

Der Deutsche Heimtiermarkt 2022

Umsätze steigen – Beliebtheit von Heimtieren erneut bestätigt

Düsseldorf/Wiesbaden, 5. April 2023. Die deutsche Heimtierbranche hält das hohe Umsatzniveau der Vorjahre und entwickelt sich trotz der allgemein angespannten Wirtschaftslage weiterhin positiv. Mit einem Gesamtumsatz von 5,126 Milliarden Euro verzeichnete der stationäre Fach- und Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2022 ein Umsatzplus von 7,1 Prozent. Hinzu kamen 1,203 Milliarden Euro über den Online-Handel sowie 158 Millionen Euro für Wildvogelfutter. Der Gesamtumsatz der deutschen Heimtierbranche liegt somit bei knapp 6,5 Milliarden Euro.

Der Umsatz mit Heimtier-Fertignahrung im Fach- und Lebensmitteleinzelhandel übertraf das Vorjahresergebnis mit nunmehr 4,035 Milliarden Euro um 9,5 Prozent. Das Segment Bedarfsartikel und Zubehör hingegen ging mit einem Umsatz von 1,091 Milliarden Euro im Jahr 2022 um 0,9 Prozent leicht zurück.

„Während die Absätze beim Futter weitgehend stabil blieben, liegt die Umsatzsteigerung in diesem Bereich wesentlich in der aktuellen Inflation begründet“, sagt Georg Müller, Vorsitzender des Industrieverbands Heimtierbedarf (IVH) e.V. „Wie Hersteller anderer Produkte des täglichen Bedarfs, mussten auch die Produzenten von Heimtier-Fertignahrung angesichts teils immenser Kostensteigerungen bei Energie, Verpackung und Logistik ihre Preise anheben.“

„Im Handel fragten Heimtierhalter Tiernahrung und andere Artikel des täglichen Bedarfs, wie beispielsweise Katzenstreu, regelmäßig nach. Bei Bedarfsartikeln und Zubehör wie Kratzbäumen, Gehegen oder Technik hingegen waren 2022 zunehmend die Auswirkungen der angespannten finanziellen Lage vieler Verbraucher zu spüren, Investitionen wurden zurückgestellt“, so Norbert Holthenrich, Präsident des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe Deutschland e.V. (ZZF).

Markt für Katzenfutter bleibt größtes Futtersegment

Mit einem Gesamtumsatz von 2,011 Milliarden Euro im stationären Handel und damit einem Plus von 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr blieb der Markt für Katzenfutter auch im Jahr 2022 das größte Futtersegment.

Dabei hat der Bereich Feuchtfutter mit einer Zuwachsrate von 13,6 Prozent (1,329 Milliarden Euro) erstmals seit Jahren das Segment Snacks einschließlich Katzenmilch mit einem Plus von 11,8 Prozent (326 Millionen Euro) als stärkster Wachstumstreiber überholt. Der Bereich Trockenfutter verzeichnete ebenfalls deutliche Zuwächse (356 Millionen Euro, plus 9,4 Prozent).

Umsatz mit Hundefutter wächst weiter – Feuchtfutter als Wachstumstreiber

Der Markt für Hundefutter wuchs im Jahr 2022 ebenso weiter und erzielte in den klassischen Vertriebswegen mit 1,807 Milliarden Euro ein Umsatzplus von 7,8 Prozent. Auch in diesem Segment gab es mit Blick auf das stärkste Wachstum eine Verschiebung in Richtung Feuchtfutter: Dieser Bereich legte mit 595 Millionen Euro und einem Plus von 13,4 Prozent am deutlichsten zu, gefolgt von Trockenfutter (516 Millionen Euro, plus 7,4 Prozent) und Snacks (696 Millionen Euro, plus 3,6 Prozent).

Gemischtes Ergebnis bei Nahrung für weitere Heimtiere und Wildvogelfutter

Der Umsatz mit Zierfischfutter im stationären Handel entwickelte sich ebenfalls positiv und erzielte mit 59 Millionen Euro ein Plus von 5,2 Prozent. Kleintierfutter blieb hinter Fertignahrung für Katzen und Hunde drittstärkstes Segment bei den Futtermitteln, musste mit einem Umsatz von 91 Millionen Euro im Jahr 2022 aber ein Minus von 7,1 Prozent hinnehmen. Der Bereich Ziervogelfutter blieb mit einem Umsatz von 67 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr stabil.

Das Segment Wildvogelfutter bekam nach einem starken Anstieg im Vorjahr einen leichten Dämpfer und erzielte 2022 einen Umsatz von 158 Millionen Euro (minus 2,5 Prozent).

Bedarfsartikel und Zubehör insgesamt leicht rückläufig – Plus bei Katzenstreu

Der Umsatz mit Bedarfsartikeln und Zubehör lag 2022 im stationären Handel bei 1,091 Milliarden Euro – ein Minus von 0,9 Prozent.

Lediglich Katzenstreu als Artikel des täglichen Bedarfs konnte weiterwachsen. Mit einem Umsatz von 324 Millionen Euro und somit einem Plus von 6,1 Prozent blieb es das größte Segment bei Bedarfsartikeln und Zubehör.

Alle anderen Bereiche entwickelten sich 2022 rückläufig: Hundezubehör kam auf 229 Millionen Euro (minus 4,6 Prozent), Zubehör für Katzen auf 224 Millionen Euro (minus 2,5 Prozent) und auch Bedarfsartikel und Zubehör für Zierfische (191 Millionen Euro, minus 2,1 Prozent), Kleintiere (93 Millionen Euro, minus 5,5 Prozent) und Ziervögel (30 Millionen Euro, minus 9,1 Prozent) erzielten 2022 weniger Umsatz als im Jahr zuvor.

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 2022 mit einem Umsatzanteil von 62 Prozent 2,502 Milliarden Euro umgesetzt.

Der Fachhandel bleibt mit einem Umsatz von 862 Millionen Euro für Bedarfsartikel und Zubehör und einem Umsatzanteil von 79 Prozent der wichtigste Absatzweg in diesem Segment.

Online-Handel erneut mit deutlichen Zuwächsen

Die Bedeutung des Internets für den Kauf von Heimtierprodukten hat auch im Jahr 2022 nochmals spürbar zugenommen. Das geschätzte Umsatzvolumen betrug circa 1,203 Milliarden Euro – eine Steigerung von 14 Prozent. Differenzierte, tierartenspezifische Daten zum Online-Markt sind derzeit noch nicht verfügbar.

Mehr als 34 Millionen Heimtiere in Deutschland

Im Jahr 2022 wurden in 46 Prozent und somit in fast der Hälfte aller Haushalte in Deutschland Heimtiere gehalten. Insgesamt lebten die Menschen hierzulande mit 34,4 Millionen Hunden, Katzen, Kleinsäugetern und Ziervögeln zusammen. Hinzu kamen zahlreiche Zierfische und Terrarientiere. 67 Prozent aller Familien mit Kindern hatten ein Heimtier und in 14 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 5000 Befragte).

Katzen weiterhin auf Platz eins der Beliebtheitsskala

Die Katze ist nach wie vor Deutschlands Heimtier Nummer eins: Insgesamt lebten im Jahr 2022 15,2 Millionen von ihnen in 24 Prozent der hiesigen Haushalte. An zweiter Stelle folgten 10,6 Millionen Hunde in 21 Prozent der Haushalte, davon 44 Prozent Mischlinge. Kleintiere wie Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Mäuse kamen auf eine Gesamtzahl von 4,9 Millionen Tieren in 5 Prozent der Haushalte.

Die Zahl der Ziervögel betrug im Jahr 2022 3,7 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 1,3 Millionen Terrarien in 2 Prozent der Haushalte.

„Die Gesamtzahl der Heimtiere, die in Haushalten in Deutschland gehalten werden, hat sich über die vergangenen Jahre auf einem hohen Niveau weitgehend stabil eingependelt“, so Norbert Holthenrich. „Das freut uns außerordentlich. Denn die Heimtierhaltung kann das Leben der Menschen in großem Maße bereichern. Wichtig ist dabei, dass das Wohl der Tiere und ihre Bedürfnisse stets im Mittelpunkt stehen.“

Viele Heimtiere leben in Mehrpersonenhaushalten

Die meisten Heimtiere in Deutschland leben in Mehrpersonenhaushalten. So liegt der Anteil von Zweipersonenhaushalten bei 35 Prozent, der Anteil von Haushalten mit drei Personen und mehr bei 36 Prozent. Weiterhin leben 29 Prozent der Heimtierhalter in Einpersonenhaushalten.

„In einer zunehmend digitalisierten und unruhigen Welt sind Heimtiere für viele Menschen ein wichtiger Anker und Ruhepol – das gilt besonders für Kinder, deren Entwicklung durch Tiere in vielerlei Hinsicht gefördert werden kann“, erklärt der IVH-Vorsitzende Georg Müller.

Alter der Heimtierhalter fast unverändert

Die Altersstruktur von Heimtierhaltern ist über die letzten Jahre nahezu unverändert geblieben. So befanden sich 2022 weiterhin viele Heimtierhalter in ihrer Lebensmitte: 19 Prozent waren 30 bis 39 Jahre alt, 18 Prozent zählten zur Altersklasse 40 bis 49 Jahre und 21 Prozent zu den 50- bis 59-Jährigen. Der Anteil der Tierhalter bis 29 Jahre betrug 16 Prozent. Mit 26 Prozent gehörten die über 60-jährigen Tierhalter weiterhin zur größten Gruppe der Heimtierhalter.

Insgesamt sei der Heimtiermarkt gut durch die Corona-Jahre gekommen, stellen Müller und Holthenrich einhellig fest. Die Verbände sind zuversichtlich, dass die Heimtierbranche den aktuellen Herausforderungen ebenso gut begegnen kann. Denn die Marktentwicklung und die konstant hohe Zahl der Heimtiere in Deutschland bestätigen, dass die Liebe zu den tierischen Begleitern nach wie vor ungebrochen ist, und unterstreichen die soziale sowie emotionale Bedeutung von Heimtieren für ihre Halterinnen und Halter.

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