

Deutscher Heimtiermarkt 2019 wieder gewachsen

Umsatzplus von mehr als zwei Prozent – Heimtierpopulation weiter auf hohem Niveau

Düsseldorf/Wiesbaden, 15. April 2020. Die deutsche Heimtierbranche hält das hohe Umsatzniveau der Vorjahre und entwickelt sich weiterhin positiv. Mit einem Gesamtumsatz von 4,325 Milliarden Euro konnte der Fach- und Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2019 ein Umsatzplus von 2,4 Prozent verzeichnen. Hinzu kamen 705 Millionen Euro über den Online-Markt sowie 125 Millionen Euro für Wildvogelfutter. Damit liegt der Gesamtumsatz der deutschen Heimtierbranche bei 5,2 Milliarden Euro.

Der Umsatz mit „Heimtier-Fertignahrung“ im Fach- und Lebensmitteleinzelhandel übertraf das Ergebnis aus dem Jahr 2018 mit nunmehr 3.308 Millionen Euro um 2,5 Prozent. Das Segment „Bedarfsartikel und Zubehör“ legte ebenfalls merklich zu und verzeichnete mit einem Umsatz von 1.017 Millionen Euro ein Plus von 2,0 Prozent.

Umsatz mit Hundefutter wächst weiter – Snacks und Trockenfutter treiben den Markt

Auch im Jahr 2019 wuchs der Markt für Hundefutter weiter und erzielte mit einem Wachstum von 4,2 Prozent einen Umsatz von 1.507 Millionen Euro im stationären Handel. Vor allem der Bereich „Snacks“ legte noch einmal zu. Die Sparte übertraf das Vorjahresergebnis mit jetzt 568 Millionen Euro und einem Plus von 5,6 Prozent. Ein ebenfalls solider Anstieg ließ sich sowohl beim „Trockenfutter“ als auch beim „Feuchtfutter“ ausmachen. Während das „Trockenfutter“ eine Umsatzsteigerung auf 452 Millionen Euro (plus 3,9 %) verzeichnete, wuchs der Bereich „Feuchtfutter“ mit einem Umsatz von 487 Millionen Euro um 2,9 Prozent.

„Hundesnacks verzeichnen seit Jahren ein dynamisches Wachstum“, erklärt Norbert Holthenrich, Präsident des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF). „Dabei sind Snacks mit funktionalem Zusatznutzen ebenso beliebt wie Belohnungsartikel. Die gute Nachfrage in diesem Segment zeigt, wie wichtig vielen Hundehaltern eine enge Beziehung zu ihrem Tier ist.“

Markt für Katzenfutter auch weiterhin größtes Futtersegment

Der Katzenfuttermarkt legte im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent zu und bildet mit einem Gesamtumsatz von 1.596 Millionen Euro wie auch in den Vorjahren das größte Futtersegment. Wachstumstreiber waren dabei 2019 die Segmente „Feuchtfutter“ (1.052 Millionen Euro, plus 1,2 %) sowie „Snacks/Katzenmilch“ (245 Millionen Euro, plus 2,9 %). Das Segment „Trockenfutter“ blieb mit 299 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr stabil.

„Feuchtfutter trägt maßgeblich dazu bei, den Flüssigkeitsbedarf der Katze abzudecken und erfreut sich zunehmender Beliebtheit, was sich auch in den Umsatzzahlen widerspiegelt“, sagt Georg Müller, Vorsitzender des Industrieverbands Heimtierbedarf (IVH) e.V. „Zudem trägt der Trend zu Einzelportionen zum anhaltenden Wachstum bei.“

Anstieg auch bei Nahrung für Kleintiere, Zierfische und Wildvögel

Erfreulich ist auch die Entwicklung beim Kleintierfutter. Dieses bleibt hinter Katzen- und Hundefutter drittstärkste Kraft bei den Futtermitteln und konnte nach fünf Jahren erstmals wieder ein Umsatzplus in den klassischen Vertriebswegen verbuchen (87 Millionen Euro, plus 2,4 %).

Auch der Umsatz am Markt für Zierfischfutter (53 Millionen Euro, plus 1,9 %) stieg leicht an. Erfreulich ist ebenfalls die Entwicklung im Segment Wildvogelfutter. Dieses steigerte seinen Umsatz um ganze 25 Prozent auf 125 Millionen Euro. Umsatzeinbußen um 1,5 Prozent musste dagegen der Bereich Ziervogelfutter hinnehmen (65 Millionen Euro); nach dem leichten Plus im Vorjahr liegt er damit wieder auf dem Niveau von 2017.

Produkte für den Hund sind Wachstums-Gewinner bei Bedarfsartikeln und Zubehör

Der Bereich „Bedarfsartikel und Zubehör“ entwickelt sich weiterhin positiv und erlangte 2019 im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzplus von 2,0 Prozent (1.017 Millionen Euro).

Das Katzenstreu erreichte wie auch in den Vorjahren den größten Umsatzanteil im Segment „Bedarfsartikel und Zubehör“ im stationären Handel und wuchs um 0,7 Prozent auf 284 Millionen Euro.

Mit einer Steigerung um 6,4 Prozent auf 215 Millionen Euro ist das Hundezubehör der Wachstums-Gewinner, gefolgt vom Zubehör für Katzen (208 Millionen Euro, plus 2,0 %) und Zierfische (185 Millionen Euro, plus 1,6 %). Bei den Bedarfsartikeln und dem Zubehör für Ziervögel konnte der Abwärtstrend der letzten Jahre gestoppt werden. Das Segment schloss das Jahr mit gleichbleibendem Ergebnis von 32 Millionen Euro ab. Einzig Bedarfsartikel für Kleintiere verzeichneten mit minus 2,1 Prozent auf 93 Millionen Euro im Vergleich zu 2018 einen leichten Rückgang.

Vertriebswege: Lebensmitteleinzelhandel bleibt stärkster Absatzweg für Heimtier-Fertignahrung

Der Fachhandel steigerte seinen Umsatz für Bedarfsartikel und Zubehör auf 803 Millionen Euro und bleibt mit einem Umsatzanteil von 79 Prozent der wichtigste Absatzweg in diesem Segment. Als Hauptabsatzweg für Heimtier-Fertignahrung behauptet sich weiterhin der Lebensmitteleinzelhandel (einschließlich Drogeriemärkten und Discountern). Hier wurden mit einem Umsatzanteil von 62 Prozent 2.063 Millionen Euro umgesetzt.

Online-Handel als relevanter Vertriebsweg etabliert

Auch im Jahr 2019 bestätigte sich die zunehmende Relevanz des Internets für den Kauf von Heimtierprodukten. Das geschätzte Umsatzvolumen in diesem Jahr betrug circa 705 Millionen Euro – ein Plus von 80 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr. Differenzierte, tierartenspezifische Daten zum Online-Markt sind derzeit noch nicht verfügbar.

34 Millionen Heimtiere in Deutschland

Im Jahr 2019 besaßen 45 Prozent aller Haushalte in Deutschland Heimtiere. Insgesamt lebten die Menschen hierzulande mit 34 Millionen Hunden, Katzen, Kleinsäugetern und Ziervögeln zusammen. Hinzu kamen zahlreiche Zierfische und Terrarientiere. 61 Prozent aller Haushalte mit Kindern hatten ein Heimtier. In 15 Prozent aller Haushalte wohnten mindestens zwei Heimtierarten. Das ist das Ergebnis einer haushaltsrepräsentativen Erhebung, die IVH und ZZF beim Marktforschungsinstitut Skopos in Auftrag gegeben hatten (telefonische Erhebung, Basis 7.000 Befragte).

Die Katze bleibt das Lieblingsheimtier der Deutschen

Die Katze ist weiterhin Deutschlands Heimtier Nummer eins: Insgesamt leben 14,7 Millionen Samtpfoten in 23 Prozent der Haushalte in Deutschland. An zweiter Stelle folgen 10,1 Millionen Hunde in 20 Prozent der Haushalte, an Position drei 5,2 Millionen Kleintiere in fünf Prozent der Haushalte.

Die Zahl der Ziervögel betrug im Jahr 2019 4,0 Millionen in vier Prozent der Haushalte. Zudem gab es im selben Zeitraum 1,6 Millionen Aquarien sowie 1,2 Millionen Gartenteiche mit Zierfischen in jeweils drei Prozent der Haushalte in Deutschland. Die Zahl der Terrarien stieg um 200.000: Im Jahr 2019 wurden 1,2 Millionen Terrarien in zwei Prozent der Haushalte ermittelt.

Mehr Heimtiere in Mehrpersonenhaushalten

Die meisten Heimtiere leben in Mehrpersonenhaushalten. So ist der Anteil von Zweipersonenhaushalten sowie Haushalten mit drei Personen und mehr auf jeweils 35 Prozent gestiegen (2018: 34 %). Weiterhin werden 30 Prozent der Heimtiere in Einpersonenhaushalten gehalten (2018: 32 %).

Anzahl jüngerer Heimtierhalter steigt

Viele Heimtierhalter befinden sich in ihrer Lebensmitte. Ein Wandel ist 2019 vor allem in den oberen und unteren Alterssegmenten zu beobachten. So nimmt die Zahl der bis zu 29-Jährigen zu.

Mit 17 Prozent (2018: 15 %) sind sie jetzt nicht mehr die kleinste Gruppe der Heimtierhalter. Der Anteil der über 60-jährigen Tierhalter ist dagegen leicht gesunken auf 24 Prozent (2018: 27 %). 20 Prozent sind 40 bis 49 Jahre alt (2018: 19 %), 22 Prozent zählen zu den 50- bis 59-Jährigen (2018: 22 %) und 16 Prozent der Heimtierhalter sind 30 bis 39 Jahre alt (2018: 17 %).

Die Marktentwicklung der Heimtierbranche und die konstante Zahl der Heimtiere in Deutschland zeigen, dass die Deutschen nach wie vor das Leben mit Heimtieren lieben und ihre Tiere gewissenhaft pflegen und versorgen.

Auswirkungen der Corona-Krise

„Zum jetzigen Zeitpunkt lässt sich noch nicht sagen, ob die Corona-Krise auch Auswirkungen auf den deutschen Heimtiermarkt haben wird“, stellen der Vorsitzende des IVH, Georg Müller und der Präsident des ZZF, Norbert Holthenrich einhellig fest.

„Erst wenn die Corona-Krise überstanden ist, werden wir eine verlässliche Aussage zu den wirtschaftlichen Konsequenzen dieser Ausnahmesituation machen können. Derzeit steht die Gesundheit unserer Mitarbeiter und ihrer Familien sowie aller Beschäftigten im Heimtiermarkt uneingeschränkt im Mittelpunkt“, so die beiden Verbandsvertreter.

Kontakt für Rückfragen:

IVH-Pressedienst
Detlev Nolte
c/o nolte PR GmbH
Kirchbachstraße 95
28211 Bremen
Telefon 0421/8305020
Fax 0421/8305029
detlev.nolte@nolte-pr.de
www.ivh-online.de

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