

Der Deutsche Heimtiermarkt 2021 Heimtiermarkt setzt Wachstum fort Umsätze übersteigen 6-Milliarden-Euro-Marke – Anzahl der Heimtiere weiter auf hohem Niveau

Düsseldorf/Wiesbaden, 21. April 2022. Die deutsche Heimtierbranche hält das hohe Umsatzniveau der Vorjahre und entwickelt sich weiterhin positiv. Mit einem Gesamtumsatz von 4,786 Milliarden Euro verzeichnete der stationäre Fach- und Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2021 ein Umsatzplus von 6 Prozent. Hinzu kamen 1,055 Milliarden Euro über den Online-Handel sowie 162 Millionen Euro für Wildvogelfutter. Der Gesamtumsatz der deutschen Heimtierbranche liegt somit bei rund 6 Milliarden Euro.

Der Umsatz mit „Heimtier-Fertignahrung“ im Fach- und Lebensmitteleinzelhandel übertraf das Vorjahresergebnis mit nunmehr 3,685 Milliarden Euro um 6,5 Prozent. Das Segment „Bedarfsartikel und Zubehör“ legte ebenfalls merklich zu und verzeichnete mit einem Umsatz von 1,101 Milliarden Euro ein Plus von 4,6 Prozent.

Markt für Katzenfutter nach wie vor größtes Futtersegment

Mit einem Gesamtumsatz von 1,787 Milliarden Euro und somit einem Plus von 6,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr bildete der Markt für Katzenfutter auch im Jahr 2021 das größte Futtersegment. Stärkster Wachstumstreiber war dabei erneut das Segment „Snacks“ (einschließlich Katzenmilch), das sich um 9 Prozent auf einen Umsatz von 292 Millionen Euro steigerte. Darüber hinaus verzeichneten auch die Bereiche „Feuchtfutter“ (1,170 Milliarden Euro, plus 5,9 Prozent) und „Trockenfutter“ (325 Millionen Euro, ebenfalls plus 5,9 Prozent) deutliche Zuwächse.

Umsatz mit Hundefutter wächst weiter – Snacks treiben den Markt

Der Markt für Hundefutter wuchs auch im Jahr 2021 weiter und erzielte im stationären Handel mit 1,677 Milliarden Euro ein Umsatzplus von 7 Prozent. Vor allem der Bereich „Snacks“ legte noch einmal zu. Die Sparte übertraf das Vorjahresergebnis mit jetzt 672 Millionen und einem Plus von 11,6 Prozent. Ein ebenfalls solider Anstieg ließ sich sowohl beim „Feuchtfutter“ als auch beim „Trockenfutter“ ausmachen.

Während das „Feuchtfutter“ eine Umsatzsteigerung auf 525 Millionen Euro (plus 4,6 Prozent) verzeichnete, wuchs der Bereich „Trockenfutter“ mit einem Umsatz von 480 Millionen Euro um 3,7 Prozent.

Aufwärtstrend auch bei Nahrung für weitere Heimtiere und Wildvogelfutter

Erfreulich ist auch die Entwicklung beim weiteren Heimtierfutter. So blieb das Kleintierfutter hinter Katzen- und Hundefutter drittstärkstes Segment bei den Futtermitteln und konnte nach dem Umsatzplus in den beiden Vorjahren in den klassischen Vertriebswegen erneut zulegen (98 Millionen Euro, plus 7,7 Prozent). Auch der Umsatz am Markt für Zierfischfutter (56 Millionen Euro, plus 1,8 Prozent) stieg leicht an. Der Bereich Ziervogelfutter blieb mit einem Umsatz von 67 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr stabil.

Besonders erfreulich ist die Entwicklung im Segment Wildvogelfutter. Dieses steigerte seinen Umsatz um ganze 26,6 Prozent auf 162 Millionen Euro.

Produkte für Hunde und Katzen sind Wachstumsgewinner bei Bedarfsartikeln und Zubehör

Der Umsatz von „Bedarfsartikeln und Zubehör“ lag 2021 im stationären Handel bei 1,101 Milliarden Euro und verzeichnete somit ein Plus von 4,6 Prozent gegenüber 2020.

Katzenstreu erreichte wie auch in den Vorjahren den größten Umsatzanteil und wuchs um 4,5 Prozent auf 305 Millionen Euro.

Mit einer Steigerung um 6,7 Prozent auf 240 Millionen Euro ist Hundezubehör der Wachstumsgewinner, gefolgt vom Zubehör für Katzen (230 Millionen Euro, plus 5,5 Prozent). Auch der Umsatz mit Bedarfsartikeln und Zubehör für Kleintiere (98 Millionen Euro, plus 3,2 Prozent) und Zierfische (195 Millionen Euro, plus 2,6 Prozent) stieg weiter an. Das Segment für Ziervögel schloss das Jahr mit gleichbleibendem Ergebnis von 33 Millionen Euro ab.

„Auch 2021 standen die Beschäftigung mit dem Heimtier, eine gesunde Ernährung und die Einrichtung einer tiergerechten Ausstattung im Mittelpunkt vieler deutscher Haushalte“, sagt Georg Müller, Vorsitzender des Industrieverbands Heimtierbedarf (IVH) e.V. „Dies zeigt sich auch mit Blick auf die Umsatzentwicklung im deutschen Heimtiermarkt. Besonders die Umsätze bei den Hunde- und Katzensnacks sind noch einmal stark gestiegen. Ebenso ließen sich zunehmende Investitionen in Aquarien, Spielzeuge sowie weitere Bedarfsartikel für Heimtiere verzeichnen“, so Müller. „Wir können nur hoffen, dass diese positive Entwicklung auch anhalten wird. Unsere Industrie steht derzeit vor außergewöhnlich großen Herausforderungen – von der Rohmaterialverfügbarkeit bis hin zu den teilweise immensen Kostensteigerungen bei Energie, Verpackung und Logistik“, fasst Müller die aktuelle Situation zusammen.

Lebensmitteleinzelhandel bleibt stärkster Absatzweg für Heimtier-Fertignahrung – Fachhandel weiterhin führend bei Bedarfsartikeln und Zubehör

Als Hauptabsatzweg für Heimtier-Fertignahrung behauptet sich weiterhin der Lebensmitteleinzelhandel (einschließlich Drogeriemärkten und Discountern). Hier wurden mit einem Umsatzanteil von 61 Prozent 2,245 Milliarden Euro umgesetzt.

Der Fachhandel steigerte seinen Umsatz für Bedarfsartikel und Zubehör auf 875 Millionen Euro und bleibt mit einem Umsatzanteil von 79 Prozent der wichtigste Absatzweg in diesem Segment.

Online-Handel mit deutlichen Zuwächsen

Die zunehmende Bedeutung des Internets für den Kauf von Heimtierprodukten hat sich auch im Corona-Jahr 2021 nochmals spürbar gezeigt. Das geschätzte Umsatzvolumen in diesem Jahr betrug circa 1,055 Milliarden Euro – ein Plus von 233 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr und eine Steigerung von über 28 Prozent. Differenzierte, tierartenspezifische Daten zum Online-Markt sind derzeit noch nicht verfügbar.

Rund 35 Millionen Heimtiere in Deutschland

Gleichbleibend zum Vorjahr, wurden im Jahr 2021 in 47 Prozent und somit in fast der Hälfte aller Haushalte in Deutschland Heimtiere gehalten. Auch der Anteil der Haushalte mit den verschiedenen Heimtierarten ist gleich geblieben. Insgesamt lebten die Menschen hierzulande mit 34,7 Millionen Hunden, Katzen, Kleinsäugetern und Ziervögeln zusammen. Hinzu kamen zahlreiche Zierfische und Terrarientiere. 69 Prozent aller Familien mit Kindern hatten ein Heimtier und in 15 Prozent aller Haushalte wohnten mindestens zwei Heimtierarten. Das ist das Ergebnis einer haushaltsrepräsentativen Erhebung, die das Marktforschungsinstitut Skopos für IVH und ZZF durchgeführt hat (Telefon- und Online-Erhebung, Basis 7000 Befragte).

Die Katze bleibt auf Platz eins der Beliebtheitsskala

Die Katze ist nach wie vor Deutschlands Heimtier Nummer eins: Insgesamt leben 16,7 Millionen von ihnen in 26 Prozent der hiesigen Haushalte.

An zweiter Stelle folgen 10,3 Millionen Hunde in 21 Prozent der Haushalte. Gemäß der aktuellen Befragung ist der Anteil an Mischlingshunden von 42 auf 44 Prozent gestiegen. In 5 Prozent der Haushalte leben 4,6 Millionen Kleintiere wie Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Mäuse.

Die Zahl der Ziervögel betrug im Jahr 2021 3,1 Millionen in 3 Prozent der Haushalte. Zudem gab es im selben Zeitraum 2,3 Millionen Aquarien in 4 Prozent und 1,4 Millionen Gartenteiche mit Zierfischen in 3 Prozent der Haushalte in Deutschland sowie 1,2 Millionen Terrarien in 2 Prozent der Haushalte.

„In Zeiten von Homeoffice und eingeschränkten Kontakten haben die Menschen viel Zeit mit ihren Heimtieren verbracht. Darüber hinaus sind viele neue Tiere in die Haushalte eingezogen, was sich besonders an der steigenden Anzahl an Katzen bemerkbar macht“, stellt Norbert Holthenrich, Präsident des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF) fest.

„Auch das Bedürfnis nach einem Zusammenleben mit Kleintieren, Ziervögeln, Zierfischen und Terrarientieren hält unvermindert an. Die Marktdaten und unsere Tierhalterumfrage belegen, dass die Bereitschaft der Deutschen hoch ist, in die Ernährung, Pflege und Vorsorge ihrer Heimtiere gewissenhaft zu investieren. Wenn das Wohl der Tiere und ihre Bedürfnisse im Mittelpunkt stehen, bereichert die Heimtierhaltung das Leben der Menschen ganz besonders“, erklärt Holthenrich.

Kontakt für Rückfragen:

IVH-Pressedienst
Detlev Nolte
c/o nolte PR GmbH
Kirchbachstraße 95
28211 Bremen
Telefon 0421/83050-20
Fax 0421/83050-29
detlev.nolte@nolte-pr.de
www.ivh-online.de

Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF)
Pressesprecherin/Leitung Kommunikation
Antje Schreiber
Mainzer Straße 10
65185 Wiesbaden
Telefon 0611/447553-14
Fax 0611/447553-33
schreiber@zzf.de
www.zzf.de