

Ausgaben in Japans Haustierbranche sollen weiter zulegen

Produkt- und Dienstleistungsangebot wird immer ausgefeilter / Von Jürgen Maurer

Tokyo (GTAI) - Für ihre Haustiere öffnen Japaner gerne die Geldbörsen. Daran wird sich in den nächsten Jahren nichts ändern. Auch Importprodukte werden davon profitieren.

10.10.2019

In Japan wird der Markt für Heimtierprodukte in den nächsten Jahren ein moderates Wachstum aufweisen, prognostiziert das Forschungsinstitut Fuji Keizai. Das Marktvolumen allein für Erzeugnisse soll 2021 schätzungsweise 4,4 Milliarden US-Dollar (US\$) erreichen und damit 3,8 Prozent höher liegen als 2018. Mit den zunehmenden Dienstleistungen rund um Pets dürfte das Wachstumspotenzial noch größer ausfallen.

Entwicklung des Marktes für Heimtierprodukte (in Milliarden US\$; Veränderung in Prozent)

Segment	2018	2021 1)	Veränd. 21/18 1) 2)
.Futter	3,1	3,2	3,6
.Pflegeprodukte	0,7	0,7	4,6
.Lifestyleprodukte	0,4	0,4	4,3
Insgesamt	4,2	4,4	3,8

1) Schätzung; 2) auf Yen-Basis

Quelle: Fuji-Keizai, Handbook of Pet Related Market 2019

In Japan sind Hunde und Katzen beliebte Haustiere. Insgesamt aber spielen sie anteilmäßig keine so große Rolle wie beispielsweise in den USA oder in Deutschland. Denn im Jahr 2018 hielten nur 12,6 Prozent der japanischen Haushalte Hunde und 9,8 Prozent Katzen. Die Anzahl der Hunde in den Haushalten ist 2018 weiter leicht gesunken. Aber diejenigen, die Hunde oder Katzen halten, verwöhnen diese umso mehr.

Wichtigste Haustiere in Japan *)

Kennzahl	2017	2018	Veränd. 18/17
Anzahl der Haushalte mit Hunden (in 1.000)	7.217	7.154	-0,9
Haushaltdurchdringung (in %)	12,8	12,6	-
Anzahl der Hunde (in 1.000)	8.920	8.903	-0,2
Anzahl der Haushalte mit Katzen (in 1.000)	5.459	5.539	1,5
Haushaltdurchdringung (in %)	9,7	9,8	-
Anzahl der Katzen (in 1.000)	9.526	9.649	1,3

*) Zahlenbasis jeweils Oktober

Quelle: Japan Pet Food Association

Ausgaben für Pets nehmen weiter zu

Die durchschnittlichen monatlichen Ausgaben pro Haushalt sind für Hunde mit 6,1 Prozent 2018 gegenüber dem Vorjahr auf Yen-Basis stärker gestiegen als die für Katzen, bei denen der Zuwachs lediglich 0,6 Prozent betrug. Umgerechnet beliefen sich die monatlichen Ausgaben von Haushalten mit Hunden auf 104 US\$, von solchen mit Katzen auf rund 68 US\$, so Zahlen der Japan Pet Food Association. Dabei hat der Verband nur die Tiernahrung und medizinische Produkte im Fokus.

Werden auch andere Faktoren wie Zubehör, Medizin, Training und Transport einbezogen, dann liegen die Kosten deutlich höher. Eine umfassende Untersuchung der Ausgaben nimmt der Tierversicherer Anicom Insurance in seiner "Annual Spending for Pet Survey" vor. Demnach erreichten die Ausgaben für Hunde im Jahr 2018 circa 4.350 US\$, für Katzen fast 2.100 US\$. Auf Yen-Basis ergab das Steigerungsraten gegenüber 2017 von 7,7 Prozent für das Hundesegment und 10,5 Prozent für das Katzensegment.

Befragt bei wie vielen Produkten und Dienstleistungen die Pethalter für ihr Tier mehr ausgaben als für sich selbst, beklundeten dies jeweils 32 Prozent für den Friseur sowie für die medizinische Versorgung. Bei Nahrung lag das Ausgabeverhalten für Pets immerhin noch 17,2 Prozent und bei Nahrungsergänzungsmitteln 12,3 Prozent höher als für die Haustierbesitzer selbst, so die Studie von Anicom Insurance.

Angebot an Spezialläden wächst

Futter ist einer der wichtigsten Ausgabenfaktoren für Heimtiere. Laut Japan Pet Food Association verteilte sich die Menge des verbrauchten Futters in etwa auf 55,3 Prozent inländische Produkte und 44,7 Prozent importierte Erzeugnisse. Die Einfuhren von Hunde- und Katzenfutter in Aufmachungen für den Einzelverkauf haben in Japan 2018 gegenüber dem Vorjahr um 24 Millionen US\$ auf 643 Millionen US\$ zugenommen, so die Handelsstatistik von UN-Comtrade.

Dabei spielte Deutschland mit einem Lieferwert von 2 Millionen US\$ kaum eine Rolle. Hier sind die japanischen Hersteller und die amerikanischen Lieferanten dominierend. Bei Produkten wie Zubehör und anderen Erzeugnissen rund um Heimtiere, können deutsche Anbieter mehr punkten.

Anders als bei der Entwicklung im allgemeinen Einzelhandel in Japan hat die Zahl der Geschäfte für den Heimtierbedarf in den letzten Jahren zugelegt. Nach letztverfügbaren Angaben des Ministry of Internal Affairs and Communications ist die Zahl der Geschäfte zwischen 2012 und 2016 von 4.735 auf über 5.000 gestiegen. Darin sind auch Onlineversandhändler miteingeschlossen.

Rundumversorgung für Haustiere wird ausgebaut

Von der Wiege bis zum Grab: Die Dienstleistungen und Erzeugnisse für Hunde und Katzen sind fast genauso umfassend wie die für Menschen. Pet-Stroller oder Hundebuggys sind ein alltäglicher Anblick. Damit werden Hundewelpen transportiert, aber auch alte und kranke Hunde. Katzen sind in solchen Gefährten eher selten zu sehen. Zudem sind spezielle Handtaschen und Rucksäcke verbreitet.

Bei Pets hat selbstverständlich auch das vernetzte Zeitalter angefangen. So hat das Unternehmen Sharp 2018 eine Katzentoiilette auf den Markt gebracht, welche den gesundheitlichen Zustand des Haustiers durch Gewichts- und Urinmessungen diagnostiziert. Der Pet Care Monitor sendet bei unnormalen Werten eine Nachricht an das Smartphone des Besitzers.


Wenn die Haustiere krank werden, steht eine Reihe von Kliniken bereit. Ende 2018 existierten laut der Japan Animal Hospital Association landesweit circa 12.000 Pet-Kliniken; hinzu kamen rund 4.000 Kliniken für Nutztiere. Einige spe-

AUSGABEN IN JAPANS HAUSTIERBRANCHE SOLLEN WEITER ZULEGEN

zialisierte Krankenhäuser bieten Hightechrüstung wie Diagnosegeräte und Computertomographen, Behandlungen und Operationen an.

Solche Behandlungen können teuer sein, zumal auch das Alter der Heimtiere durch die bessere Versorgung zunimmt. Daher gibt es entsprechende Versicherungen für Pets. Etwa 7 Prozent der Besitzer von Heimtieren haben eine Versicherung für solche Fälle abgeschlossen. Anicom Insurance als größter Haustierversicherer hat entsprechende Policen, die bis zu 70 Prozent der Kosten für medizinische Behandlung abdecken. Letztlich werden Trauerfeiern, Verbrennungen und Urnenbestattung angeboten.

Kontaktadresse

Bezeichnung	Internetadresse	Anmerkung
Germanpet Co., Ltd.	http:// www.germanpet.com 	ganz auf Branchenprodukte aus Deutschland fokussierter japanischer Importeur

Weitere Informationen zu Wirtschaftslage, Branchen, Geschäftspraxis, Recht und Zoll in Japan können Sie unter <http://www.gtai.de/japan> abrufen. Die Seite <http://www.gtai.de/asien-pazifik> bietet einen Überblick zu verschiedenen Themen in Asien-Pazifik.

Mehr zu:

Japan
Nahrungsmittel, Getränke
Branchen

Kontakt

Christiane Süßel

 +49 228 24 993 363

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.