

Internationaler Hundetag: So daten deutsche Hundehalter

26 AUGUST 2015, BERLIN, DEUTSCHLAND.

Pünktlich zum international Dog Day am 26. August ist es an der Zeit, das Thema Dating bei Hundebesitzern genauer unter die Lupe zu nehmen.

Tindog, die App, die seit kurzem Hundebesitzer mit Gleichgesinnten zusammen bringt - sei es zum gemeinsamen Gassigehen oder einem romantischen Abendessen - hat sich bei den deutschen Hundehaltern mal genauer umgehört, was ihre Dating-Vorlieben betrifft. Da Tindog ursprünglich aus Frankreich kommt, präsentiert Tindog jetzt den exklusiven Dating-Vergleich der Hundehalter in Deutschland und Frankreich:

1. Ladies first.

Bei der Nutzung der "Tinder für Hunde"-App liegt das weibliche Geschlecht klar vorne. Während in Frankreich 77 Prozent der User weiblich sind, sind es in Deutschland sogar satte 92 Prozent.

2. Jung und sexy.

Blind-Dates mit Bello und Wuffi sind vorerst vor allem bei der jüngeren Generation beliebt - hierzulande liegt das Durchschnittsalter der Tindog-User bei 24,8 Jahren, beim französischen Nachbarn bei 26,2 Jahren.

3. It's a match!

Ganz nach bekannter Tinder-Manier finden auch hier die User über ein Matching zueinander - durch Swipen nach links, ist es ein "Nein", durch Swipen nach Rechts zeigt man, dass man Interesse am Hund plus dazugehörigem Herrchen oder Frauchen hat. Auch gibt es klare Unterschiede, was die Matching-Quote zwischen den Ländern betrifft. Während es in Deutschland bei nur 46% der Tindog-Swipes zu einem Match kommt, liegt die Trefferquote in Frankreich bei 86 Prozent!

4. Labradore an die Macht.

Wenn es um die beliebteste Hunderasse auf Tindog geht, sind sich die User sowohl in Deutschland als auch in Frankreich einig: der Labrador ist mit Abstand am meisten vertreten, gefolgt von Golden Retriever und Malteser in Deutschland sowie Jack Russel und Golden Retriever in Frankreich.


5. Diese Namen lieben alle.

Bei der Auswahl der Hundenamen gibt es auf Tindog folgende Trends: Hierzulande sind die beliebtesten Namen "Balou", "Luna" und "Lilly", in Frankreich hören die Vierbeiner am ehesten auf "Happy", "Jack" und "Filou".



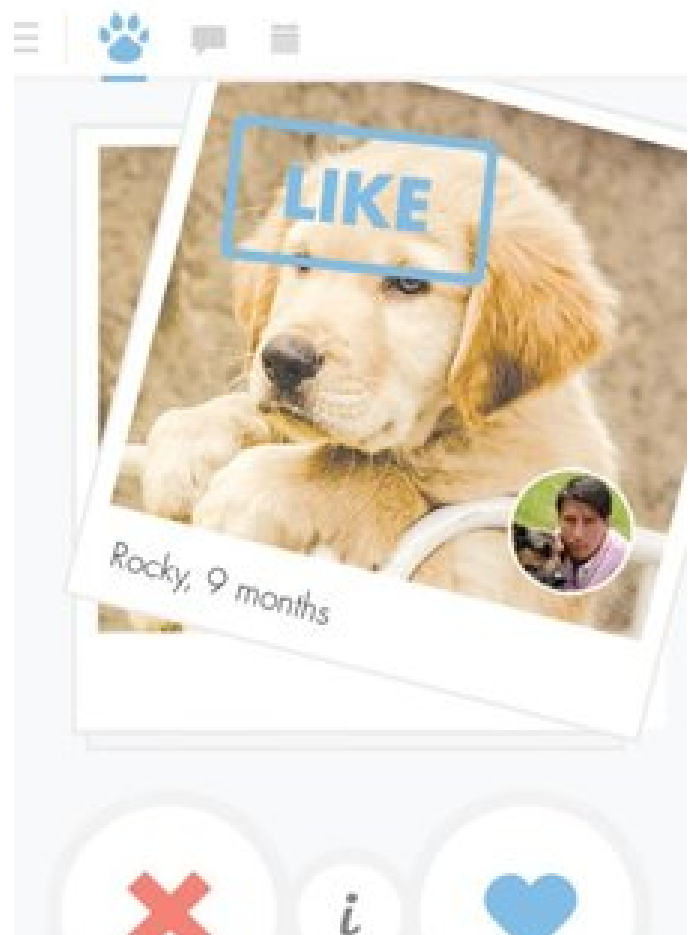
RELEVANTE LINKS

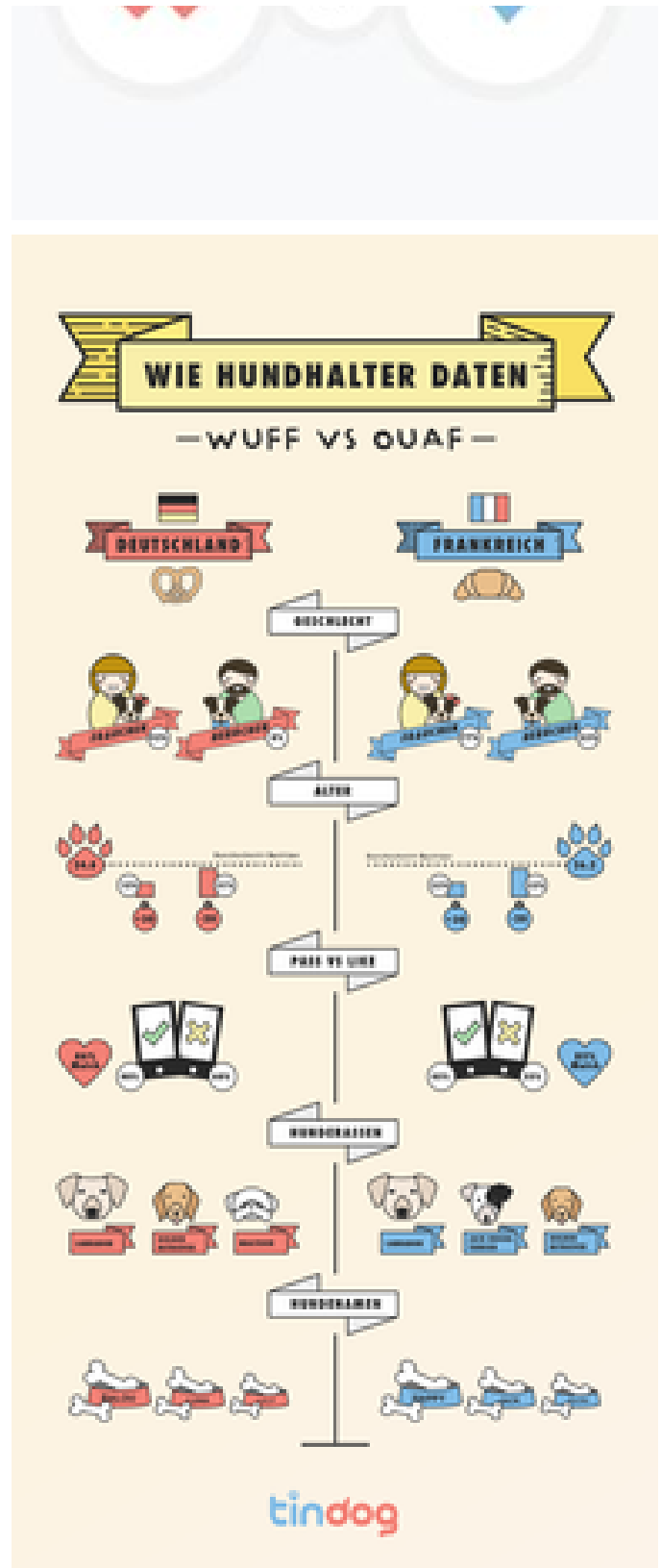
 **Tindog - Android**
<https://play.google.com/store/apps/details?id=co.tindog.tindog&hl=en>

 **Tindog - iOS**
<https://itunes.apple.com/us/app/tindog/id994625591?mt=8>

 **Holidog**
<http://de.holidog.com/>

BILDER





PRESSEKONTAKTE



Marie-Luise Klose

GLOBAL COMMUNICATIONS MANAGER

marie.klose@rckt.com

📧 marie-luise.klose_rocket

🐦 mariekolumns

ÜBER RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS

RCKT. is a full service communications agency from Berlin.

We believe in the power of communication and strong brands.

Our home is the vibrant tech and startup scene. As communications professionals we are united in our core beliefs:

We create compelling and entertaining content to deliver traction

We always listen to our clients, their customers and markets

We love the Internet and embrace technology

We share our passion and go the extra mile

We always stay calm and humble

We love freedom and allow to be different and brave

We keep our word and deliver what we promise

This is the ABC of communication.

Agenda

“PR is dead”. This statement makes our industry shiver. But not us. We have been watching closely as the global media landscapes develop and change. Rather than mourning traditional PR, we look forward to a vibrant future of living content that matches the pace of the digital age. It starts right now. We believe that there is and will be a dynamic range of public and media relations, consumer as well as business communications, digital content and offline activities, positioning of people and products, personally tailored stories and real-time interactions across a spectrum of channels and an increase of speed that shapes our agenda. We understand all these correlations and interdependencies. Better: We live, set and surf the agenda – anytime and anywhere.

Branding

A brand is more than the appearance of a company. It's the company's heart and soul. Through insightful crafting, a brand has the power to tap into the deepest aspirations of customers' hearts. We build brands from scratch. Starting with the company's vision and customer insights, we develop engaging brand personalities and lay the groundwork for a company's product and internal culture. Branding isn't about broadcasting a set of messages to the public but about joining a conversation and community. We tune into them and dig out real and relevant stories of high content-value. We believe a brand is the product of a thousand small gestures, which is why we accompany brands throughout their whole journey: from billboards to animations, from branded content to integrated digital campaigns; from young startups to market leaders – we shape brands that are there to stay. Together, we build long-term value for your company.

Content

We've learned a thing or two about proper content over the last few years: First, everyone wants content. Second, very few actually have good content. To produce great content, you have to be brave and be passionate about what you are doing. The days when we looked up to TV stations and editorial offices as the paragons of good content are long gone. The leaders in relevant content are no longer a select few media players, but rather the masses of customers, users, and members of the digital community. A new generation of content creators from all around the globe has taken the place of the old guard. This talented group is creating outstanding content on a daily basis, whether it be more extensive pieces on blogs and YouTube vlogs or shorter work on Twitter or Vine. They inspire us to tell stories that are worth being told and shared with others. We believe in content that is fun, immersive and informative, and at the very least will simply put a smile on your face.

RCKT.

RCKT. Rocket Communications [Pressemitteilungen](#)