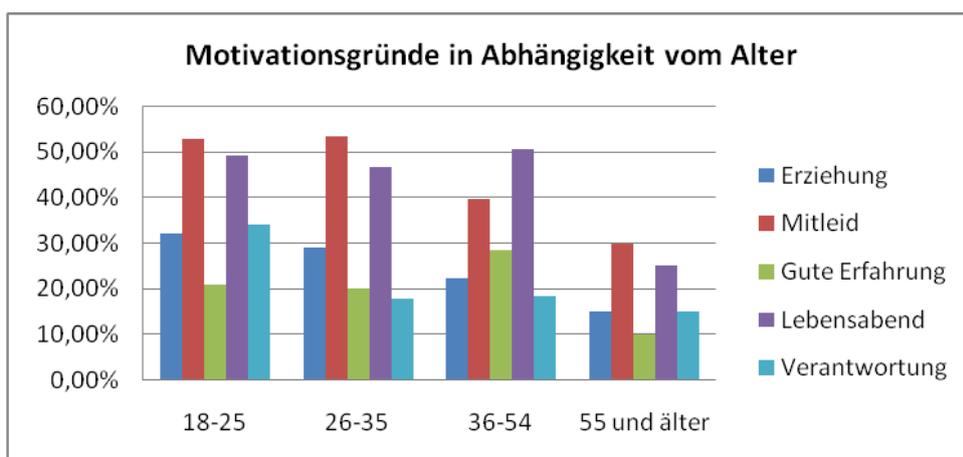


Abbildung 12: Motivationsgründe in Abhängigkeit vom Alter laut Umfrage

### Beratung und Unterstützung

Um die Erfolgsquote zu erhöhen, könnte der TVB laut Ergebnissen der Umfrage seine Kundenfreundlichkeit in Beratung und Unterstützung erhöhen mit dem Ziel so Einfluss auf die Adoptionsbereitschaft der potentiellen Kunden auszuüben.

Ein wichtiger Ansatzpunkt für die Verbesserung der Kundenfreundlichkeit ist die aktuell schwere verkehrstechnische Erreichbarkeit des Tierheims. Zum aktuellen Zeitpunkt ist das Tierheim Berlin nur schlecht an das Netz der öffentlichen Verkehrsmittel angeschlossen. Nach einer längeren Busfahrt, müssen die potentiellen Kunden noch einen Fußweg von ca. 10 min in Kauf nehmen. Dies kann für ältere und schwächliche Menschen oder auch aufgrund der Wetterumstände problematisch sein. Die verbesserte Verkehrsanbindung, sowie die Errichtung einer Außenstelle wurde auch mehrfach (3,1%) durch die Befragten als Idee zu möglichen Aktivitäten des Tierheims benannt (Diese und folgende Daten vgl. Abbildung 13).

Eine weitere Möglichkeit wäre eine tierärztliche Versorgung der adoptierten ehemaligen Tierheimtiere in der räumlichen Nähe der Halter. Der Wunsch hiernach wird von insgesamt 3% der Befragten angegeben. Aktuell übernimmt das Tierheim Berlin die Kosten für die Behandlung und Medikation von chronisch kranken Tierheimtieren auch nach ihrer Adoption, sofern die Krankheit bei Aufnahme des Tieres diagnostiziert wurde und nur unter der Voraussetzung, dass die Tiere durch die Tierärzte des Tierheims vor Ort behandelt werden. Angesichts der schlechten verkehrstechnischen Anbindung des Standorts und der Größe des Einzugsgebietes der potentiellen Kunden wird es von den Kunden als problematisch empfunden, um diesen Weg mit einem kranken Tier in Kauf zu nehmen und könnte somit Hinderungsgrund für die Adoption eines Seniorentieres sein.

Auch die Möglichkeit eines Angebots für einen Gassiservice/Hundesitter wurde von 5,21% der Befragten benannt. Die Einführung eines solchen Angebots könnte vor allem zeitlichen Hinderungsgründen für die Adoption von Seniorentieren entgegen spielen.

Schließlich wünschen sich einige Kunden wortwörtlich mehr „Kundenfreundlichkeit“ des Tierheims. Sie wünschen weniger Bürokratie bei der Adoption und eine gute Beratung (9,4%). Sie möchten einen persönlichen Ansprechpartner vor Ort haben und sich (vorab) genauer über die zur Adoption stehenden Tiere informieren können (4,2%). In Abbildung 13 finden sich noch einmal alle relevanten Ideen.

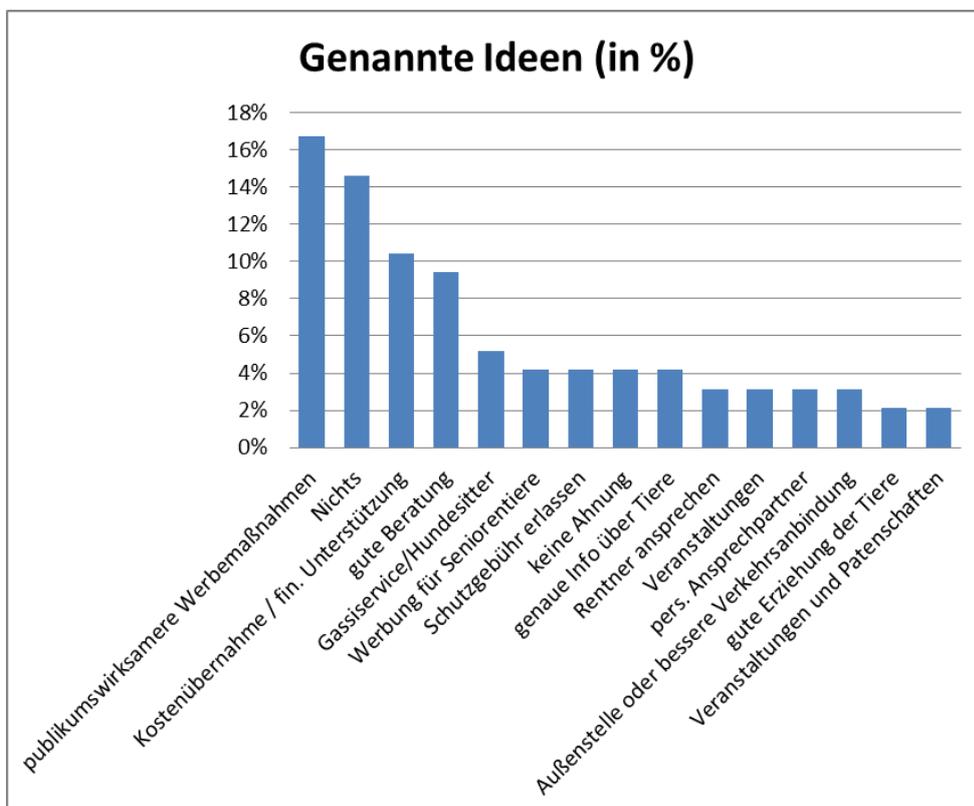


Abbildung 13: Genannten Ideen laut Umfrage, um Adoption eines Seniorentieres zu fördern

### Kosten für Kunden reduzieren

Eine letzte Möglichkeit die Erfolgsquote zu erhöhen, könnte die Reduktion der mit der Adoption verbundenen Kosten sein mit dem Ziel die Adoptionsbereitschaft der potentiellen Kunden zu erhöhen. Diese Lösungsstrategie ergab sich nach der Auswertung der Umfrage und war von den Untersuchern während der Voruntersuchung noch nicht angedacht gewesen.

Durch die Befragten wurde mehrmals der Erlass der Schutzgebühr für Seniorentiere angegeben (4,17%). Gespräche mit den Befragten ergaben, dass die verlangte „Schutzgebühr“ bei den potentiellen Kunden häufig auf Unverständnis trifft. Die Kunden verstehen nicht, warum sie für ein altes und krankes Tier auch noch Geld bezahlen sollen, wenn ihnen doch gleichzeitig die Möglichkeit offen steht außerhalb des Tierschutzes ungewollte Kitten und Welpen in zahllosen Zeitungsanzeigen „geschenkt“ zu bekommen.

Weiterhin wurde auch die Kostenübernahme bzw. finanzielle Unterstützung durch das Tierheim von 10,42% der Befragten benannt.

### **4.2.3 Kriterien und Rahmenbedingungen zur Beurteilung der Lösungsstrategien**

Im Folgenden werden Kriterien und Rahmenbedingungen zur Beurteilung der zuvor genannten Lösungsstrategien festgelegt.

#### Relevanz bezüglich der Gründe der Problematik

Wichtigstes Kriterium für die Beurteilung der Lösungsstrategien ist es, inwiefern diese den ermittelten Gründen für die Erhöhung des Anteils an Seniorentieren entgegen wirken können. Der allgemein steigenden Altersdurchschnitt von deutschen Haushunden und Hauskatzen und die Erfolgsquote der Vermittlungen haben entscheidenden Einfluss auf den Anteil der Seniorentiere in den Tierheimen des DTB und im THB. Zusätzlich wird dieser Anteil angefüllt mit Problemtieren, welche stets länger in den Tierheimen verweilen.

Somit wird an die Strategien die Anforderung gestellt, dass sie den Gründen entgegenwirken, bzw. die Folgen der gesellschaftlichen Entwicklungen hin zu einem höheren Anteil von Seniorentieren in Tierheimen abmildert.

#### Finanzielle Rahmenbedingungen

Auf die begrenzten finanziellen Mittel des THB wurde bereits in der Problembeschreibung deutlich hingewiesen (vgl. 1.1). Das THB spart vor allem in der Verwaltung im TVB seit längerem Kosten ein. Besonders der geringe zur Verfügung stehende Etat für Personalkosten könnte problematisch sein. Dieser ist aktuell bereits ausgeschöpft. (Mdl. Absprache: B. Kaminski, Pressesprecherin TVB, 13.08.2013) Dies bedeutet, dass alle notwendigen Maßnahmen für die Durchsetzung der Lösungsstrategien von den aktuell zur Verfügung stehenden Beschäftigten übernommen werden müssen. Da die Umsetzung aller Strategien mit Veränderungen verbunden ist, die per Definition zumindest anfangs immer mit zusätzlichem Arbeitsaufwand verbunden sind, gilt es den finanziellen Rahmen in der Beurteilung der möglichen Lösungsstrategien besonders ein zu beziehen.

#### Zeitliche Rahmenbedingungen

Eng mit den finanziellen Aspekten ist auch der Faktor Zeit verbunden. Ein zusätzlicher Zeitaufwand ist gleichbedeutend mit dem Aufwand zusätzlicher Arbeitsstunden. Diese müssen (un-)entgeltlich sinnvoll ausgeführt werden können. Weiterhin beschreibt der Faktor Zeit auch den Wirkungszeitraum der Strategien. Für den TVB ist eine möglichst langanhaltende Lösungsstrategie mit ersten sichtbaren Auswirkungen innerhalb des nächsten Jahres wünschenswert (Mdl. Absprache: B. Kaminski, Pressesprecherin TVB, 13.08.2013).

### Rechtliche Rahmenbedingungen

Weiterhin muss die Lösungsstrategie auch nach deutschem Recht zulässig sein. Laut Artikel 20a des *Grundgesetzes* ist der Tierschutz seit 2002 offizielles Staatsziel.

### Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Die Lösungsstrategien müssen auch gesellschaftlich akzeptabel sein. Das Tierheim lebt von Spenden und die generiert es durch sein positives Image. Das Image eines Tierheims ist es traditionell ungewollten Tieren zu helfen, indem diese in der Einrichtung untergebracht und versorgt werden. Mögliche Lösungsstrategien dürfen diesem Grundverständnis von der Funktion eines Tierheims nicht entgegenwirken.

### Kompatibilität mit Betriebsphilosophie und Betriebspolitik

Eine weitere essentielle Rahmenbedingung zur Beurteilung der Lösungsstrategien ist die Kompatibilität dieser mit der Betriebsphilosophie und Betriebspolitik des TVB und des THB. Der TVB ist Mitglied des DTB. Aus diesem Grund ist er zudem an die Satzung des DTB gebunden (TVB, 2013A). Somit spielt auch die Satzung des DTB bei der Beurteilung eine tragende Rolle. Diese wiederum verweist auf weitere Richtlinien des DTB. Für die Untersuchung ist die *Tierheimordnung des Deutschen Tierschutzbundes e.V.* relevant. Weiterhin sind offizielle Meinungsäußerungen von Vertretern des TVB und des THB zu beachten.

## 5. Diskussion und Plausibilitätskontrolle

Dieses Kapitel setzt sich mit den Diskussionspunkten der Untersuchung auseinander. Der erste Unterpunkt befasst sich mit der inhaltliche Diskussion, hier werden die Ergebnisse der Untersuchung diskutiert. Außerdem wird auf den Inhalt der Untersuchung eingegangen und mögliche Fehlentscheidungen die während der Untersuchung erfolgten, werden erörtert. Des Weiteren gibt es eine Plausibilitätskontrolle, wobei mögliches fehlerhaftes Verhalten der Untersucher genannt wird und andere Probleme die während der Untersuchung aufgetreten sind. Hierbei wird auch angegeben, wie gravierend die Einflüsse auf die Ergebnisse der Untersuchung waren und wie plausibel die Ergebnisse sind. An Hand dessen können die Resultate besser interpretiert und für zukünftige Untersuchung angepasst werden, bzw. Folgeuntersuchung entworfen werden.

### 5.1 Inhaltliche Diskussion

Die inhaltliche Diskussion geht auf die Ergebnisse der Untersuchung ein und betrachtet mögliche Einflüsse auf die ausgewerteten Daten.

#### 1. Unterfrage - Gründe der Problematik

Die erste Unterfrage behandelt einen Vergleich mit den Tierheimen des DTB und dem THB. Es war jedoch schwierig einen Vergleich aufgrund der wenigen vorhandenen Daten zu ziehen. Für die Untersuchung wäre es von Vorteil gewesen, wenn zuvor bekannt gewesen wäre, welche Daten zur Verfügung stehen würden und welche nicht. Zudem ist in der Tierheimstudie des DTB nur die Rede von deutschen Tierschutzvereinen mit Tierheimen, nicht aber von Mitgliedern des DTB. Das heißt, es muss davon ausgegangen werden, dass die Daten nicht ausschließlich von Tierheimen des DTB stammen. Die Untersuchungsfragen hätten dergestalt angepasst werden müssen, dass sie sich nicht auf die Tierheime des DTB, sondern auf deutsche Tierheime hätten beziehen müssen.

Die zu Beginn der Untersuchung aufgestellten Hypothesen entstanden im Rahmen einer Voruntersuchung und beinhalten die von den Untersuchern für nachvollziehbar empfundene Gründe für die Problematik. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass hier eventuell weitere Ursachen zu Grunde liegen könnten.

#### 1. Hypothese - Altersdurchschnitt

Zur Beantwortung dieser Hypothese wurde vor Allem auch von den Kenntnissen aus der Voruntersuchung Gebrauch gemacht. Es ist von einer allgemeinen Erhöhung des Altersdurchschnitts von deutschen Haushunden und Hauskatzen die Sprache, dies hat nach Meinung der Untersucher auch Einfluss auf den Altersdurchschnitt der in Tierheim lebender Tiere. Diese Aussage konnte durch die Interviews bestätigt werden.

Hierbei handelt es sich allerdings nur um eine Übertragung der allgemeinen Daten auf die Tierheime, genaue Zahlen (außer für die Hunde im THB) liegen hier nicht vor. Doch auch ohne diese Zahlen kann die Hypothese aufgrund der geführten Interviews bestätigt werden: Es handelt sich eindeutig um einen Anstieg des Durchschnittsalters, nur die genaue Anzahl der Jahre ist für beide Tierarten in den Tierheimen nicht ermittelbar.

#### 2. Hypothese - Abgegebene Seniorentiere

Auch bei der zweiten Hypothese ist die Datenlage eher mangelhaft. Es kann keine verlässliche Aussage gemacht werden, ob die Anzahl der abgegebenen Seniorentiere in Tierheimen des DTB gestiegen ist. Jedoch bestätigte der THB in einer groben Einschätzung, den zunehmenden Trend der vermehrten Abgabe von Seniorentieren.

Aber selbst wenn es sich um einen Anstieg handelt, sollte der Einfluss auf den allgemeinen Altersdurchschnitt nicht erheblich sein. Denn trotz des Anstiegs ist das Verhältnis der abgegebenen Seniorentiere im Vergleich mit der gesamten Anzahl abgegebener Tiere vermutlich eher gering.

### 3. Hypothese - Erfolgsquote

Auch wenn für die Beantwortung dieser Unterfrage eindeutige Zahlen vorliegen, kann hier aufgrund der unterschiedlichen Zeiträume kaum ein Vergleich zwischen dem THB und dem DTB gezogen werden. Für eine genauere und zuverlässigere Beantwortung dieser Frage, sollten die Daten aus einem größeren Zeitraum betrachtet werden. Um zu verdeutlichen können, dass es sich um einen Rückgang oder eine Zunahme der Erfolgsquote handelt, müssten beim DTB jährliche Daten an Stelle von mehrjährigen Intervallen und beim THB Daten aus weiter zurückliegenden Jahren zusammengetragen werden.

Sowohl beim DTB als auch beim THB sind ansatzweise Schwankungen in der Erfolgsquote zu erkennen. Ein besonderer Anstieg der Vermittlungen im Jahre 1999 kann nicht auf wirtschaftliche, politische oder juristische Ereignisse in diesen Jahren zurückgeführt werden. Die Vermutung liegt nahe, dass die Anzahl der Vermittlungen und Aufnahmen regelmäßigen Schwankungen unterliegen. Um dies bestätigen zu können, müssten auch hier Daten über einen längeren Zeitraum und in einem kürzeren Intervall untersucht werden.

### 4. Hypothese - Problemtiere

Die Daten des THB entsprechen Schätzungen und geben nicht die tatsächlichen Werte wieder. Diese sind auch durchaus sehr schwer zu ermitteln. Es wäre noch interessant zu ermitteln aus welchem Grund es sich um eine steigende Tendenz bei der Anzahl der Problemtiere handelt. Der Unterschied in der Anzahl bei Problemtieren ist zwischen Hunden und Katzen groß und sollte aufgrund der sehr unterschiedlichen Tierarten und ihren Haltungsbedingungen individuell betrachtet werden. Hier könnte eine weitere Untersuchung angeraten werden.

Bei der Zusammenstellung der Daten wurden auch nicht vermittelbare Tiere mit in Betracht gezogen, die allerdings nicht unter den von den Untersuchern definierten Begriff „Problemtier“ fallen.

### 2. Unterfrage - Einflussnahme

Es ist zu beachten, dass es einen deutlichen Unterschied zwischen der Anzahl der Katzen und der Hunde im Tierheim gibt. Auch wenn Hunde und Katzen den Großteil der deutschen Haustiere ausmachen, sind Hunde- und Katzenhalter doch deutlich zu differenzieren. Diese Differenzierung müsste bei der Diskussion über die Einflussnahme beachtet werden.

Bei der Auswertung der zweiten Unterfrage spielen die Umfrage, die Interviews und die Kenntnisse der Untersucher eine Rolle. Diese hatten Einfluss auf die richtige Interpretation der Ergebnisse der Untersuchung, welche zur Beantwortung der zweiten Unterfragen führten.

Bei den Interviews ist zu beachten, dass diese nur schriftlich ausgeführt wurde. Die Untersucher ließen den Mitarbeitern die Wahl, ob es sich um ein telefonisches oder schriftliches Interview via Mail handeln sollte. Dies wurde getan, um die Bereitschaft zur Teilnahme zu erhöhen, da die Arbeitszeit für außerplanmäßige Aktivitäten der Mitarbeiter erfahrungsgemäß sehr beschränkt ist. Jedoch ist es bei schriftlichen Interviews nicht möglich, um direkte Rücksprache mit dem Interviewten zu halten und möglicherweise bei einem Thema weiter durch zu fragen, um weiterführende Informationen zu erhalten. Dies könnte dazu geführt haben, dass eventuell weitere wichtige und aussagekräftige Daten und Informationen nicht zur Sprache kamen. Die Untersucher mussten mit den Angaben arbeiten, die ihnen zur Verfügung standen, das heißt auch für die Untersuchung relevante Fragen wurden teilweise nicht beantwortet. Um auf diese Fragen in einem

weiteren Interview noch einmal genauer eingehen zu können, fehlte den Untersuchern und Interviewten die Zeit bzw. personelle Ressourcen.

Die wenigen Daten welche den Untersuchern zur Verfügung standen, mussten zudem richtig interpretiert werden. Hierbei kann es zu Fehl- oder Überinterpretationen gekommen sein, dies betrifft beispielsweise schriftliche Aussagen in den Interviews. Die Untersucher versuchten dies durch intensiven Austausch und Diskussion untereinander so weit wie möglich zu vermeiden. Weitere Diskussionspunkte mit Bezug zu den Untersuchern sind unter Punkt 5.2 zu finden.

### Die Umfrage

Die Untersuchung beinhaltete neben der Bearbeitung der Hypothesen vor Allem die Ausführung der Umfrage zur Beantwortung der zweiten Unterfrage. Für die Erhebung einer repräsentativen Studie ist die Stichprobengröße von entscheidender Bedeutung. In dem hier vorliegenden Fall wurde die Stichprobengröße angepasst, mit Rücksicht auf den Untersuchungszeitraum. Die dadurch gewählte Stichprobengröße von 208 Befragten kann daher nur ein allgemeines Meinungsbild darstellen, aber in keiner Weise als kennzeichnend für die Bevölkerung in Berlin und Brandenburg betrachtet werden. Aus der Umfrage ergab sich, dass vollberufstätige Frauen im Alter von 35-54 Jahren die größte Bereitschaft zur Adoption von Seniorentieren zeigen. Dabei ist zu beachten, dass diese Gruppe auch den Großteil der Umfrageteilnehmer ausgemacht hat und generell die zweitgrößte Bevölkerungsgruppe Berlins ist: Im Jahre 2012 waren laut dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg in Berlin 702.600 Männer und 500.600 Frauen im Alter zwischen 35 und 54 Jahren Vollzeit berufstätig (Abbildung 14). Die Untersucher haben sich bei der Entwicklung der Empfehlungen für den TVB nicht auf diese Zielgruppe festgelegt, da die Resultate der Umfrage wie zuvor beschrieben nicht gewährleisten, dass es sich um eine spezifische Bestimmung der Zielgruppe handelt. Die Zielgruppe wurde schon während der Voruntersuchung als, alle potentiellen Kunden des THB, definiert. Aufgrund der Beschränkungen in Bezug auf den Stichprobenumfang ist die Repräsentativität der Umfrage unzuverlässig, jedoch gibt sie eine allgemeine Tendenz wieder. Die Umfrage wurde von einigen wenigen Teilnehmern unzureichend ausgefüllt, diese Umfragebögen wurden bei der Auswertung außen vor gelassen.

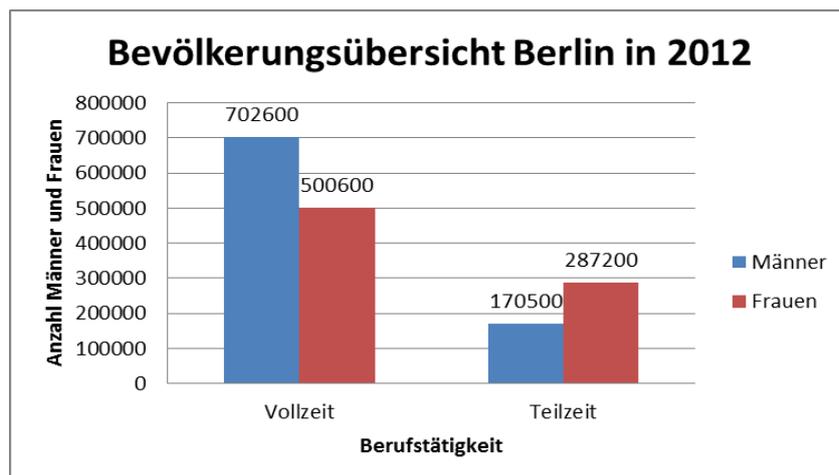


Abbildung 14: Übersicht der Berufstätigkeit von Männern und Frauen zwischen 35 und 54 Jahren in 2012 (StatIS-BBB, 2014)

Bei der Beantwortung der zweiten Unterfrage wurde Gebrauch gemacht von den Angaben zu den Motivations- und Hinderungsgründe der potentiellen Kunden. Hierbei wurden die Antworten genutzt, welche nach den Altersklassen aufgeschlüsselt wurden, um einen genaueren Überblick über die Zielgruppe zu erhalten. Obwohl Menschen ab 60 Jahre (vgl. 2.3) einen Großteil der deutschen

Haustierhalter ausmachen, beschränkt sich die letzte Altersklasse der Befragten auf 55 und älter. Trotz nicht-selektiver Auswahl der Befragten, wurde schon im Laufe der Voruntersuchung deutlich, dass aufgrund der Art der Umfrage die Teilnahme der über 60-jährigen eher gering ausfallen wird und somit keine aussagekräftigen Ergebnisse erzielt worden wären.

Des Weiteren wurden die Antworten aus Frage 8 (Ideen) für eine einfachere Auswertung in Kategorien zusammengefasst. Dadurch wurden nicht alle Antworten der Befragten wortwörtlich wiedergegeben.

Mit Bezug auf den Fragebogen sind im Laufe der Untersuchung Unstimmigkeiten aufgetreten, deren Einfluss allerdings nicht von erheblichem Ausmaß gewesen sein dürfte. So handelte es sich bei dem Fragebogen um ein doppelseitiges Blatt Papier, dies war jedoch nicht allen Befragten bewusst, wodurch die Beantwortung der rückseitigen Fragen nicht jederzeitig gewährleistet werden konnte. Des Weiteren war die Formulierung der dritten Frage, welche eines der Auswahlkriterien darstellte, unglücklich gewählt. Aus den Antwortmöglichkeiten war nicht eindeutig zu erkennen, ob der Befragte nun im Besitz des Tieres ist oder Interesse an diesem hat. Obendrein fehlte hier die Antwortmöglichkeit „nein“.

Zuletzt sollte darauf hingewiesen werden, dass das Fehlen der Option „weiß nicht“ für die Resultate der Umfrage möglicherweise problematisch war.

## **5.2 Plausibilitätskontrolle**

In der Plausibilitätskontrolle werden Entscheidungen genannt, die während der Untersuchung getroffen wurden und Einfluss auf die Ergebnisse der Untersuchung gehabt haben könnten. Hierbei werden zwei verschiedene Kategorien unterschieden: die Untersucher und die Untersuchung.

### Die Untersucher

Hierbei wird zu allererst auf die Beeinflussung der Untersucher, durch menschliches Versagen, eingegangen. Das bedeutet, dass beispielsweise Daten falsch übertragen oder fehlerhaft interpretiert wurden. Der Einfluss dieser Art von Fehler ist durchaus nicht zu unterschätzen, dennoch waren während der Untersuchung stets zwei Untersucher involviert, wodurch unentwegt eine gegenseitige Kontrolle gewährleistet werden konnte.

Zudem wird auf die Glaubwürdigkeit der Untersucher hingewiesen, diese haben die Untersuchung nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt. Es wird keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit der Studie erhoben. Weder in Bezug auf die berücksichtigten Vorschläge noch im Hinblick auf die angewandten Kriterien der Bewertung.

### Die Untersuchung

Bei der Auswertung der Daten wurde mit SPSS und Excel gearbeitet. SPSS wurde zur Berechnung und Auswertung der Umfragedaten genutzt, wobei teilweise die Auswertung nur sinnvoll mittels Tabellen möglich war. Um diese Tabellen auch grafisch anschaulich zu gestalten, wurde im weiteren Verlauf der Gebrauch von Excel gemacht. Die Daten des DTB zur Beantwortung der Hypothesen wurden der Einfachheit halber mit Excel ausgewertet, da dieses Programm im Gegensatz zu SPSS den Untersuchern jederzeit zur Verfügung stand und die Untersuchung ansonsten zeitlich in Verzug geraten wäre. Ein einheitlicher Gebrauch eines der beiden Programme wäre wünschenswert gewesen.

Die Auswahl der Befragten kann zudem einen Einfluss auf das Ergebnis haben, da diese völlig willkürlich gewählt wurden. Besonders in Berlin kann der Unterschied zwischen Ost- und West-Berlin ein unterschiedliches Meinungsbild hervorrufen, hierfür wäre eine weitere Untersuchung von Nöten. Des Weiteren nahmen 123 Frauen (59,71%) und nur 83 Männer (40,29%) an der Umfrage teil. Wie

die Umfrage ergab, sind Frauen generell eher dazu geneigt ein Tier aus dem Tierheim zu adoptieren und stehen demnach dem Thema vermutlich offener gegenüber. Dies kann auch Einfluss auf die gegebenen Antworten haben, da diese vermutlich weniger kritisch ausfallen werden.

Ferner könnte durch fehlerhaftes Zeitmanagement ein negativer Einfluss auf die Untersuchungsergebnisse entstanden sein. Der Untersuchungszeitraum war von Beginn an vorgegeben und zeitlich begrenzt, wodurch etwaige Abweichungen vom zuvor erstellten Zeitplan, erheblichen Einfluss auf den Verlauf der Untersuchung gehabt haben kann. Hierbei ist vor Allem an Absprachen mit Dritte zu denken, die für die Untersuchung von Bedeutung waren. Zum einen gab es festgelegte Absprachen mit den begleitenden Dozenten der Untersucher, welche bei möglicher Vernachlässigung zu einer Veränderung des Zeitplans führten. Zudem waren die Untersucher in ihrer Arbeit abhängig von den Daten, die sie ausschließlich von Mitarbeitern der entsprechenden Institutionen erhalten konnten. Sollte es hierbei zu Verzögerungen gekommen sein, haben die Untersucher sich stets bemüht flexibel auf die veränderten Absprachen einzugehen und den zeitlichen Verlust zu kompensieren.

Des Weiteren befand sich der Untersuchungszeitraum in einem Jahreswechsel, wobei aufgrund von der erhöhten Anzahl an Feiertagen die Mitarbeiter der Betriebe verständlicherweise schwerer zu erreichen waren und mögliche Fragen der Untersucher nicht unverzüglich beantwortet werden konnten. In diesem Zeitraum haben sich die Untersucher dann verstärkt auf den Teil der Untersuchung konzentriert, für den die erforderlichen Daten nicht von Nöten waren.

Ein Großteil der Untersuchung und auch die Voruntersuchung wurden mittels Literaturstudien durchgeführt. Die hierfür verwendete Literatur stammte aus der veterinärmedizinischen Bibliothek der FU Berlin und der Mediathek der Fachhochschule Van Hall Larenstein. Es ist davon auszugehen, dass den Untersuchern in weiteren Bibliotheken nicht mehr themenrelevante Literatur zur Verfügung gestanden hätte. Bei den Internetquellen wurde stets darauf geachtet, dass es sich um vertrauenswürdige und offizielle Quellen handelt. Für zukünftige Untersuchungen ist zu erwarten, dass umfangreichere Literatur zur Verfügung stehen wird. Außerdem sollten zu einem späteren Zeitpunkt aktuellere Daten des DTB vorhanden sein.

## **6. Konklusion**

Das folgende Kapitel beinhaltet die Schlussfolgerung der Untersuchung. Da es sich hierbei um die Interpretation der zuvor untersuchten Ergebnisse der zwei Unterfragen handelt, liefert dieses Kapitel zugleich die Beantwortung der Hauptfrage.

### **Aus welchen Gründen erhöht sich der Anteil von älteren Haushunden und Hauskatzen in Tierheimen des Deutschen Tierschutzbundes und inwiefern treffen diese Gründe im Vergleich auf das Tierheim Berlin zu?**

Der erste Grund ist die Erhöhung des allgemeinen Durchschnittsalters deutscher Haushunde und Hauskatzen. Wie zuvor in der Voruntersuchung belegt und durch die Interviews mit dem DTB und TVB bestätigt, trifft dies auch auf die untersuchten Tierheime zu.

Zudem ist auch die sinkende Erfolgsquote ein Grund, dies trifft für den DTB zu. Die Daten des THB unterliegen jedoch starken Schwankungen, wodurch kein regelmäßiger Rückgang zu erkennen war. Zuletzt trifft auch die Ursache der im Tierheim alternden Problemtiere sowohl für den DTB als auch für das THB zu.

Eine erhöhte Abgabe von Seniorentieren konnte weder für den DTB noch für das THB bestätigt werden.

### **Inwiefern kann der Tierschutzverein Berlin Einfluss auf die Gründe für die Erhöhung des Anteils an ältere Haushunde und Hauskatzen im Tierheim Berlin nehmen?**

Zuerst ist klar zu stellen, dass es dem TVB nicht möglich ist dem Anstieg des allgemeinen Durchschnittsalters von deutschen Haushunden und Hauskatzen entgegen zu wirken. Dies ist eine gesellschaftliche Entwicklung, auf die der TVB keinen Einfluss hat. Darum ist im Zusammenhang mit dieser Problematik nicht die Sprache von Ursachenbekämpfung, sondern von der Handhabung der Problematik. Bezüglich der Altersentwicklung im THB ist es für den TVB jedoch möglich Einfluss zu nehmen. Dies kann durch Erhöhung der Erfolgsquote geschehen. Zudem kann der Umgang mit den Problemtieren angepasst werden.

Die Lösungsstrategien müssen bestimmten Rahmenbedingungen und Kriterien entsprechen (vgl.4.2.3).

### **Wie kann der Tierschutzverein für Berlin dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im Tierheim Berlin begegnen?**

Um die Hauptfrage zu beantworten werden nunmehr die vorgestellten Strategien (4.2.1 und 4.2.2) mit Blick auf die Beurteilungskriterien (4.2.3) gegeneinander abgewogen.

#### Gnadenhof

Dem erhöhten Anteil der Seniorentiere im THB, könnte der TVB mit der Einrichtung eines Gnadenhofes begegnen.

Diese Strategie wird bereits vom Tierschutzverein München erfolgreich für das Tierheim München praktiziert (Tierschutzverein München, 2013). Der Tierschutzverein nutzt hierfür ein etwa 30.000 m<sup>2</sup> großes Landgut aus der Erbschaft eines Spenders. Die jährlichen Kosten für den Betrieb des Gnadenhofes betragen ca. 300.000 Euro (THB, 2013). Ein vergleichbares Grundstück steht dem TVB zurzeit nicht zur Verfügung. Weiterhin muss das THB bereits zum gegenwärtigen Zeitpunkt stark

einsparen und wäre darum nicht in der Lage diese zusätzlichen jährlichen Kosten auf zu bringen. Aus diesem Grund ist diese Strategie weder finanziell, zeitlich, noch personell umsetzbar. Weiterhin hat der Vorstand des THB sich im Interview klar gegen die Einrichtung eines Gnadenhofes für Seniorentiere ausgesprochen (vgl. THB, 2013).

Obwohl die Einrichtung eines Gnadenhofes rechtlich unproblematisch und sowohl mit der Satzung des TVB, als auch mit der des DTB und der *Tierheimordnung* vereinbar ist, eine hohe Relevanz bezüglich des Altersdurchschnitts hat und obwohl keine Probleme mit der gesellschaftlichen Akzeptanz der Strategie zu erwarten sind, muss aus finanziellen, zeitlichen und betriebspolitischen Gründen Abstand von dieser Strategie genommen werden.

### Euthanasie

Der Erhöhung des Anteils an Seniorentieren im Tierheim Berlin könnte der TVB mit der Euthanasie nicht vermittelbarer Seniorentiere und Problemtiere begegnen.

Diese Variante erscheint als sehr wirtschaftlich: Es ist offensichtlich, dass die Kosten einer jahrelangen Verpflegung und Versorgung von (unvermittelbaren) Seniorentieren in einem Tierheim die einer einmaligen Euthanasie übersteigen. So darf ein Tierarzt für die Euthanasie eines Hundes oder einer Katze nach der *Gebührenordnung für Tierärzte* von 2008 bis zu ca. 52 Euro verlangen, während dieser Kostenfaktor schon nach 3 bis 6 Tagen Tierheimaufenthalt überstiegen wird. Das Kriterium des finanziellen Rahmens wäre hiermit erfüllt.

Weiterhin hätte diese Strategie eine hohe Relevanz für die Erhöhung des Altersdurchschnitts und der alternden Problemtiere im THB. Durch die Euthanasie der Seniorentiere würde deren Anzahl und somit ihr Einfluss auf den Altersdurchschnitt deutlich sinken. Dieser Effekt würde bei einem jährlichen Eingang von ca. 3800 Hunden und 1800 Katzen rasch und in jedem Fall im Zeitraum eines halben Jahres eintreten. Auch zeitlich wäre diese Strategie somit zulässig.

Problematisch könnte jedoch die rechtliche Zulässigkeit der Euthanasielösung sein. Gemäß §1 TierSchG darf in Deutschland niemand „einem Tier ohne vernünftigen Grund Schmerzen, Leiden oder Schäden zufügen“. Das Leben des Tieres als solches wird geschützt. Ausnahmen, wie sie beispielsweise die Euthanasie von Tieren darstellt, sind nur aus „vernünftigen Grund“ zulässig. Tatsächlich ist dieser „vernünftige Grund“ jedoch ein unbestimmter Rechtsbegriff, der durch die Rechtsprechung auszufüllen ist. Ob die finanziell begrenzten Ressourcen eines Tierheims „vernünftiger Grund“ genug wäre, ist fragwürdig. Eine Entscheidung zu dieser Thematik aus dem Jahr 1982 könnte jedoch darauf hindeuten. In einem Grundsatzurteil (VI ZR 281/79) entschied der Bundesgerichtshof zumindest für den Fall eines Privatbesitzers, dass neben ethischen Abwägungen auch die finanziellen Interessen des Besitzers bei der Entscheidung über eine Euthanasie zu berücksichtigen sind (Vetline, 2011). Ein weiterer „vernünftiger Grund“ könnte auch das Leiden eines Tieres im Tierheim darstellen. Die Euthanasie könnte für ein Tier, dessen Wohlbefinden durch den Tierheimaufenthalt in einem extremen Maß beeinträchtigt wird, eine „vernünftige“ Lösung darstellen. Die Euthanasie als Lösung wird in zahlreichen Tierheimen mit schwer verhaltensauffälligen Hunden praktiziert, wenn diese auch nach zeitaufwändigem Verhaltenstraining weiterhin unhändelbar und somit unvermittelbar sind. Die Strategie wird somit für Problemtiere bereits angewendet. Insgesamt ist die Euthanasie gesunder Tiere in Deutschland jedoch ein rechtlich umstrittenes und von Einzelfallurteilen definiertes Rechtsfeld.

Zudem ist die gesellschaftliche Akzeptanz der Strategie ungewiss. Es ist zu erwarten, dass Tierrechtsbewegungen bei Bekanntwerden der Praktik gegen das Tierheim Berlin aktiv werden würden und für negative Publizität sorgen könnten. Diese negative Publizität könnte sich auf die Akzeptanz des Tierheims und die Spendenerträge auswirken.

Schließlich ist diese Strategie zumindest bezüglich der Seniorentiere unvereinbar mit der *Tierheimordnung* des DTB. Diese erlaubt gem. Artikel VIII. das Einschläfern von Tieren ohne medizinische Notwendigkeit nur in Ausnahmefällen. Diese Ausnahmefälle beziehen sich jedoch auf verhaltensgestörte Tiere und nicht auf Seniorentiere (DTB, 2010).

Die Euthanasie von Seniorentieren ist somit ausgeschlossen und die Euthanasie von Problemtieren bleibt problematisch.

### Marketing

Der TVB könnte der Erhöhung des Anteils an Seniorentieren mit einer angepassten Marketingstrategie begegnen. Ziel der Anpassungen wäre die Erhöhung der Streuweite der Marketingmaßnahmen und der Intensivierung der Werbebotschaft. Hierzu könnte eine deutliche Intensivierung der Marketingmaßnahmen vor allem im Bereich des Internets und der *Social Media* beitragen. Weiterhin wäre eine deutlichere Differenzierung der Zielgruppen sinnvoll. Schließlich könnte eine stärkere Emotionalisierung der Werbebotschaft dieser zu mehr Kraft verhelfen. Der TVB unterhält bereits eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit. Insofern müsste keine neue Stelle geschaffen werden, um diese Strategie zu verwirklichen. Jedoch ist mit einem zusätzlichen Arbeitsaufkommen durch die Veränderungen zu rechnen. Die Kosten hierfür müssten so gering wie möglich gehalten werden, um den finanziellen Rahmen des THB nicht zu übersteigen. Weiterhin sind die Kosten für Druck und Erstellung neuer Werbemittel zu berücksichtigen. Auch diese müssten so gering wie möglich gehalten werden, dies beispielsweise durch den Einsatz von digitalen Werbemitteln an Stelle von Druckerzeugnissen.

Sofern der TVB sich bei der Erstellung der angepassten Marketingstrategie im Rahmen des deutschen Rechts und der Ethik bewegt, sind sowohl von rechtlicher Seite als auch von der Seite der gesellschaftlichen Akzeptanz keine Probleme zu erwarten. Weiterhin gibt es auch keinen Grund anzunehmen, dass die angepasste Marketingstrategie in Konflikt mit der Satzung des TVB oder des DTB oder der *Tierheimordnung* geraten könnte.

Fraglich ist jedoch, wie hoch die Relevanz dieser Strategie für die Problemlösung ist. Die Anpassung des Marketings stellt eine passive Form der Einflussnahme auf den erhöhten Anteil der Seniorentiere im THB dar. Aus diesem Grund ist bei dieser Strategie auch nicht, wie beispielsweise bei der Euthanasielösung, von einer sofortigen Wirkung auszugehen. Jedoch könnte der vom Auftraggeber gesetzte zeitliche Rahmen von einem Jahr durch gut ineinander greifende und sich gegenseitig verstärkende Marketingmaßnahmen eingehalten werden. Eine positive Einflussnahme auf die Adoptionsrate von Seniorentieren erscheint mithin in absehbarer Zeit realistisch.

### Beratung und Unterstützung

Der TVB könnte der Erhöhung des Anteils an Seniorentieren mit einem angepassten Beratungs- und Unterstützungsangebot begegnen. Die Kunden wünschen eine bessere verkehrstechnische Erreichbarkeit des Tierheims, die tierärztliche Betreuung auf Kosten des Tierheims in Wohnsitznähe und mit diesen Aspekten in Zusammenhang stehend die Errichtung einer Außenstelle. Zudem wünschen die Kunden wortwörtlich mehr Kundenfreundlichkeit des Tierheims: Die Kunden möchten besser beraten werden, sich (vorab) besser über die Tierheimtiere informieren können, sie wünschen einen persönlichen Ansprechpartner vor Ort und weniger Bürokratie bei der Adoption der Tiere. Schließlich wurde auch der Wunsch nach einem Gassiservice/Hundesitter geäußert.

Die Anpassung des Beratungs- und Unterstützungsangebots würde, wie die Umfrageergebnisse belegen, die gesellschaftliche Akzeptanz treffen und wäre auch relevant für die Senkung des Anteils von Seniorentieren. Weiterhin sind keine rechtlichen Probleme zu erwarten und auch die

Kompatibilität mit der Satzung des TVB und des DTB, sowie der *Tierheimordnung* erscheint unproblematisch. Jedoch stellt sich die Frage, wie das Tierheim die durch zusätzliche Leistungen entstehenden Kosten decken könnte. Ähnlich ist die Verbesserung des Beratungsangebots oder der Wunsch nach einer Außenstelle und eines Gassiservice/Hundesitters zu bewerten. Anders zu bewerten ist jedoch der Wunsch der potentiellen Kunden nach mehr Kundenfreundlichkeit und Bürokratie. Die Kundenfreundlichkeit ließe sich möglicherweise ohne zusätzliches Arbeitsaufkommen erhöhen. Zudem könnte der Abbau der Bürokratie zu einer weniger zeitintensiven Verwaltung und somit zu einer Verringerung der Verwaltungskosten führen. Diese beiden Aspekte könnten darum in weitere Überlegungen mit einbezogen werden. Inwiefern sie jedoch in absehbarer Zeit einen Einfluss auf die Adoptionsrate der Seniorentiere und somit Relevanz bezüglich der Problematik hätten, lässt sich nach momentanem Wissensstand nicht abschätzen.

### Kosten

Der TVB könnte der Erhöhung des Anteils an Seniorentieren mit einer Kostensenkung für die Adoption von Seniorentieren begegnen.

Unter diese Kostensenkung fiel der Erlass der Schutzgebühr bei der Adoption von Seniorentieren, sowie die weitere Kostenübernahme oder finanzielle Unterstützung des Halters durch das Tierheim Berlin.

Der Erlass der Schutzgebühr erscheint jedoch als unvereinbar mit der Betriebsphilosophie und der Betriebspolitik vom TVB und DTB. So stellt die Abgabegebühr laut DTB „einen gewissen Schutz der Tiere vor möglichem Missbrauch dar“ (Oefensberger, 2013). Nicht umsonst benennt auch die *Tierheimordnung* die Zahlung der Schutzgebühr bei Hunden und Katzen als einen für den Tierhalter zu erwartenden Kostenfaktor (DTB, 2008). Auch eine umfassende Kostenübernahme bzw. finanzielle Unterstützung des Halters würde diesem Missbrauchsschutz zu wider laufen. Zu überlegen wäre einzig die teilweise Kostenübernahme bzw. finanzielle Unterstützung. Jedoch erscheint diese angesichts der finanziell beschränkten Mittel des THB als problematisch. Dies besonders darum, da mögliche Einflüsse dieser Strategie auf die Adoptionsrate für eine derartige Investition zum momentanen Zeitpunkt zu unsicher sind.

Jedoch könnte überlegt werden, inwiefern eine Kostenübernahme mit Hilfe von Sponsoring durch (lokale) Betriebe möglich wäre. Bevor die Suche nach einem Sponsor beginnen könnte, müsste der TVB jedoch zuerst festlegen, an welche Bedingungen ein solches Sponsoring geknüpft werden müsste und welchen Kriterien Sponsoringbetriebe entsprechen müssten.

Diese Erkenntnisse leiten zu der Schlussfolgerung, dass der TVB dem erhöhten Anteil an älteren Haushunden und Hauskatzen im THB mittels einer Anpassung des Marketings und einer Verbesserung der Kundenfreundlichkeit der potentiellen Kunden begegnen kann.

Eine detaillierte Beschreibung der Strategien und der notwendigen Maßnahmen findet sich in den Empfehlungen für den TVB im nachfolgenden Kapitel.

## 7. Empfehlungen für den TVB

In diesem Kapitel geben die Untersucher dem TVB Empfehlungen für den zukünftigen Umgang mit dem Problem der älteren Haushunde und Hauskatzen im THB.

### 7.1 Kundenfreundlichkeit

Eine Verbesserung der allgemeinen Kundenfreundlichkeit erscheint wünschenswert.

Die Kunden wünschen laut der Umfrage u.a. einen Abbau der Bürokratie. Eine erstere Inventarisierung der notwendigen Bürokratie ergab, dass an den grundsätzlichen Verwaltungsschritten wenig eingespart werden kann. So dienen beispielsweise die drei vom DTB vorgeschriebenen Probetage für angehende Hundebesitzer, sowie die Nachkontrollen bei Hunde- und Katzenbesitzern dem Schutz der Tiere vor Missbrauch und können aus diesem Grund nicht gestrichen werden. Weiterhin benötigt das Tierheim Identitäts- und Adressdaten der Kunden, denn diese sehen die vom THB genutzten und in Artikel VII. der *Tierheimordnung* des DTB angewiesenen Musterverträge ausdrücklich vor. Obwohl der tatsächliche Verwaltungsaufwand nicht verringert werden kann, könnte es jedoch möglich sein den tatsächlich von den Kunden wahrgenommenen Verwaltungsaufwand zu minimalisieren und auf diesem Wege die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Mit Bürokratie wird traditionell eine Vielzahl von Formularen, gemeinhin „Papierkram“, assoziiert. Die Digitalisierung der Formulare könnte diesem Eindruck entgegenwirken. Weiterhin könnte die Digitalisierung auch die mehrfache Datenabgabe in verschiedenen Formularen durch Verknüpfungen unnötig werden lassen. Dies würde schließlich zu einer schnelleren Bearbeitung der Adoptionen führen. Anfängliche zusätzliche Kosten, die durch die Einführung der Digitalisierung entstünden, könnten so durch Einsparungen in der notwendigen Bearbeitungszeit aufgehoben werden. Neben einem Bürokratieabbau könnte die Erhöhung der Kundenfreundlichkeit jedoch auch durch die qualitative Verbesserung des Betreuungs- und Beratungsangebots erreicht werden. Hierfür müsste Einfluss auf das Servicepersonal genommen werden. Mit Servicepersonal sind alle Mitarbeiter gemeint, die in unmittelbarem Kundenkontakt stehen. Hierzu gehören die Tierpfleger des THB und die Mitarbeiter der Verwaltung. Der Begriff Servicepersonal wird an dieser Stelle bewusst verwendet, um den Servicegedanken zu verdeutlichen: Der Service des THB besteht in der Aufnahme und Versorgung von Tierheimtieren, sowie in der Vermittlung dieser an potentielle Kunden. Häufig sind die Tierpfleger die ersten Mitarbeiter des THB, mit denen der Kunde bei einem Tierheimbesuch in Kontakt kommt. Die Tierpfleger kennen die Tierheimtiere von allen Mitarbeitern am besten und sind darum auch am besten für die Beratung und Betreuung von Interessenten geeignet. Jedoch sind die Tierpfleger häufig überlastet, da sie neben der Tierpflege auch noch diese ergänzenden Aufgaben übernehmen müssen. Um trotzdem eine gleich bleibende gute Qualität der Betreuung und Beratung gewährleisten zu können, könnte die Erstellung eines *Qualitätsleitfadens für die Betreuung und Beratung von Kunden* sinnvoll sein. Ein solcher Leitfaden könnte durch eine/n unentgeltliche/n Praktikant/in im Rahmen einer Praktikumsaufgabe in Zusammenarbeit mit den Tierpflegern erstellt werden und anschließend im Praxisgebrauch erprobt und angepasst werden. Der Fokus bei der Erstellung des Leitfadens sollte neben der Funktionalität und Umsetzbarkeit auch auf der Verinnerlichung des Servicegedankens liegen. Die Einhaltung des Leitfadens würde eine konstant gute Betreuung- und Beratung der Kunden durch die Tierpfleger gewährleisten. Eine Abwandlung dieses Leitfadens könnte für die Verwaltung eingesetzt werden, um auch hier die Qualität zu sichern und die Serviceorientierung zu verstärken.

## 7.2 Marketing

Eine Anpassung der Marketingstrategie erscheint sinnvoll.

Das Ziel der Marketingkommunikation wäre es mittels einer stärkeren Ausschöpfung der Möglichkeiten aller Kommunikationskanäle die Zielgruppe, nämlich die potentiellen Kunden des THB, besser und effektiver zu erreichen. Auf diese Art und Weise soll sowohl positiver Einfluss auf die Vermittlung von Seniorentieren genommen als auch die Erfolgsquote des Tierheims erhöht werden. Dieses Ziel wird mit folgenden Marketingbotschaften erreicht:

Es wird Einfluss auf den Wissensstand der Zielgruppe (Kenntnis) genommen, indem die Existenz des THB und die Möglichkeit der Adoption von Seniorentieren und der zugehörigen Unterstützungsangebote besser und effektiver kommuniziert werden. Die Einstellung (Haltung) der Zielgruppe wird durch die Kommunikation einer Emotionalisierung des Themas, eines Ausbaus der Unterstützungsangebote und eine Erhöhung der Kundenfreundlichkeit verändert. Der Zielgruppe erscheint es somit nicht mehr abwegig Seniorentiere aus dem THB zu adoptieren oder sich ehrenamtlich für diese einzusetzen. Schließlich verändert sich als Folge des veränderten Wissensstandes und der veränderten Einstellung das Verhalten der Zielgruppe: Die Zielgruppe möchte Seniorentiere aus dem THB adoptieren bzw. sich ehrenamtlich für diese einsetzen.

Die angepasste Marketingstrategie verfolgt folgende messbare Ziele:

1. Die messbare Reichweite des THB bezüglich der sozialen Medien erhöht sich im Vergleich zum aktuellen Status (Nullmessung am 1.4.2014) um mindestens 100% bis zum 1.5.2015.
2. Der „Traffic“ auf der Website des THB und des TVB erhöht sich im Vergleich zum aktuellen Status (Nullmessung am 1.4.2014) um mindestens 100% bis zum 1.5.2015.
3. Die Bereitschaft der potentiellen Kunden der THB überhaupt ein Seniorentier zu adoptieren steigt im Vergleich zum aktuellen Status (Nullmessung am 1.4.2014) bis zum 1.5.2015. um mindestens 25%. Von einer Steigerung der Bereitschaft wird gesprochen, wenn der potentielle Kunde die Vor- und Nachteile der Adoption eines Seniorentieres kennt und die Adoption von Seniorentiere nicht per Definition ablehnt.
4. Die Medienrelevanz des Themas Seniorentiere im THB in den lokalen Medien erhöht sich Vergleich zum aktuellen Status (Nullmessung am 1.4.2014) bis zum 1.5.2015. um mindestens 25%.

Im Folgenden werden unterschiedliche Ansatzpunkte zur Erreichung der gesetzten Ziele besprochen. Der Übersichtlichkeit halber wurden diese nach Themengebieten aufgeteilt.

### 7.2.1 Website

Ein erster Schritt könnte die Anpassung des Internetauftritts des THB und des TVB ([www.tierschutz-berlin.de](http://www.tierschutz-berlin.de)) sein. Die Seite könnte optimiert werden. Um einen größeren Wirkungskreis zu erreichen, erscheint der Einbau von *Social Media Buttons* in die Homepage unabdingbar. Die Idee hinter *Social Media Buttons* ist, dass Nutzer von sozialen Netzwerken auf diese Art und Weise mit einem Klick ihr Interesse o.ä. an einem Artikel einer beliebigen Website in dem jeweiligen Netzwerk kundtun können. Diese Klicks werden den sozialen Kontakten des Nutzers im Neuigkeitenverlauf des jeweiligen Netzwerkes angezeigt. Zu empfehlen sind Buttons der sozialen Netzwerke *Facebook*, *Twitter* und *Google+1*. Als besonders effektiv erscheint die Nutzung von *Google+1*. Der *Google+1* Dienst ist noch relativ neu und erst seit 2011 verfügbar. Die Idee hinter *Google+1* ist es, dass

Internetnutzer mit einem Google-Konto Beiträge im Netz als besonders interessant kennzeichnen können. Über die Kennzeichnung der Beiträge werden die sozialen Kontakte der Nutzer im sozialen Netzwerk *Google+1* ähnlich der „Gefällt mir“-Funktion bei *Facebook* informiert. Zudem hat die Kennzeichnung der Beiträge Einfluss auf das Ranking (Platzierung) von zukünftigen Suchergebnissen der Nutzer und ihrer sozialen Kontakte in der Suchmaschine *Google*. Ein höheres Ranking in den Suchergebnissen von *Google* erhöht die Chance in den ersten Plätzen der Trefferliste platziert zu werden. Eine höhere Platzierung bedeutet mehr Klicks und damit eine erhöhte Reichweite. Schließlich besuchen laut einer Studie der Universität von Cornell 96% der Nutzer nicht mehr als die erste Seite der Trefferliste (Granke, 2004). Obgleich diese Studie etwas veraltet ist, dürfte sich hieran wenig geändert haben. Durch die Nutzung von *Google+1* kann folglich der Wirkungskreis von Marketingmaßnahmen auf mehreren Wegen erhöht werden.

Ein weiterer Schritt zur Erneuerung der Internetpräsenz könnte die Einrichtung eines sogenannten Blogs sein. Blogs erfreuen sich in der heutigen Zeit wachsender Beliebtheit. Ein Blog ist vergleichbar mit einem auf einer Website öffentlich geführten Tagebuch oder Journal, in dem mindestens eine Person (der so genannte Blogger) regelmäßig Beiträge schreibt. Ein Blog ist persönlicher als eine allgemeine Website. Dieser persönliche Aspekt vermag es häufig Leser stärker an den Blog zu binden, als es eine gewöhnliche Website könnte. (Bernecker, 2012) Es wäre hierfür beispielsweise eine Idee sowohl den TVB als auch Pfleger von verschiedenen Tierarten abwechselnd in regelmäßigen Abständen bloggen zu lassen. Auf diese Art und Weise würden die Leser einerseits durch den TVB zu verschiedenen relevanten Ideen informiert und andererseits könnte durch den „Blick hinter die Kulissen“ mittels der Beiträge der Tierpfleger eine verstärkte Bindung der Leser entstehen. Zudem wären diese Beiträge auch geeignet, um die Auswirkungen der finanziellen Missstände im Tagesgeschäft des THB zu verdeutlichen und so ganz nebenbei möglicherweise die Spendenbereitschaft bei dem einen oder anderem Leser zu erhöhen. Weiterhin könnten Verlinkungen von Beiträgen der Website in Sozialen Netzwerken und im hauseigenen Blog und umgekehrt auch dazu beitragen die Relevanz in den Ergebnissen der Internetsuchmaschinen zu erhöhen.

Weiterhin könnte auch die Nutzerfreundlichkeit der Website des TVB verbessert werden. Es fällt auf, dass die Website nicht in einer für Mobilgeräte optimierten Form zur Verfügung steht. Dies erschwert den Zugang zur Website unnötig und könnte mögliche Kunden abschrecken. Da der Trend hin zu einer zunehmenden Nutzung von Mobilgeräten an Stelle von PC's und Laptops geht, erscheint es als unabdingbar die Website möglichst schnell auch in einer für Mobilgeräte optimierten Form anzubieten.

Zudem könnte der TVB die Website deutlicher für verschiedene Altersgruppen differenzieren. Es gäbe beispielsweise die Möglichkeit einen separaten Kinder- und Jugendbereich einzubauen. In diesem Bereich könnten auf die Zielgruppe zugeschnitten Materialien bereitgestellt werden. Es ist ein separater Blog für Kinder und Jugendliche denkbar und nach gründlicher Auskundschaftung externer Homepages, sind Verlinkungen zu anderen interessanten Tierschutzthemen möglich. Auch könnte die Einbettung von verschiedenen Medien (Videos, Umfragen, links zu Blogbeiträgen, soziale Netzwerke usw.) die Website lebendiger und damit für potentielle Kunden attraktiver machen.

Schließlich könnte sich eine Optimierung der Website in Form einer in die Website eingebauten Zoomfunktion für Texte anbieten. Zwar ist diese Funktion regelmäßig auch auf dem Computer oder Mobilgerät selbst möglich, jedoch ist nicht jeder Nutzer so versiert diese Funktion zu kennen. Die Möglichkeit, die Schriftgröße einfach mit einem Klick zu erhöhen, könnte besonders der Zielgruppe 55 Jahre und älter entgegen kommen.

Um wiederum die Attraktivität der Tierheimtiere für potentielle Kunden zu erhöhen, könnte evaluiert werden, ob die Taktik vorrangig die Problemtiere und „Langsitzer“ auf der Website zu präsentieren weiterhin verfolgt werden sollte. Hier stehen sich die Erhöhung des Adressatenkreises für das Schicksal der Tiere und die Attraktivität für Kunden gegenüber, die unproblematische Tiere wollen und hierdurch verschreckt werden könnten. Es wäre ratsam deutlicher darauf hinzuweisen, dass sich noch mehr Tieren im Tierheim befinden, außer den auf der Website vorgestellten Problemtiere.

### 7.2.2 Taktik

Im Allgemeinen wird eine Verstärkung der Marketingmaßnahmen empfohlen, um einen erhöhten Adressatenkreis zu erreichen. Die Verstärkung der Marketingmaßnahmen muss nicht zwangsläufig mit einer deutlichen Erhöhung des Marketingetats einhergehen. Vielmehr könnte der TVB für das THB auf eine günstige Strategie mit semi-professionellen Marketingmitteln setzen. Das Tierheim München gibt hierfür ein gutes Beispiel: Das Tierheim produziert jährlich eine Vielzahl von Amateurvideos, um für die Adoption von Tierheimtieren zu werben. Diese Spots erzählen regelmäßig die Geschichte der Einzelschicksale von Tierheimtieren, die in diesem Spot explizit beworben werden. Häufig sind dies „Langsitzer“ oder Seniorentiere. Das Tierheim betreibt einen *Youtube*-Kanal ([www.youtube.com/user/Admintsv?feature=watch](http://www.youtube.com/user/Admintsv?feature=watch)), auf dem diese Werbevideos veröffentlicht werden. Weiterhin werden die Videos auch über die *Facebook* Seite des Tierschutzvereins München ([www.facebook.com/tierschutzverein.muenchen?fref=ts](http://www.facebook.com/tierschutzverein.muenchen?fref=ts)) veröffentlicht. Über die zwei populären Kanäle *Facebook* und *Youtube* erreicht das Tierheim eine erhöhte Anzahl von Adressaten. Eine ähnliche Maßnahme wäre auch für das THB empfehlenswert. Der bereits vorhandene *Youtube*-Kanal des TVB sollte verstärkt und regelmäßig genutzt werden. Weiterhin wäre es empfehlenswert zu den Beiträgen über Einzelschicksalen von Tierheimtieren und über allgemeine Veranstaltungen des THB, die momentan bereits über die *Facebook*-Seite des TVB verbreitet werden, regelmäßig auch Videos bereit zu stellen. Dies erscheint zeitgemäß. Um gleichzeitig Nutzer mit beispielsweise begrenzter Surfkapazität nicht außen vor zu lassen, sollten jedoch auch die schriftlichen Beiträge erhalten bleiben. Neben der Verbreitung der Werbevideos über *Youtube* und *Facebook*, sollte auch *Twitter* genutzt werden. Dies aufgrund der Popularität des Netzwerks und um die Anzahl der Informationskanäle zu erhöhen. Zusätzlich ist eine Nutzung von *Google+1* Buttons für alle Videos und Beiträge in sozialen Netzwerken und auf der eigenen Website empfehlenswert. Außerdem könnte die Marketingstrategie in Bezug auf die Inhalte angepasst werden. In der Umfrage wurde deutlich, dass für viele potentielle Kunden Mitleid mit den Seniorentieren eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für eine Adoption spielen. Der Wunsch den Tieren einen schönen Lebensabend zu ermöglichen, sowie der altruistische Wunsch etwas Gutes zu tun, waren weiterhin kennzeichnend. Es wäre darum zu überlegen die zukünftigen Marketingbotschaften in diese Richtung anzupassen. Weiterhin könnte eine Emotionalisierung der Botschaft auch zu einer verstärkten Intensität beitragen. Weiterhin wäre es auch wichtig, dem Einzelnen im Adressatenkreis auch Handlungsalternativen anzubieten, wenn dieser (aus verschiedensten Gründen) nicht in der Lage ist ein Seniorentier zu adoptieren. Die Möglichkeit einer ehrenamtlichen Mithilfe im THB sollte darum immer gleichzeitig mit kommuniziert werden. Vorsicht wäre jedoch bei der aktiven Aufnahme von Hinderungsgründen in die Werbebotschaften geboten. Natürlich kann Aufklärung, beispielsweise über das Recht eines jeden Mieters Kleintiere in der Wohnung zu halten, dazu beitragen die Hinderungsgründe zu eliminieren. Jedoch könnte die bloße Erwähnung der Hinderungsgründe auch negativen Einfluss auf die allgemeine Bereitschaft haben: So könnten beispielsweise bislang positiv eingestellten Kunden mögliche Hinderungsgründe in den Mund gelegt werden. Aus diesem Grund sollte diese Taktik vermieden werden. Stattdessen

erscheint es ratsam auf der Website und in den *Social Media* auf mögliche Hinderungsgründe einzugehen und diese im Auge der potentiellen Kunden abzuschwächen.

Weiterhin gilt es zu überlegen, ob nicht ein Schritt in Richtung virales Marketing im *Social Media* Bereich förderlich wäre. Unter viralem Marketing wird eine Marketingform verstanden, die soziale Netzwerke und soziale Medien nutzt, um so auf eine Marke oder eine Kampagne aufmerksam zu machen. Kennzeichnend ist die Benutzung einer ungewöhnlichen oder streitbaren Werbebotschaft, die beispielsweise in Form eines viralen Videos verbreitet werden könnte. Durch virales Marketing ist es möglich mit relativ geringen Kosten eine hohe Streuweite zu erreichen, gleich der Mund-zu-Mund-Propaganda. (Bernecker, 2012)

Die Entwicklung einer solchen Kampagne könnte Inhalt einer Bachelorarbeit sein, die das THB für Management- und Marketingstudenten ausschreiben könnte (vgl. 7.2.3).

### **7.2.3 Kooperationen**

Es bestünde die Möglichkeit mit verschiedenen Organisationen Kooperationen einzugehen. Bei erfolgreicher Zusammenarbeit könnten Kosten eingespart und das Angebot für die Kunden dennoch erweitert werden. Mit attraktiveren Angeboten und entsprechendem Service für die Kunden, könnte die Adoptionsbereitschaft stimuliert werden.

In der Umfrage wurde mehrmals angegeben, dass Zeitmangel die Kunden daran hindert ein Tier zu adoptieren. Dies betrifft besonders das Spaziergehen mit einem Hund. Hier könnte eine Kooperation mit einem Gassi Service angedacht werden. Wichtig ist, dass der Service in allen Berliner Bezirken angeboten wird. Es wäre möglich, dass Kunden des THB Ermäßigungen erhalten und das Tierheim im Gegenzug die Kunden direkt an den Service vermittelt.

Weiterhin wird der Weg zum Tierarzt des THB von den potentiellen Kunden als problematisch empfunden. Besonders für kranke Tiere ist der Weg oft nicht zumutbar und besonders in akuten Krankheitsfällen nicht rechtzeitig zu bewältigen. Für Großtiere ist der mobile Tierarzt hinlänglich bekannt, aber auch für Kleintiere wird dieser Service in den letzten Jahren stets gebräuchlicher. Für das THB würde sich eine Zusammenarbeit mit einer Tierambulanz besonders in den westlichen Bezirken der Stadt vermutlich rentieren. Es könnte der bestehende Service (Kostenübernahme bei festgestellter Krankheit) für die Kunden in der ganzen Stadt angeboten werden.

Eine mehrfach genannte Idee zur Erhöhung der Adoptionsbereitschaft sind publikumswirksamere Werbemaßnahmen. Nun kann hier durch Druckkosten oder die Anschaffung von kleinen Werbegeschenken erheblich das finanzielle Budget des TVB beeinträchtigt werden. Allerdings wäre denkbar, dass die beauftragte Firma ihr Logo mit auf den Werbeartikel druckt und somit Ermäßigungen vereinbart werden könnten. Natürlich steht die Produktion von Werbemitteln im Gegensatz zu dem Naturschutzgedanken des TVB. Dennoch gibt es auch hier Firmen, die sich um nachhaltige Produktionen solcher Werbemittel bemühen ([www.greenpromotion.de](http://www.greenpromotion.de)).

Eine weitere Möglichkeit Kooperation mit Sponsoring zu verbinden, wäre der Ausbau des bereits bestehenden Sponsorings von Tierfutter durch Futtermittelhersteller oder das Sponsoring der Schutzgebühren durch Seniorenheime bezüglich der Tieradoptionen durch Heimbewohner. Zudem sind zwecks Werbemaßnahmen Kooperationen mit lokalen Rundfunk- und Zeitungsbetrieben denkbar.

Weiterhin sind Kooperationen mit Fachhochschulen und Ausbildungsbetrieben aus der Tierbranche möglich. Auch Auszubildende und Studenten aus dem Bereich Management und Marketing könnten innerhalb eines Praktikums oder im Rahmen ihrer Abschlussarbeit mit Projekten durch den TVB beauftragt werden. Studenten aus dem Bereich Medien könnten beispielsweise die zuvor beschriebenen Spots (siehe 7.2.2) über Einzelschicksale der Tiere im THB entwickeln. Die Anfertigung

von zielgruppenspezifischem Promotionsmaterial für das THB und den TVB, könnte von Studenten aus dem Bereich Marketing, Public Relations oder Kommunikation übernommen werden. Bei den Praktikanten ist besonders an Studenten des Studienganges Tiermanagement der Fachhochschule Van Hall Larenstein zu denken. Es könnte eine Kooperation mit der Hochschule angedacht werden. Zudem könnte über eine allgemeine Ausschreibung von Bachelorarbeiten durch den TVB nachgedacht werden. Auf diese Art und Weise könnte sich der TVB das fachliche Wissen verschiedener Studienrichtungen bei gleichzeitig relativ geringen Betreuungskosten nutzbar machen. Zudem könnte der regelmäßige Blick von Außenstehenden auf die Aktivitäten des TVB für das THB zur Optimierung beitragen.

Vielleicht wäre sogar eine Kooperation mit Berliner Schulen möglich. In Zusammenarbeit könnte beispielsweise Unterrichtsmaterial entwickelt werden und weiterhin ist eine Kooperation in den sozialen Netzwerken denkbar.

Zudem bestünde die Möglichkeit eine Kooperation mit der Stadt Berlin einzugehen mit dem Ziel, dass in öffentlichen Einrichtungen mit Warteräumen neben dem üblichen Nachrichtenstream auch Werbung für das Tierheim Berlin gezeigt wird, insbesondere für die Adoption von Seniorenentieren. Eine besonders wirksame Methode scheint hierbei die Produktion von Videos über Einzelschicksale von (Senioren-)Tieren zu sein. Tatsächlich wird diese Marketingstrategie bereits vom Tierschutzverein München für das Tierheim München angewandt (vgl. Tierschutzverein München, 2013).

Es bestünde theoretisch die Möglichkeit in Zusammenarbeit mit einem Shuttle-Service von der Bushaltestelle bis zum Tierheim einzurichten, aber den zusätzlichen Kosten stünden keine garantierten und sofortigen Gewinne entgegen. Stattdessen könnte die Idee ausgearbeitet werden, in Absprache mit der BVG die Busroute zu ändern und näher an das Tierheim heranzufahren.

Um die Kunden bei ihrem Umgang mit ihren Hunden zu unterstützen, ist ein Kooperationsvertrag mit Hundeschulen in diversen Berliner Bezirken ratsam. Auch hier könnten Ermäßigungen für Besitzer mit Tierheimhunden angedacht werden. Auch die Vermittlung von verhaltensauffälligen Hunden kann hierdurch gefördert werden, da die Kunden in der Erziehung beraten werden können.

#### **7.2.4 Veranstaltungen**

Einige der Befragten gaben an, dass sie sich vorstellen können mit Veranstaltung die Bereitschaft zur Adoption von Seniorenentieren zu erhöhen. Zum Beispiel kann eine Infoveranstaltung rund um das Thema Seniorenentiere veranstaltet werden, mit Auskünften zum Thema Fütterung und Umgang mit dem älter werdenden Tier.

Außerdem könnte das Tierheim Themenwochen anbieten, die ganz im Zeichen älterer Hunde und Katzen stehen. Es könnten detaillierte Profile von älteren Tieren erstellt und täglich vorgestellt werden. Zudem könnten auch hier Informationen zum Thema Seniorenentiere veröffentlicht werden. Des Weiteren könnte sich das Tierheim Berlin als Ausflugsziel für Seniorenheimen und -vereinen zur Verfügung stellen. Dabei könnten während eines gemütlichen Beisammenseins besondere Schicksale von älteren Hunden und Katzen vorgestellt werden.

Als Veranstaltungstipp nannten einige Befragte auch die Organisation eines Familientages. Es könnten speziell für Familien Informationen zusammengetragen werden und den Umgang mit einem neuen Haustier erlernen.

### **7.2.5 Verbessertes Monitoring**

An Hand dieser Untersuchung hat sich ergeben, dass es empfehlenswert ist für den TVB und das THB eine einheitliche und detaillierte Datenpflege zu betreiben. Es sollte möglich sein, die Daten über die Ein- und Ausgänge des Tierheims, nach zusätzlichen Informationen über die Tiere zu filtern (Alter, Abgabegrund, Rasse, Herkunft etc.). Falls es datenschutzrechtlich möglich ist, sollten Angaben zum neuen Halter gespeichert werden. Dadurch ist es möglich eine genaue Zielgruppe fest zu stellen. Auf diese Art und Weise ist es möglich genau zu beobachten, ob sich die Erfolgsquote des Tierheims erhöht oder nicht. Zusätzlich kann der Status Quo des Tierheims gezielter bestimmt werden. Bei Werbeaktionen kann mit präzisen Fakten anstatt mit Schätzungen gearbeitet werden.

Außerdem bestünde die Möglichkeit, das Tierheim eher mit anderen Tierheimen (bspw. München, Hamburg und Düsseldorf) zu vergleichen. Ein Vergleich mit anderen Tierheimen scheint, aufgrund der dort so nicht vorhandenen Problematik sinnvoll.

Weiterhin sollten auch die Internet-bezogenen Aktivitäten besser überwacht werden. Das THB führt zum aktuellen Zeitpunkt weder Protokoll über den „Traffic“ seiner Website, noch werden die *Social Media* Kanäle bezüglich ihrer Effektivität überwacht. Aktuell geschieht das aufgrund mangelnder personeller Ressourcen und geringer Priorität nicht.

### **7.2.6 Marketingmittel - unkonventionelle Möglichkeiten**

Abschließend ist noch anzubringen, dass der TVB bezüglich seiner Marketingmaßnahmen ruhig kreativer und flexibler werden darf. Das Internet und die damit zusammenhängende Verschnellung und Vereinfachung der Kommunikation mit (potentiellen) Kunden eröffnet viele neue Möglichkeiten für effektive Werbemaßnahmen. Um diese jedoch voll ausnutzen zu können, müssen die aktuellen Entwicklungen im Auge behalten werden, um darauf schnell und flexibel reagieren zu können. Erfahrungsgemäß führen im Netz eine Vielzahl klein angelegter flexibler Maßnahmen häufig zu besseren Ergebnissen als groß geplante, jedoch „schwerfällige“ Marketingaktionen (Bernecker, 2012).

Bezüglich der Kreativität der Werbemaßnahmen sind in der heutigen Welt eigentlich keine Grenzen gesetzt. Jedoch muss der TVB sich verdeutlichen, dass beispielsweise die üblichen Druckerzeugnisse zu Werbezwecken stets weniger potentielle Kunden erreichen die Zeit, in der auf diese Art und Weise effektiv geworben werden konnte geht zu Ende. Es ist an der Zeit neue Pfade zu betreten. Am wichtigsten ist es hierbei möglichst publikumswirksame Maßnahmen zu ergreifen, damit die Mühen nicht im Strom der Nachrichtenflut untergehen. Wie wäre es also beispielsweise mit einem „Flashmob“ auf dem Kurfürstendamm zum Thema Seniorentiere oder der Annoncierung von Tierheimtieren bei *Ebay-Kleinanzeigen*? Der Phantasie sind und sollten hier keine Grenzen gesetzt sein.

## Quellenangabe

- Baralone, P. (2012). *Better compliance in preventive medicine*. VeterinaryFocus.Vol. 22 No 2
- Bartz, L. (2013). *Kastration von Katzen/Katern*. Gesehen am 28.09.2013 auf [www.peta.de](http://www.peta.de)
- Bernecker, M.; Beilharz, F. (2012). *Social Media Marketing. Strategien, Tipps und Tricks für die Praxis*. Johanna Verlag. Köln
- BFSJ (2006). *Erster Bericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend über die Situation der Heime und die Betreuung der Bewohnerinnen und Bewohner*. Gesehen am 18.10.13 auf [www.bfsj.de](http://www.bfsj.de)
- Binder, R. (2010). *Im Spannungsfeld zwischen Lebensschutz und Ökonomie: Tierschutzrechtliche und ethische Aspekte der Euthanasie in Tierheimen*. Gesehen am 22.12.2013 auf [www.tieranwalt.at](http://www.tieranwalt.at)
- Brown; Silverman (1999). *The current and future market for veterinarians and veterinary medical services in the United States*. J Am Vet Med Assoc. 1999 Jul 15; 215(2):161-83.
- Canine Conference (2013). *Background*. Gesehen am 25.09.2013 auf [www.canineconference.com](http://www.canineconference.com)
- Case, L.P.; Carey, D.P.; Hirakawa, D.A. (1995). *Ernährung von Hund und Katze- Leitfaden für Tierärztinnen und Tierärzte*. Schattauer, Stuttgart.
- Davies, M. (1996). *Canine and Feline Geriatrics*. Blackwell Science, Berlin.
- Davies, M. (2012). *Geriatric clinics in practice*. Veterinary Focus. Vol. 22 No 2
- DTB (2008). *Tierheimordnung*. Gesehen am 28.09.2013 auf [www.tierschutzbund.de](http://www.tierschutzbund.de)
- DTB (2013). *Selbstdarstellung*. Gesehen am 28.09.2013 auf [www.tierschutzbund.de](http://www.tierschutzbund.de)
- Fascetti, A.J. (2006). *Nutritional Concerns in the Geriatric Patient*. NAVC Proceedings 2006, North American Veterinary Conference (Eds). Publisher: NAVC
- Geupler, M. (2013). *Schriftliches Interview*. Oktober 2013, Berlin.
- GOT (2008). *Gebührenordnung für Tierärzte vom 28. Juli 1999 mit Gebührensätzen nach 2. Verordnung zur Änderung der GOT vom 30. Juni 2008*. Gesehen am 07.01.2014 auf [www.bundestieraerztekammer.de](http://www.bundestieraerztekammer.de)
- Granke, L.A.; Joachims, T.; Gay, G. (2004). *Eye-Tracking Behaviour of Users Behaviour in WWW Search*. Gesehen am 22.01.2014 auf [www.cs.cornell.edu](http://www.cs.cornell.edu)
- Hoffman J.M.; Creevy K.E.; Promislow D.E.L.; (2013). *Reproductive Capability Is Associated with Lifespan and Cause of Death in Companion Dogs*. PLoS ONE 8(4)
- IVH (2012). *Der deutsche Heimtiermarkt 2012*. Gesehen am 26.09.2013 auf [www.ivh-online.de](http://www.ivh-online.de)
- König, E. (2001). *Von geschundenen Kutschpferden und engagierten Tierfreunden*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin.

- Kraft (2003). *Geriatric bei Hund und Katze*. Parey Verlag, Stuttgart.
- Krenzer (2008). *Effizientes Informationsmanagement in Versicherungsunternehmen*. Books on Demand GmbH, Norderstedt.
- Liang, M.M.; Pfeiffer, I.; Kohn, B. (2006). *Primäre immunhämolytische Anämie und immunbedingte Thrombozytopenie beim Hund: Studien zu Inzidenz, Gendefekt und Vererbung*. Gesehen am 19.10.2013 auf [www.gkf-bonn.de](http://www.gkf-bonn.de)
- Mailing (2011). *Warum will mich niemand haben?* Tierschutzverein für Berlin, Berlin.
- Mars (2013). *Mars Heimtierstudie 2013*. Initiative Zukunft Heimtier, Bremen.
- Oefensberger, E. (2013). *Ein Herz für Tiere: Fragen an den Deutschen Tierschutzbund*. Gesehen am 09.01.2014 auf [www.herz-fuer-tiere.de](http://www.herz-fuer-tiere.de)
- Pad Vital (2013). *Easystrips MT10*. Gesehen am 25.09.2013 auf [www.padvital.de](http://www.padvital.de)
- Peretti (1990). *Elderly-animal friendship bounds*. Social Behavior and Personality: an international journal, Volume 18, Number 1, 1990 , pp. 151-156 (6)
- Röger-Lakenbrink (2006). *Das Therapiehund-Team*. Kynos, Mürlenbach.
- Sambras (1997). *Geschichte des Tierschutzes*. Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart.
- StatIS-BBB (2014). *Das statistische Informationssystem Berlin-Brandenburg*. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg. Gesehen am 10.03.14 auf [www.statistik-berlin-brandenburg.de](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de)
- THB (2013). *Schriftliches Interview*. Berlin, Dezember, 2013
- The Human Society of the United States (2013). *Pets by the numbers*. Gesehen am 22.12.2013 auf [www.humanesociety.org](http://www.humanesociety.org)
- Tierschutzverein München (2013). *Gnadenhof*. Gesehen am 14.11.2013 auf [www.tierschutzverein-muenchen.de](http://www.tierschutzverein-muenchen.de)
- TVB (2013A). *Tierschutzverein*. Gesehen am 21.09.2013 auf [www.tierschutzverein-berlin.de](http://www.tierschutzverein-berlin.de)
- TVB (2013B). *Katzen in Pflegestellen*. Gesehen am 21.09.2013 auf [www.tierschutzverein-berlin.de](http://www.tierschutzverein-berlin.de)
- Vetion (2003). *Prinzipien der Chemotherapie bei Hund und Katze*. Gesehen am 28.08.2013 auf [www.vetion.de](http://www.vetion.de)
- Vetline (2011). *Geld oder Leben*. Gesehen am 04.01.2014 auf [www.vetline.de](http://www.vetline.de)
- ZZF (2013). *Heimtierpopulation in Deutschland 2012*. Statista, FU Berlin.

## Beilagen

### I Begriffserklärungen

(in alphabetischer Reihenfolge)

#### Abgabe

Unter der Abgabe wird in dieser Untersuchung die Abgabe eines Haushundes bzw. einer Hauskatze durch den bisherigen Tierhalter beim örtlich zuständigen Tierheim verstanden. Der Tierhalter gibt bei der Abgabe des Tieres an das Tierheim das Eigentum an diesem Tier vollständig auf und dieses geht an das Tierheim bzw. den Tierheimbetreiber über. An die Abgabe sind einige Formalitäten geknüpft, damit diese rechtskräftig ist. Beispielsweise darf das Tier nur vom Eigentümer selbst oder mit einer entsprechenden, durch diesen ausgestellter Vollmacht abgegeben werden. Bei der Abgabe des Tieres entstehen für den Eigentümer Kosten (pro Hund 60-115€, pro Katze 20-85€). (TVB, 2013A)

#### Adoption

Unter der Adoption wird in dieser Untersuchung die Adoption eines Hundes bzw. einer Katze aus einem Tierheim des DTB durch einen Kunden verstanden. Bei der Adoption des Tieres gibt das Tierheim das Eigentum an dem Tier vollständig auf und dieses geht an den Kunden über. In Tierheimen des DTB erfolgt die Übereignung des Tieres häufig unter Eigentumsvorbehalt. Der Eigentumsvorbehalt ist dann an ein positives Resultat des Kontrollbesuchs eines Vertreters des Tierheims beim gegenwärtigen Tierhalter geknüpft. Der Kontrollbesuch erfolgt nach einer bestimmten Zeitspanne. Um die Erfolgsrate der Adoptionen zu erhöhen arbeitet beispielsweise das Tierheim Berlin mit Checklisten und bittet die Kunden vorab um Auskünfte über ihre Lebensumstände, um auf mögliche Probleme in der Tierhaltung bereits im Beratungsgespräch eingehen zu können. Dadurch soll verhindert werden, dass die Tiere nach einiger Zeit wieder ins Tierheim zurückgebracht werden. Weiterhin wird eine Vermittlungsgebühr fällig (pro Katze 65-85€ und pro Hund bis zu 205 €). (TVB, 2013B)

#### Ältere Haushunde

Die Untersucher beschränken sich während ihrer Untersuchung auf die Hunde die vorwiegend in den Haushalten von Menschen gehalten werden und als sozialisiert gelten. Das heißt die Haltungsform ist ausschlaggebend und nicht der Grad der Domestikation, da auch wild lebende und streunende Hunde als domestiziert bezeichnet werden. Die Untersucher beziehen sich während der Untersuchung auf Hunde die mindestens acht Jahre alt sind. Es wird kein Unterschied gemacht ob es sich hierbei um einen großen oder kleinen Hund handelt oder welcher Rasse er angehört.

#### Ältere Hauskatzen

Als Hauskatzen werden von den Untersuchern Tiere bezeichnet die in Kontakt mit dem Menschen leben und als sozialisiert gelten. Das bedeutet Straßenkatzen und wild lebende Katzen werden ausgeschlossen. Außerdem werden unter den Begriff Hauskatze von den Untersuchern auch Katzen mit einbezogen, die einer bestimmten Rasse zugeordnet werden. Bei älteren Hauskatzen handelt es sich um Tiere die mindestens zehn Jahre alt sind.

#### Deutscher Tierschutzbund

Der Deutsche Tierschutzbund wurde 1881 in erster Linie als Dachorganisation der Tierschutzvereine und Tierheime in Deutschland gegründet. Der DTB zählt heute mehr als 800.000 Mitglieder und die 700 örtlichen Tierschutzvereine sind in Landesverbänden nach Bundesländern organisiert. Der Verein

unterhält mehr als 500 vereinseigene Tierheime. Die zugehörigen Tierschutzvereine zahlen an den DTB einen Mitgliedsbeitrag, der jedoch sehr gering ist (55 € pro Jahr pro 100 Mitglieder). Darum ist der DTB, wie auch die örtlichen Tierschutzvereine auf Spenden angewiesen. (DTB, 2013A).

Der DTB hat seinen Sitz in Bonn und unterhält ein Hauptstadtbüro in Berlin. Der DTB ist wie auch seine Mitgliedsvereine gemeinnützig. Der Verein dient laut §2 Satzung des DTB dem gesamten Tier- und Naturschutz und hat sich insbesondere neben der Pflege und Förderung des Tier- und Naturschutzgedankens der Bekämpfung jeglichen Missbrauchs von Tieren verschrieben. Unter anderem die Grundlagenforschung für artgerechte Tierhaltung u.a. in der Heimtierhaltung und die fachliche Beratung, Förderung und Unterstützung der Landesverbände und deren Geschäftsstellen sind Ziele des DTB. Die vom DTB unterhaltene *Akademie für Tierschutz*, die der Weiterentwicklung von Wissenschaft und Forschung in tierschutzrelevanten Problembereichen dienen soll, beschäftigt sich auch mit der Grundlagenforschung für tiergerechte Haltung von Heimtieren. Die weiteren Aktivitätsfelder des DTB sind der Tierschutz in der Landwirtschaft, der Artenschutz im Ausland, sowie die Verbesserung der (inter-) nationalen Stellung von Tieren im Recht und der Kampf gegen Tierversuche. (DTB, 2013B)

Der TVB ist vermutlich seit 1991 Mitglied beim DTB. Das exakte Beitrittsjahr ist nicht ermittelbar (Mdl. Absprache: B. Kaminski, Pressesprecherin TVB, 13.08.2013).

#### (Potentielle) Kunden

Als Kunden des Tierheims Berlin und der Tierheimen des DTB werden alle Bürger im Einzugsgebiet des jeweiligen Tierheims bezeichnet, die ein Tierheimtier erfolgreich adoptieren. Erfolgreich bedeutet in diesem Fall, dass das Tier in ihrem Besitz verbleibt und nicht wieder in das Tierheim zurückkehrt. Die Kunden des Tierheims Berlin und der Tierheimen des DTB sind von den potentiellen Kunden zu unterscheiden. Als potentielle Kunden werden alle vollständig rechtsfähigen Personen bezeichnet, die im Einzugsgebiet des Tierheims leben und sich ernsthaft vorstellen können ein Haustier in ihrem Haushalt aufzunehmen.

#### Mafo-Studie

Die Mafo-Studie wurde vom 1956 gegründeten MAFO-Institut® durchgeführt. Dieses Institut führt persönliche, telefonische und online Studien für jegliche Art Betriebe aus (Bruckert, 2014).

Die Studie wurde vom DTB in Auftrag gegeben und von 44 Interviewern durchgeführt. Die Feldarbeit fand vom 06. bis 24. April 2010 statt und die Zielgruppe waren Tierschutzvereine des DTB, die über ein eigenes Tierheim verfügen. Bei der Studie handelt es sich um eine Repräsentativerhebung und sie fand in Form von persönlichen Interviews statt. Die Stichprobe umfasst 298 Interviews mit per Zufall ausgesuchten Adressen (60% Ausschöpfung). Durch den statistischen Fragebogen erhöht sich bei den statistischen Fragen die Anzahl der Interviews auf 320. Es liegen Daten aus den Jahren 1995, 1999, 2005 und 2009 vor. (DTB, 2010)

#### Problemtiere

Als Problemtiere werden Tiere bezeichnet die in erster Linie aufgrund von Verhaltensauffälligkeiten als nicht oder schwer vermittelbar gelten. Auf der einen Seite können diese Tiere sich aggressiv gegenüber dem Menschen zeigen und auf der anderen Seite auch als besonders ängstlich und nicht vertraut im Umgang mit den Menschen. Das bedeutet für diese Hunde und Katzen sind Maßnahmen zur Resozialisierung erforderlich. Des Weiteren kann der Gesundheitszustand dieser Tiere eine erfolgreiche Vermittlung erschweren. Problemtiere leiden oftmals unter chronischen Krankheiten und haben aufgrund dessen eine besondere medizinische Versorgung nötig. Von dem zukünftigen Besitzer wird dabei ein besonderes Maß an Zeit und Aufmerksamkeit verlangt. Dies sind die zwei

Hauptgründe welche einen Hund oder eine Katze zu einem Problemtier machen. Außerdem kann vor Allem bei Hunden die Rasse ausschlaggebend sein, zum Beispiel wenn es sich um einen so genannten „Listenhund“ handelt. Im Allgemeinen sind die Vermittlungschancen dieser Tiere sehr gering und sie können sich zu so genannten „Langsitzern“ entwickelt. Für die Untersuchung ist ein Problemtier ein Haushund oder eine Hauskatze, welches schon länger als zwei Jahre im Tierheim lebt.

### Seniorentiere

Bei Seniorentieren handelt sich um Hunde oder Katzen die ein bestimmtes Alter erreicht haben. Aufgrund der verringerten Adaptionsfähigkeit im Alter haben diese Hunde oder Katzen Schwierigkeiten sich den Veränderungen in ihrer Umgebung anzupassen und sind dadurch stressanfälliger. Im Zuge der Untersuchung werden Hunde im Alter ab einschließlich acht Jahren und Katzen ab einschließlich zwölf Jahren als Seniorentiere bezeichnet.

### Tierheim Berlin (THB)

Der Vorläufer des Tierheims Berlin wurde 1901 als erstes Tierheim Deutschlands im Süden Berlins unter dem Namen Tierheim Lankwitz von dem *Verein gegen Tierquälerei* eröffnet (Stollowsky, 2001). Mit der Eröffnung des Tierheims im Stadtzentrum wurden die zuvor seit 1858 betriebenen mehreren kleinen Tierasyle für Hunde- und Katzen in Berlin zusammengelegt. Der Bau des Tierheims war durch die großzügige Spende eines 1886 verstorbenen Restaurators ermöglicht worden. Das Tierheim Lankwitz entsprach damals höchsten Ansprüchen und beheimatete neben dem Tierasyl auch noch eine Tierpension und eine Tierarztpraxis. (König, 2011)

Der *Verein gegen Tierquälerei* stellte nach Inkrafttreten des nationalsozialistischen Reichstierschutzgesetzes eine Anzahl Tierschutzinspektoren, die den Anzeigen auf Tierquälerei im Auftrag des Staates nachgingen (König, 2011B). Zu dieser Zeit wurden jährlich ca. 1900 Hunde und 600-1000 Katzen pro Jahr an Tierfreunde vermittelt. Dazu zählten auch behördlich beschlagnahmte Tiere. Überzählige und nicht vermittelbare Tiere wurden damals euthanasiert. Neben der Arbeit im Tierheim unterstützte der Tierschutzverein während des 2. Weltkrieges in Not geratene Tierhalter mit Futterspenden. Aus dieser Zeit stammt auch zum Beispiel die noch heute übliche „Tierbescherung“ für Blindenhunde und ihre Tierhalter. (König, 2011B)

Im Jahr 1943 brannte das Tierheim Lankwitz in einer Bombennacht bis auf seine Grundmauern ab. In der darauf folgenden Zeit war die Lage des Tierheims Lankwitz katastrophal, denn der Tierschutzverein war hoch verschuldet. Überlebende Tiere wurden in Notverschlagen untergebracht und in den Wirren des Kriegsendes trat der Tierschutz in den Hintergrund (König, 2011B).

Für das Tierheim ging es nach Kriegsende nur langsam aufwärts- es fehlte an Geld und Futtermitteln, sowie beheizbaren Unterkünften für die Tiere (König, 2011B).

Schlüsselfigur des Wiederaufbaus ist die ursprüngliche Wagner-Sängerin Erna Graff. Sie setzte sich öffentlichkeitswirksam vor allem in den Medien für das Tierheim ein und schaffte es so durch Spenden, Erbschaften und steigende Mitgliedszahlen im Tierschutzverein das Tierheim Lankwitz Stück für Stück wieder aufzubauen. Essentiell beim Aufbau war auch die vermehrte Ausrichtung des Tierschutzvereins auf Kinder und Jugendliche. Hierfür wurde 1953 die erste Schuljugendgruppe gegründet und arbeitete das Tierheim eng mit Bildungsanstalten zusammen. Aus der Zeit des Wiederaufbaus stammte auch eine Vielzahl von medienwirksamen Wohltätigkeitsveranstaltungen des Tierschutzvereins zum Wohl notleidender Tiere, wie z.B. der jährliche Tag der offenen Tür (König, 2011C). Der Fall der Mauer erhöhte aufgrund der Vergrößerung des Einzugsbereichs die Anzahl von Tieren, die aufgenommen werden mussten. Die Räume des Tierheims Lankwitz wurden zu klein. Weiterhin häuften sich immer mehr Lärmklagen der Anwohner und entsprach das Tierheim in seiner Tierunterbringung schon länger nicht mehr den Maßstäben der Zeit. Aus diesen Gründen begannen

im Jahr 1998 die Bauarbeiten auf dem heutigen Tierheimgelände, einer ehemaligen Schweinemastanlage im Nordosten Berlins. In unmittelbarer Nähe des 16 Hektar umfassenden Grundstücks befanden sich keine direkten Anwohner und das Gelände war auch groß genug einen anliegenden Tierfriedhof zu errichten. Zehn Jahre waren nötig, um genug Spenden für den geplanten Neubau des Tierheims Berlin zu sammeln. Nachdem die 100-Jahrfeier des Tierheims Berlin noch in Lankwitz ausgerichtet wurde, begann im Jahr 2001 der Umzug in die neuen Räumlichkeiten. Europas größtes Tierheim, auch die *Stadt der Tiere* genannt, wurde vom Architekten Dietrich Bangert in moderner und schlichter Architektur entworfen. Die Haltungsbedingungen der Tiere verbesserten sich durch den Umzug deutlich und entsprechen nunmehr modernsten Standards. (König, 2011D) Aktuell arbeiten im Tierheim 140 Haupt- und 400 ehrenamtliche Mitarbeiter. Das Tierheim bietet Platz für ca. 750 Katzen und 300 Hunde (Kaminski, 2013B).

### Tierschutzverein für Berlin (TVB)

Der Tierschutzverein für Berlin wurde im Jahr 1861 unter dem Namen *Verein gegen Tierquälerei* gegründet. Die Umbenennung des Vereins in Tierschutzverein für Berlin und Umgebung Corporation erfolgte im Jahr 1938. Seit 1872 besitzt der Tierschutzverein Rechtsfähigkeit als juristische Person und ist ein anerkannter gemeinnütziger Verein. Der Tierschutzverein für Berlin empfängt keinerlei Unterstützung von der Stadt Berlin und finanziert sich und das Tierheim komplett aus Spenden, Erbschaften und Mitgliedsbeiträgen. Er ist der größte lokale Tierschutzverein Deutschlands und zählt 15.000 Mitglieder. In seiner Funktion als Tierschutzverein für Berlin und Umgebung betreibt der Tierschutzverein für Berlin nicht nur das Tierheim Berlin, sondern setzt sich auch für den weiteren Tierschutz im In- und Ausland ein (König, 2011).

Eine Vielzahl der Aktivitäten des Tierschutzvereins für Berlin finden in Koordination mit und unter Leitung vom Deutschen Tierschutzbund statt. Wolfgang Appel ist der heutige Präsident des Tierschutzvereins für Berlin und war zuvor hauptamtlicher Bundesgeschäftsführer des Deutschen Tierschutzbundes (König, 2011).

Im Zentrum des Vereins steht die Mitgliederversammlung. Diese tagt zumindest jährlich, in außerordentlichen Fällen auch öfter. Die Jahresmitgliederversammlung ernennt den Vereinsvorstand, der aus 5/7 natürlichen Personen besteht. An erster Stelle im Vorstand steht der Präsident, dann folgen 1. und 2. Vorsitzender, der Schatzmeister und der Schriftführer. Gegebenenfalls wird der Vorstand um zwei weitere Mitglieder ergänzt. Der Präsident leitet mit Hilfe des Vorstandes alle laufenden Angelegenheiten des Vereins und beruft die Versammlungen ein. Wenn der Vorstand über etwas abstimmt, dann gilt bei Stimmengleichheit ein Antrag als abgelehnt. Der Vorstand hat die Möglichkeit sich zur Beratung einen Beirat aus 5 Personen zu bestellen. Neben der Mitgliederversammlung, dem Vorstand und dem Beirat existiert noch der Rechnungsprüfer. Gem. § 11 (1) Satzung des TVB ist das Kassenwesen pro Rechnungsjahr von zwei Rechnungsprüfern zu prüfen und bei der Jahresmitgliederversammlung vorzulegen. Die Rechnungsprüfer und zwei Stellvertreter wurden zuvor von der Hauptversammlung für 4 Jahre gewählt. Der Schlichtungsausschuss wird jährlich von der Mitgliederversammlung gewählt und besteht aus 3 Vereinsmitgliedern und 2 Stellvertretern, diese dürfen keine Position im Vorstand oder Beirat innehaben. (TVB, 2004)

## Quellenangaben:

Betz, H; Gäding, M. (2011). *Tierschutz in Ost und West: Mit der Maueröffnung kamen die Probleme*. Berliner Tierfreund. Sonderausgabe.

Bruckert (2014). Das MAFO-Institut®. Gesehen am 11.01.2014 auf [www.mafo-institut.de](http://www.mafo-institut.de)

DTB (2010). *Tierheime in Deutschland*. Deutscher Tierschutzbund, Bonn.

DTB (2013A). *Selbstdarstellung*. Gesehen am 28.09.2013 auf [www.tierschutzbund.de](http://www.tierschutzbund.de)

DTB (2013B). *Satzung Deutscher Tierschutzbund e.V. i. d. F. vom 08.06.2013*. Gesehen am 28.09.2013 auf [www.tierschutzbund.de](http://www.tierschutzbund.de)

Kaminski (2013A) *Schriftliches Interview*. Berlin, Oktober, 2013

König, E. (2001). *Von geschundenen Kutschpferden und engagierten Tierfreunden*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin

König, E. (2011A). *Berlins erster Hort für Tiere in Not- das Tierheim Lankwitz entsteht*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin.

König, E. (2011B). *Lankwitz während des Zweiten Weltkriegs: Nach dunklen Zeiten Neubeginn aus den Trümmern*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin.

König, E. (2011C). *Wiederaufbau: Die Ära Erna Graff*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin.

König, E. (2011D) *Auf dem Weg in eine neue Ära- Tierheimneubau*. Berliner Tierfreund Sonderausgabe, Berlin.

TVB (2004). *Satzung des Tierschutzvereins für Berlin und Umgebung Corporation*. Gesehen am 20.09.2013 auf [www.tierschutz-berlin.de](http://www.tierschutz-berlin.de)

TVB (2013A). *Tierabgabe*. Gesehen am 10.10.2013 auf [www.tierschutz-berlin.de](http://www.tierschutz-berlin.de)

TVB (2013B). *Tiervermittlung*. Gesehen am 10.10.2013 auf [www.tierschutz-berlin.de](http://www.tierschutz-berlin.de)

Stollowsky, C. (2001). *Tierheim Lankwitz: Ein ganzes Jahrhundert voller tierischer Geschichten*. Der Tagesspiegel vom 21. Juni 2001, Berlin.

## II Befragung der (potentiellen) Kunden des Tierheims Berlin

### Umfrage zur Anschaffung älterer Haustiere aus einem Tierheim

- Ist Ihr aktueller Wohnort in Berlin oder Brandenburg? ja/nein

- Sind Sie voll rechtsfähig? (älter als 18 Jahre, nicht beschränkt rechtsfähig) ja/nein

- Möchten Sie prinzipiell einen Hund oder eine Katze besitzen (oder besitzen bereits welche)?  
Zutreffendes bitte ankreuzen:

Hund

Katze

Wenn Sie bei allen Fragen ja angekreuzt haben, bitten wir Sie folgende Fragen zu beantworten:

1.) Sind Sie  männlich  weiblich

2.) Wie alt sind Sie?

18 – 25 Jahre

26- 35 Jahre

36- 54 Jahre

55 Jahre und älter

3.) Sind Sie berufstätig?

Vollzeit  Teilzeit  nicht berufstätig

4.) Können Sie sich vorstellen ein Tierheimtier aufzunehmen? Zutreffendes bitte ankreuzen:

Ja

Nein

Falls Sie diese Frage mit Nein beantwortet haben, bitten wir Sie nun Ihre Position kurz stichpunktartig auszulegen. Anschließend bitten wir Sie Frage 7 zu beantworten.

.....  
.....

5.) Was könnte für Sie ein Motiv für die Adoption eines Seniorentieres (Hund ab 8 Jahren/Katze ab 10 Jahren) sein? Zutreffendes bitte ankreuzen:

Ein älteres Tier ist schon erzogen

Ich habe Mitleid mit Seniorentieren im Tierheim

Ich habe schon gute Erfahrungen mit einem älteren Tier gemacht

Ich möchte dem Seniorentier einen würdigen Lebensabend ermöglichen

Der Tod des Seniorentieres und die damit verbundene Verantwortung für das Tier ist absehbar

Sonstiges \_\_\_\_\_

6.) Was spricht für sie gegen die Aufnahme eines Seniorentieres? Zutreffendes bitte ankreuzen:

- Das Tier ist eventuell chronisch krank
- Das Tier benötigt eventuell eine spezielle Medikation
- Das Tier ist vermutlich verhaltensauffällig und schwer zu Händeln
- Ich habe schlechte Erfahrungen mit einem älteren Tier gemacht
- Ich möchte nicht mit einem baldiger Tod des Tieres rechnen müssen
  
- Sonstiges \_\_\_\_\_

7.) Was könnte das Tierheim Berlin tun, um Ihnen die Aufnahme eines Seniorentieres attraktiver zu machen?

-----  
-----  
-----

8.) Welchen Kommunikationsweg sollte das Tierheim Berlin Ihrer Meinung nach nutzen, um potentielle Kunden über die Thematik der Seniorentiere am effektivsten zu informieren?  
Mehrfachnennungen sind möglich.

- digital (Homepage, Mailing etc.)
- schriftlich (Broschüren, Flyer etc.)
- persönlich (durch das Tierheimpersonal im direkten Kundenkontakt)

### III Codierung des Umfragebogens

| Kürzel  | Frage   | Codierung  |
|---|---|--|
| Ausschlusskriterien   |   |  |
| Wohnort   | Ist Ihr aktueller Wohnort in Berlin oder Brandenburg?                                       | 1=Ja / 2= Nein   |
| Rechtsf   | Sind Sie voll rechtsfähig?  | 1=Ja / 2= Nein   |
| Besitz  | Möchten Sie prinzipiell einen Hund oder eine Katze besitzen?                                | 1=Hund<br>2=Katze<br>3=beides  |
| Zielgruppenkriterien  |   |  |
| Geschl  | Sind Sie männlich oder weiblich   | 1=M / 2=W  |
| Alter   | Wie alt sind Sie?   | 1=18- 25 Jahre<br>2=26- 35 Jahre<br>3=36- 54 Jahre<br>4=55 Jahre und älter |
| Beruf   | Sind Sie berufstätig?   | 0=Vollzeit<br>1=Teilzeit<br>2=Nicht berufstätig                            |
| AllgBereit  | Können Sie sich vorstellen ein Tierheimtier aufzunehmen?                                    | 1= ja / 2= nein  |
| Was könnte für Sie ein Motiv für die Adoption eines Seniorentieres sein?  |   |  |
| Erz   | Ein älteres Tier ist schon erzogen  | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Mitl  | Ich habe Mitleid mit Seniorentieren im Tierheim   | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| GuteErf   | Ich habe schon gute Erfahrungen mit einem älteren Tier gemacht                              | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| L.abend   | Ich möchte dem Seniorentier einen würdigen Lebensabend ermöglichen                          | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Verantw   | Der Tod des Seniorentieres und die damit verbundene Verantwortung für das Tier ist absehbar | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Sonst   | Antworten werden zusammengefasst und erhalten einen Code                                    | 1=Antwort 1<br>2=Antwort 2 etc.  |
| Was spricht für sie gegen die Aufnahme eines Seniorentieres?  |   |  |
| Krank   | Das Tier ist eventuell chronisch krank  | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Medik   | Das Tier benötigt eventuell eine spezielle Medikation                                       | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Verh  | Das Tier ist vermutlich verhaltensauffällig und schwer zu Händeln                           | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| SchlechteErf  | Ich habe schlechte Erfahrungen mit einem älteren Tier gemacht                               | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| BaldTod   | Ich möchte nicht mit einem baldiger Tod des Tieres rechnen müssen                           | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| Sonst   | Antworten werden zusammengefasst und erhalten einen Code                                    | 1=Antwort 1<br>2=Antwort 2 etc.  |
| Was könnte das Tierheim Berlin tun, um Ihnen die Aufnahme eines Seniorentieres attraktiver zu machen?   |   |  |
| Idee  | Ideen werden zusammengefasst und erhalten einen Code  | 1= Idee 1<br>2= Idee 2 etc.  |
| Welchen Kommunikationsweg sollte das Tierheim Berlin Ihrer Meinung nach nutzen, um potentielle Kunden über die Thematik der Seniorentiere am effektivsten zu informieren? |   |  |
| KommDig   | Digital   | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| KommSchr  | Schriftlich   | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |
| KommPers  | Persönlich  | 1=angekreuzt<br>2=nicht angekreuzt   |

## IV Alle Ergebnisse der Umfrage

### Tabellen

Im Folgenden sind die Ergebnisse der Umfrage unter potentiellen Kunden des Tierheims Berlin zu finden. An der Umfrage zum Thema Adoption von Seniorenentieren nahmen 208 Menschen teil. Die Umfrage wurde von den Befragten selber ausgefüllt oder fand telefonisch statt.

Die nachstehende Tabelle (Tabelle 1) lässt die Antworten auf Frage 4 sehen, ob die Befragten allgemein bereit wären ein Tierheimtier zu adoptieren. Die Antworten wurden aufgeschlüsselt nach Alter und Geschlecht.

**Tabelle 1: Allgemeine Bereitschaft zur Adoption eines Tieres in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht**

| Allgemeine Bereitschaft | männlich |       |       |              | weiblich |       |       |              |
|-------------------------|----------|-------|-------|--------------|----------|-------|-------|--------------|
|                         | 18-25    | 26-35 | 36-54 | 55 und älter | 18-25    | 26-35 | 36-54 | 55 und älter |
| Ja                      | 54,2%    | 64,7% | 62,9% | 16,7%        | 72,4%    | 89,3% | 78,7% | 35,7%        |
| Nein                    | 45,8%    | 35,3% | 37,1% | 83,3%        | 27,6%    | 10,7% | 21,3% | 64,3%        |

In den folgenden Tabellen sind weitere Antworten auf Frage 4 des Fragebogens zu finden. Wenn die Befragten angegeben haben, dass sie sich nicht vorstellen können ein Tierheimtier aufzunehmen, wurden sie gebeten dies zu begründen. Tabelle 1 gibt den prozentualen Anteil der Antworten in Abhängigkeit vom Alter an. Die darauffolgende Tabelle 2 schlüsselt das Ergebnis nach der Berufstätigkeit der Befragten auf und Tabelle 3 nach ihrem Geschlecht.

**Tabelle 2: Anzahl genannter Hinderungsgründe in Abhängigkeit vom Alter**

| Hinderungsgründe                                   | Alter |       |       |              |
|--|-------|-------|-------|--------------|
|  | 18-25 | 26-35 | 36-54 | 55 und älter |
| Zeit   | 16,7% | 0,0%  | 27,3% | 21,4%        |
| Wohnverhältnisse                                   | 11,1% | 0,0%  | 13,6% | 14,3%        |
| Tier ist schon vorhanden                           | 33,3% | 50,0% | 9,1%  | 14,3%        |
| Finanzen   | 16,7% | 16,7% | 4,5%  | 7,1%         |
| kein Interesse                                     | 5,6%  | 16,7% | 13,6% | 21,4%        |
| eigenes Alter                                      | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%  | 14,3%        |
| zu viel Verantwortung                              | 5,6%  | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%         |
| will Tier selbst erziehen                          | 5,6%  | 16,7% | 13,6% | 0,0%         |
| eigene gesundheitliche Probleme oder Allergie      | 0,0%  | 0,0%  | 4,5%  | 0,0%         |
| familäre Verhältnisse                              | 0,0%  | 0,0%  | 4,5%  | 0,0%         |
| Zeit und Finanzen                                  | 5,6%  | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%         |
| Zeit und Wohnverhältnisse                          | 0,0%  | 0,0%  | 9,1%  | 0,0%         |
| Finanzen, eigene gesundheitliche Probleme und Zeit | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%  | 7,1%         |

**Tabelle 3: Anzahl genannter Hinderungsgründe in Abhängigkeit vom Geschlecht**

| Hinderungsgründe                                   | Geschlecht |          |
|--|------------|----------|
|  | männlich   | weiblich |
| Zeit   | 12,1%      | 29,6%    |
| Wohnverhältnisse                                   | 15,2%      | 7,4%     |
| Tier ist schon vorhanden                           | 21,2%      | 22,2%    |
| Finanzen   | 12,1%      | 7,4%     |
| kein Interesse                                     | 21,2%      | 3,7%     |
| eigenes Alter                                      | 0,0%       | 7,4%     |
| zu viel Verantwortung                              | 3,0%       | 0,0%     |
| will Tier selbst erziehen                          | 6,1%       | 11,1%    |
| eigene gesundheitliche Probleme oder Allergie      | 3,0%       | 0,0%     |
| familiäre Verhältnisse                             | 3,0%       | 0,0%     |
| Zeit und Finanzen                                  | 3,0%       | 0,0%     |
| Zeit und Wohnverhältnisse                          | 0,0%       | 7,4%     |
| Finanzen, eigene gesundheitliche Probleme und Zeit | 0,0%       | 3,7%     |

In den folgenden drei Tabellen sind die Antworten auf Frage 5 (was spricht für die Motivation eines Senientieres) zu finden. Bei dieser Frage hatten die Befragten die Möglichkeit verschiedene Antwortmöglichkeiten anzukreuzen und selber Motivationsgründe für die Adoption eines Senientieres zu wählen (Sonstiges). Auch hier wurden die Antworten aufgeschlüsselt nach Alter, Berufstätigkeit und Geschlecht (Tabellen 5-7).

**Tabelle 4: Gründe für die Adoption eines Senientieres in Abhängigkeit vom Alter**

| Motivationsgründe |  | Alter |       |       |              |
|-------------------|--|-------|-------|-------|--------------|
|                   |  | 18-25 | 26-35 | 36-54 | 55 und älter |
| Erziehung         | Angekreuzt   | 32,1% | 28,9% | 22,2% | 15,0%        |
|                   | nicht angekreuzt   | 67,9% | 71,1% | 77,8% | 85,0%        |
| Mitleid           | Angekreuzt   | 52,8% | 53,3% | 39,5% | 30,0%        |
|                   | nicht angekreuzt   | 47,2% | 46,7% | 60,5% | 70,0%        |
| Gute Erfahrung    | Angekreuzt   | 20,8% | 20,0% | 28,4% | 10,0%        |
|                   | nicht angekreuzt   | 79,2% | 80,0% | 71,6% | 90,0%        |
| Lebensabend       | Angekreuzt   | 49,1% | 46,7% | 50,6% | 25,0%        |
|                   | nicht angekreuzt   | 50,9% | 53,3% | 49,4% | 75,0%        |
| Verantwortung     | Angekreuzt   | 34,0% | 17,8% | 18,5% | 15,0%        |
|                   | nicht angekreuzt   | 66,0% | 82,2% | 81,5% | 85,0%        |
| Sonstiges         | Jungtiere werden öfters adoptiert                          | 0,0%  | 0,0%  | 33,3% | 0,0%         |
|                   | Liebe auf den 1. Blick                                     | 33,3% | 25,0% | 11,1% | 0,0%         |
|                   | Die finanzielle Belastung ist absehbar                     | 66,7% | 25,0% | 22,2% | 0,0%         |
|                   | Etwas Gutes tun  | 0,0%  | 25,0% | 33,3% | 0,0%         |
|                   | Man sollte alte Tiere genau wie alte Menschen wertschätzen | 0,0%  | 25,0% | 0,0%  | 0,0%         |

**Tabelle 5: Gründe für die Adoption eines Seniorentieres in Abhängigkeit von Berufstätigkeit**

| Motivationsgründe |  | Berufstätigkeit |          |                   |
|-------------------|--|-----------------|----------|-------------------|
|                   |  | Vollzeit        | Teilzeit | nicht berufstätig |
| Erziehung         | Angekreuzt   | 24,8%           | 25,0%    | 33,3%             |
|                   | nicht angekreuzt   | 75,2%           | 75,0%    | 66,7%             |
| Mitleid           | Angekreuzt   | 41,8%           | 68,8%    | 61,9%             |
|                   | nicht angekreuzt   | 58,2%           | 31,2%    | 38,1%             |
| Gute Erfahrung    | Angekreuzt   | 21,2%           | 18,8%    | 38,1%             |
|                   | nicht angekreuzt   | 78,8%           | 81,2%    | 61,9%             |
| Lebensabend       | Angekreuzt   | 43,6%           | 62,5%    | 61,9%             |
|                   | nicht angekreuzt   | 56,4%           | 37,5%    | 38,1%             |
| Verantwortung     | Angekreuzt   | 20,6%           | 43,8%    | 19,0%             |
|                   | nicht angekreuzt   | 79,4%           | 56,2%    | 81,0%             |
| Sonstiges         | Jungtiere werden öfters adoptiert                          | 16,7%           | 33,3%    | 0,0%              |
|                   | Liebe auf den 1. Blick                                     | 25,0%           | 0,0%     | 0,0%              |
|                   | Die finanzielle Belastung ist absehbar                     | 33,3%           | 33,3%    | 0,0%              |
|                   | Etwas Gutes tun  | 25,0%           | 33,3%    | 0,0%              |
|                   | Man sollte alte Tiere genau wie alte Menschen wertschätzen | 0,0%            | 0,0%     | 100,0%            |

**Tabelle 6: Gründe für die Adoption eines Seniorentieres in Abhängigkeit vom Geschlecht**

| Motivationsgründe |  | Geschlecht |          |
|-------------------|--|------------|----------|
|                   |  | männlich   | weiblich |
| Erziehung         | Angekreuzt   | 27,2%      | 24,8%    |
|                   | nicht angekreuzt   | 72,8%      | 75,2%    |
| Mitleid           | Angekreuzt   | 33,3%      | 54,5%    |
|                   | nicht angekreuzt   | 66,7%      | 45,5%    |
| Gute Erfahrung    | Angekreuzt   | 21,0%      | 24,0%    |
|                   | nicht angekreuzt   | 79,0%      | 76,0%    |
| Lebensabend       | Angekreuzt   | 32,1%      | 57,0%    |
|                   | nicht angekreuzt   | 67,9%      | 43,0%    |
| Verantwortung     | Angekreuzt   | 27,2%      | 19,0%    |
|                   | nicht angekreuzt   | 72,8%      | 81,0%    |
| Sonstiges         | Jungtiere werden öfters adoptiert                          | 14,3%      | 22,2%    |
|                   | Liebe auf den 1. Blick                                     | 14,3%      | 22,2%    |
|                   | Die finanzielle Belastung ist absehbar                     | 28,6%      | 33,3%    |
|                   | Etwas Gutes tun  | 42,9%      | 11,1%    |
|                   | Man sollte alte Tiere genau wie alte Menschen wertschätzen | 0,0%       | 11,1%    |

Die nächsten drei Tabellen enthalten die Antworten auf die Frage 6, was spricht gegen die Adoption eines Senientieres. Auch hier hatten die Befragten die Möglichkeit aus verschiedenen Antworten zu wählen und konnten eigene Argumente hinzufügen (Sonstiges). Die Tabellen 8-10 sind wieder unterteilt nach Alter, Berufstätigkeit und Geschlecht.

**Tabelle 7: Gründe gegen die Aufnahme eines Senientieres in Abhängigkeit vom Alter**

| Gründe gegen die Adoption |                                   | Alter |        |       |              |
|---------------------------|-----------------------------------|-------|--------|-------|--------------|
|                           |                                   | 18-25 | 26-35  | 36-54 | 55 und älter |
| Krankheit                 | Angekreuzt                        | 56,6% | 44,4%  | 30,9% | 10,0%        |
|                           | nicht angekreuzt                  | 43,4% | 55,6%  | 69,1% | 90,0%        |
| Medikamente               | Angekreuzt                        | 52,8% | 48,9%  | 27,2% | 10,0%        |
|                           | nicht angekreuzt                  | 47,2% | 51,1%  | 72,8% | 90,0%        |
| Verhalten                 | Angekreuzt                        | 26,4% | 31,1%  | 19,8% | 20,0%        |
|                           | nicht angekreuzt                  | 73,6% | 68,9%  | 80,2% | 80,0%        |
| Schlechte Erfahrung       | Angekreuzt                        | 7,5%  | 0,0%   | 3,7%  | 5,0%         |
|                           | nicht angekreuzt                  | 92,5% | 100,0% | 96,3% | 95,0%        |
| Baldiger Tod              | Angekreuzt                        | 28,3% | 37,8%  | 24,7% | 35,0%        |
|                           | nicht angekreuzt                  | 71,7% | 62,2%  | 75,3% | 65,0%        |
| Sonstiges                 | Zeit                              | 7,1%  | 12,5%  | 14,8% | 25,0%        |
|                           | anderes Tier vorhanden            | 7,1%  | 25,0%  | 14,8% | 0,0%         |
|                           | keine Erfahrung                   | 14,3% | 6,2%   | 3,7%  | 50,0%        |
|                           | Nichts                            | 7,1%  | 6,2%   | 7,4%  | 0,0%         |
|                           | Verlust des Tieres                | 21,4% | 6,2%   | 14,8% | 0,0%         |
|                           | Finanzen                          | 0,0%  | 6,2%   | 11,1% | 0,0%         |
|                           | Wohnverhältnisse                  | 21,4% | 6,2%   | 3,7%  | 0,0%         |
|                           | Familienverhältnisse              | 0,0%  | 6,2%   | 7,4%  | 0,0%         |
|                           | eigene Gesundheit                 | 0,0%  | 0,0%   | 3,7%  | 0,0%         |
|                           | spez. Ausbildung des Hundes nötig | 7,1%  | 12,5%  | 3,7%  | 0,0%         |
|                           | Gesundheitszustand des Tieres     | 0,0%  | 12,5%  | 3,7%  | 0,0%         |
|                           | Alles                             | 0,0%  | 0,0%   | 3,7%  | 0,0%         |
|                           | Hundesteuer                       | 0,0%  | 0,0%   | 0,0%  | 25,0%        |
|                           | möchte Jungtier haben             | 14,3% | 0,0%   | 0,0%  | 0,0%         |
|                           | Tierheimtiere sind unberechenbar  | 0,0%  | 0,0%   | 7,4%  | 0,0%         |

**Tabelle 8: Gründe gegen die Aufnahme eines Seniorentieres in Abhängigkeit von Berufstätigkeit**

| Gründe gegen die Adoption |                                   | Berufstätigkeit |          |                   |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------|----------|-------------------|
|                           |                                   | Vollzeit        | Teilzeit | nicht berufstätig |
| Krankheit                 | Angekreuzt                        | 37,0%           | 68,8%    | 38,1%             |
|                           | nicht angekreuzt                  | 63,0%           | 31,2%    | 61,9%             |
| Medikamente               | Angekreuzt                        | 35,8%           | 68,8%    | 33,3%             |
|                           | nicht angekreuzt                  | 64,2%           | 31,2%    | 66,7%             |
| Verhalten                 | Angekreuzt                        | 25,5%           | 37,5%    | 9,5%              |
|                           | nicht angekreuzt                  | 74,5%           | 62,5%    | 90,5%             |
| Schlechte Erfahrung       | Angekreuzt                        | 4,2%            | 6,2%     | 0,0%              |
|                           | nicht angekreuzt                  | 95,8%           | 93,8%    | 100,0%            |
| Baldiger Tod              | Angekreuzt                        | 29,1%           | 43,8%    | 19,0%             |
|                           | nicht angekreuzt                  | 70,9%           | 56,2%    | 81,0%             |
| Sonstiges                 | Zeit                              | 12,2%           | 0,0%     | 28,6%             |
|                           | anderes Tier vorhanden            | 14,3%           | 20,0%    | 14,3%             |
|                           | keine Erfahrung                   | 8,2%            | 0,0%     | 28,6%             |
|                           | Nichts                            | 6,1%            | 0,0%     | 14,3%             |
|                           | Verlust des Tieres                | 12,2%           | 40,0%    | 0,0%              |
|                           | Finanzen                          | 6,1%            | 0,0%     | 14,3%             |
|                           | Wohnverhältnisse                  | 10,2%           | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | Familienverhältnisse              | 6,1%            | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | eigene Gesundheit                 | 2,0%            | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | spez. Ausbildung des Hundes nötig | 6,1%            | 20,0%    | 0,0%              |
|                           | Gesundheitszustand des Tieres     | 6,1%            | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | Alles                             | 2,0%            | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | Hundesteuer                       | 2,0%            | 0,0%     | 0,0%              |
|                           | möchte Jungtier haben             | 2,0%            | 20,0%    | 0,0%              |
|                           | Tierheimtiere sind unberechenbar  | 4,1%            | 0,0%     | 0,0%              |

**Tabelle 9: Gründe gegen die Aufnahme eines Seniorentieres in Abhängigkeit vom Geschlecht**

| Gründe gegen die Adoption |                                   | Geschlecht |          |
|---------------------------|-----------------------------------|------------|----------|
|                           |                                   | männlich   | weiblich |
| Krank                     | Angekreuzt                        | 44,4%      | 36,4%    |
|                           | nicht angekreuzt                  | 55,6%      | 63,6%    |
| Medikamente               | Angekreuzt                        | 35,8%      | 39,7%    |
|                           | nicht angekreuzt                  | 64,2%      | 60,3%    |
| Verhalten                 | Angekreuzt                        | 21,0%      | 27,3%    |
|                           | nicht angekreuzt                  | 79,0%      | 72,7%    |
| Schlechte Erfahrung       | Angekreuzt                        | 3,7%       | 4,1%     |
|                           | nicht angekreuzt                  | 96,3%      | 95,9%    |
| Baldiger Tod              | Angekreuzt                        | 30,9%      | 28,1%    |
|                           | nicht angekreuzt                  | 69,1%      | 71,9%    |
| Sonstiges                 | Zeit                              | 21,1%      | 9,5%     |
|                           | anderes Tier vorhanden            | 0,0%       | 21,4%    |
|                           | keine Erfahrung                   | 21,1%      | 4,8%     |
|                           | Nichts                            | 0,0%       | 9,5%     |
|                           | Verlust des Tieres                | 15,8%      | 11,9%    |
|                           | Finanzen                          | 0,0%       | 9,5%     |
|                           | Wohnverhältnisse                  | 10,5%      | 7,1%     |
|                           | Familienverhältnisse              | 5,3%       | 4,8%     |
|                           | eigene Gesundheit                 | 0,0%       | 2,4%     |
|                           | spez. Ausbildung des Hundes nötig | 5,3%       | 7,1%     |
|                           | Gesundheitszustand des Tieres     | 5,3%       | 4,8%     |
|                           | Alles                             | 0,0%       | 2,4%     |
|                           | Hundesteuer                       | 0,0%       | 2,4%     |
|                           | möchte Jungtier haben             | 10,5%      | 0,0%     |
|                           | Tierheimtiere sind unberechenbar  | 5,3%       | 2,4%     |

Die nachstehende Tabelle 11 gibt die zusammengefassten Antworten der Befragten auf Frage 7 wieder. Die Befragten konnten selbständig angeben, welche Ideen sie für das Tierheim Berlin haben, um die Adoption eines Senientieres für sie attraktiver zu machen.

**Tabelle 10: Anzahl der genannten Ideen**

| Idee  | Prozentualer Anteil |
|---|---------------------|
| Außenstelle oder bessere Verkehrsanbindung  | 3,1%                |
| gute Beratung   | 9,4%                |
| publikumswirksamere Werbemaßnahmen  | 16,7%               |
| Nichts  | 14,6%               |
| pers. Ansprechpartner   | 3,1%                |
| Kostenübernahme / fin. Unterstützung  | 10,4%               |
| Kundenfreundlicher  | 1,0%                |
| weniger Hundesteuer   | 1,0%                |
| Gassiservice/Hundesitter  | 5,2%                |
| Werbung für Senientiere   | 4,2%                |
| Schutzgebühr erlassen   | 4,2%                |
| weniger Bürokratie  | 1,0%                |
| Rentner ansprechen  | 3,1%                |
| genaue Info über Tiere  | 4,2%                |
| Veranstaltungen   | 3,1%                |
| Patenschaften   | 1,0%                |
| gute Erziehung der Tiere  | 2,1%                |
| TA Versorgung in der Nähe   | 1,0%                |
| Keine Ahnung  | 4,2%                |
| Veranstaltungen und Patenschaften   | 2,1%                |
| gute Beratung und Ansprechpartner   | 1,0%                |
| andere und bessere Werbemaßnahmen und Kostenübernahme/fin. Unterstützung                            | 1,0%                |
| Schutzgebühr erlassen und Kostenübernahme/fin. Unterstützung  | 1,0%                |
| Außenstelle oder bessere Verkehrsanbindung und TA Versorgung in der Nähe                            | 1,0%                |
| genaue Info über Tiere und TA Versorgung in der Nähe und weniger Bürokratie und weniger Hundesteuer | 1,0%                |

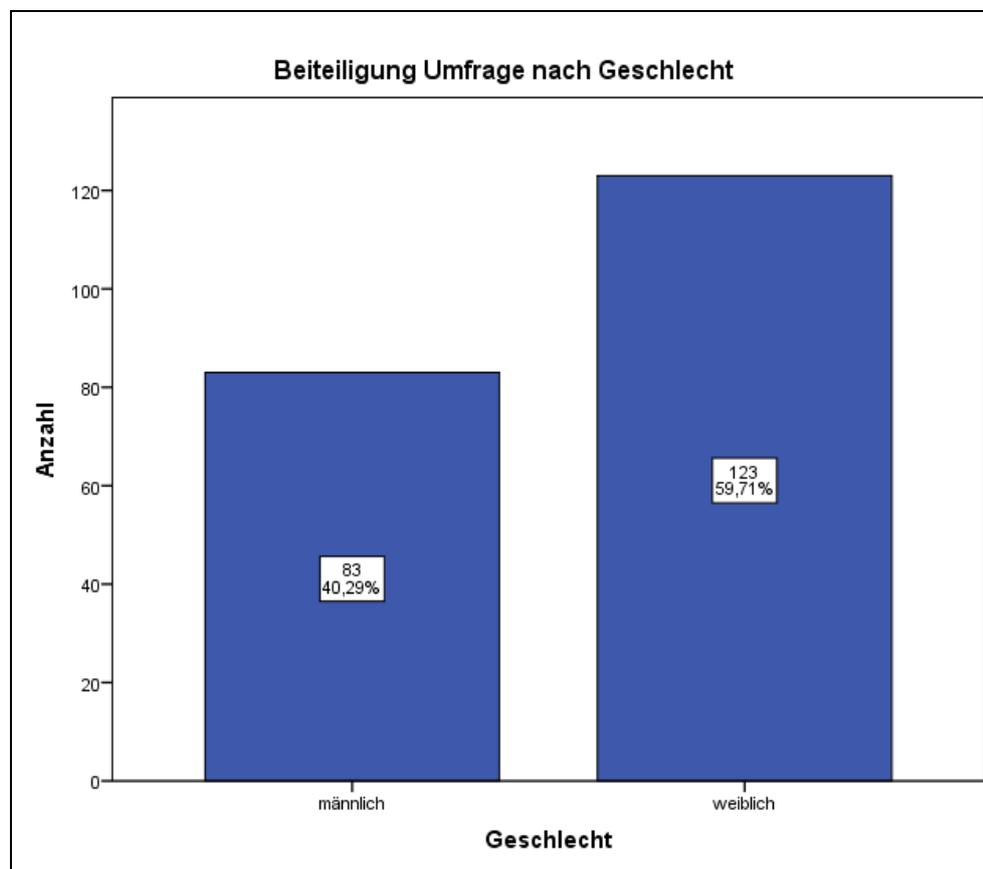
Abschließend wurden die Teilnehmer in Frage 8 gefragt, welche Kommunikationsmittel sie bevorzugten. Sie konnten wählen zwischen digital, schriftlich und persönlich. In Tabelle 12 sind die Antworten aufgeschlüsselt nach Alter und Geschlecht zu finden.

**Tabelle 11: Kontakt in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht**

| Kommunikationsmittel |                  | männlich |       |       |              | weiblich |       |       |              |
|----------------------|------------------|----------|-------|-------|--------------|----------|-------|-------|--------------|
|                      |                  | 18-25    | 26-35 | 36-54 | 55 und älter | 18-25    | 26-35 | 36-54 | 55 und älter |
| Digital              | angekreuzt       | 80,0%    | 88,2% | 80,0% | 33,3%        | 76,7%    | 75,0% | 70,2% | 71,4%        |
|                      | nicht angekreuzt | 20,0%    | 11,8% | 20,0% | 66,7%        | 23,3%    | 25,0% | 29,8% | 28,6%        |
| Schriftlich          | angekreuzt       | 44,0%    | 41,2% | 54,3% | 33,3%        | 50,0%    | 50,0% | 63,8% | 35,7%        |
|                      | nicht angekreuzt | 56,0%    | 58,8% | 45,7% | 66,7%        | 50,0%    | 50,0% | 36,2% | 64,3%        |
| Persönlich           | angekreuzt       | 60,0%    | 52,9% | 51,4% | 33,3%        | 66,7%    | 50,0% | 36,2% | 21,4%        |
|                      | nicht angekreuzt | 40,0%    | 47,1% | 48,6% | 66,7%        | 33,3%    | 50,0% | 63,8% | 78,6%        |

### Abbildungen

Die nachstehenden Abbildungen (1-3) geben die Angaben zu den Zielgruppenkriterien der Befragten wieder in den Fragen 1-3 wurde nach Geschlecht, Alter und Berufstätigkeit gefragt.



**Abbildung 1: Prozentualer Anteil der Frauen und Männer an der Umfrage**

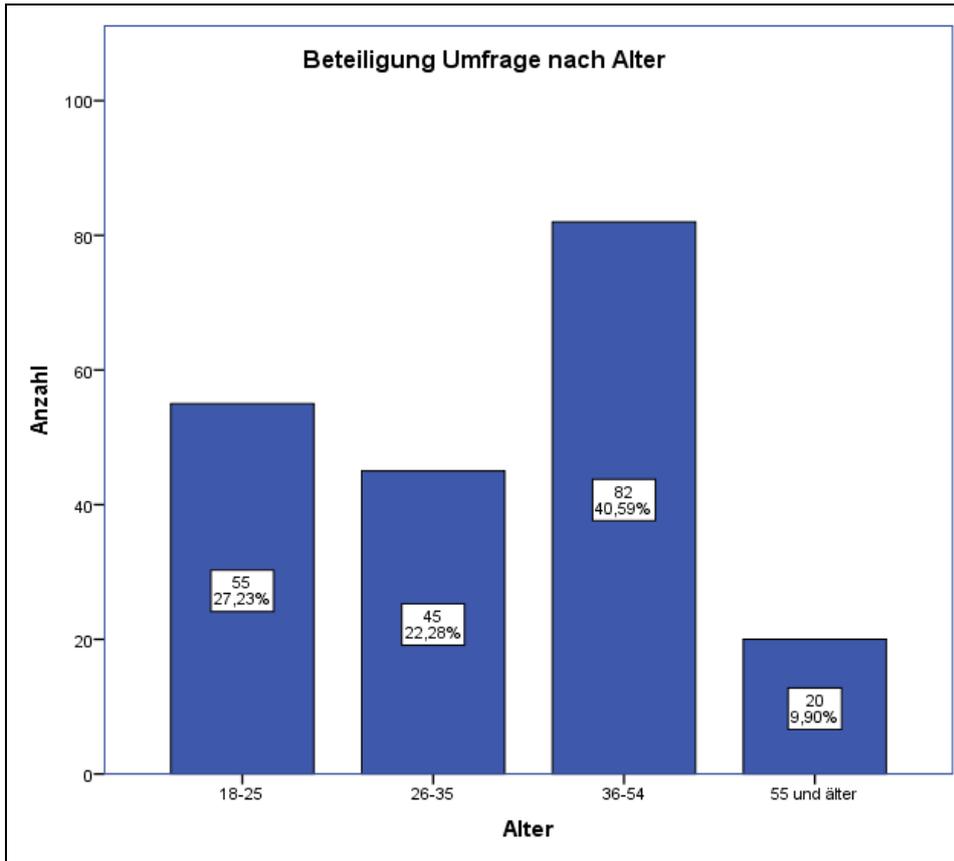


Abbildung 2: Prozentualer Anteil der teilgenommenen Altersklassen

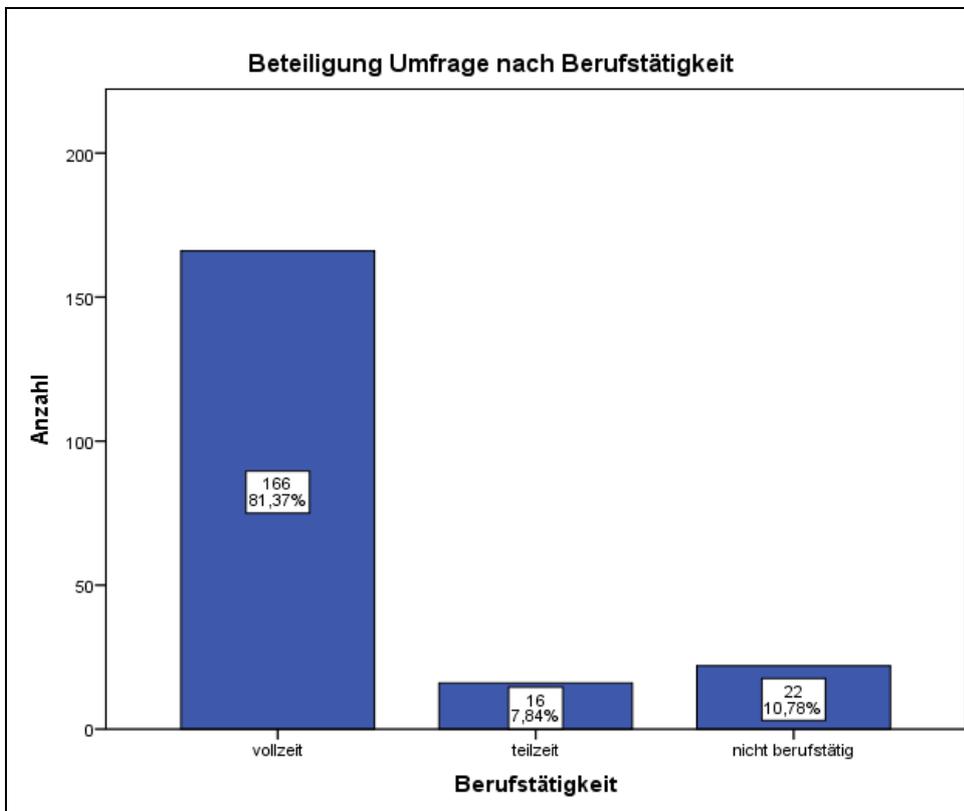


Abbildung 3: Prozentualer Anteil der Vollzeit und Teilzeit beschäftigten und nicht berufstätigen Teilnehmer

Die folgende Abbildung 4 gibt wieder, ob die Befragten einen Hund oder eine Katze besitzen oder Interesse an einem dieser Tiere haben.

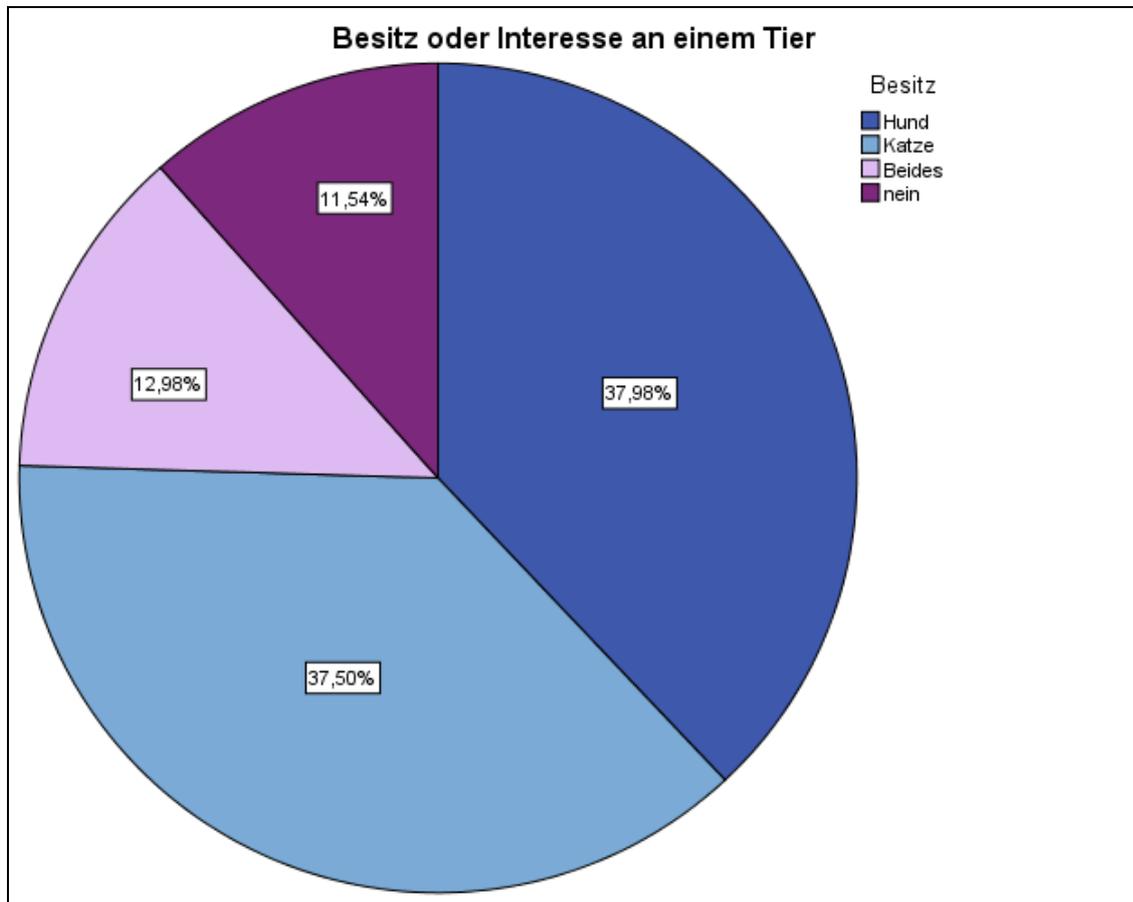


Abbildung 4: Angaben zum Besitz oder Interesse an einem Hund oder an einer Katze