



## Haustierbedarf wird weiter zulegen


**Japans Haustierbesitzer geben für eine sinkende Zahl von Vierbeinern mehr Geld aus. Der Umsatz dürfte in den nächsten Jahren laut Marktforschern moderat steigen.**

24.08.2021

**Von Jürgen Maurer | Tokyo**

- ▶ [Höherwertige Produkte stützen Umsatz](#)
- ▶ [Futter ist der Tiere bester Freund](#)
- ▶ [Ausgaben für Haustiere steigen](#)
- ▶ [Onlineeinkauf von Pet-Produkten wird weiter steigen](#)

In Japan ist die Zahl der in Haushalten lebenden Hunde und Katzen im Jahr 2020 insgesamt zwar zurückgegangen, jedoch wurden mehr Vierbeiner neu angeschafft als im Jahr zuvor. Nach Ausbruch der Coronapandemie und den einschränkenden Maßnahmen haben sich mehr Haushalte Hunde und Katzen angeschafft. Motivation hierfür ist es, die Einsamkeit zu überwinden, sich mehr zu bewegen oder sich einen lange gehegten Wunsch zu erfüllen.

Laut Angaben der [Japan Pet Food Association](#)  kauften die Japaner im Jahr 2020 circa 483.000 Katzen (2019: 416.000) und ungefähr 462.000 Hunde (404.000). Insgesamt sank jedoch die in Haushalten lebende Population von Katzen 2020 um 1,4 Prozent auf 9,6 Millionen und von Hunden um 3,5 Prozent auf 8,5 Millionen Tiere (Stand: jeweils Oktober des Jahres).

### Höherwertige Produkte stützen Umsatz

Der Trend zu weniger Katzen und Hunden senkt zwar den Bedarf an Hundefutter und anderen Heimtiererzeugnissen. Allerdings geht dieser Rückgang nicht notwendigerweise mit weniger Ausgaben einher. Die Anbieter von Haustierprodukten versuchen, die Nachfrage bei einer insgesamt sinkenden und alternden Tier- wie auch Halterpopulation hochzuhalten, indem sie höherwertige funktionale Futter- und Premiererzeugnisse auf den Markt bringen.

Der Umsatz mit Heimtiererzeugnissen hat 2020 auf umgerechnet 4,7 Milliarden US-Dollar (US\$) zugelegt und soll in den nächsten Jahren weiter steigen, erwartet das Marktforschungsunternehmen Fuji Keizai. Gemäß deren Prognose sollen die Verkäufe im Jahr 2023 umgerechnet bei etwa 5,1 Milliarden US\$ liegen, angetrieben vom größten Segment Futter.

## Entwicklung des Marktes für Haustierprodukte

in Milliarden US\$; Veränderungsraten in Prozent

Segment	2020 <sup>1</sup>	Veränd. 2020/2019 <sup>2</sup>	2023 <sup>1,3</sup>	Veränd. 2023/2020 <sup>2</sup>
Futter	3,5	3,3	3,8	8,6
Pflegeprodukte	0,8	3,0	0,8	5,6
Lifestyleprodukte	0,4	3,7	0,4	6,8
insgesamt	4,7	3,3	5,1	7,9

1) 1 US\$ = 107 Yen; 2) auf Yen-Basis; 3) Prognose

Quelle: Fuji-Keizai "General Survey to Pet-related Market and Marketing 2021"

[Auf Datawrapper anschauen](#)

### Futter ist der Tiere bester Freund

Der japanische Umsatz mit Hunde- und Katzenfutter nahm 2020 gegenüber dem Vorjahr auf Yen-Basis um 3,3 Prozent auf umgerechnet 3,5 Milliarden US\$ zu. Die stärksten Segmente waren Katzennahrung und Snacks für Vierbeiner. Gemäß der Japan Pet Food Association lagen die durchschnittlichen Monatsausgaben für Katzenfutter bei umgerechnet 29,8 US\$ und für Hundefutter bei 30,9 US\$. Hinzu kamen Aufwendungen für Snacks von 13,6 US\$ beziehungsweise 13,8 US\$.

Die Verzehrprodukte für die Vierbeiner werden zumeist in Japan hergestellt. Der Einfuhranteil betrug im Jahr 2020 circa 20 Prozent. Laut Zahlen von UN-Comtrade importierte das Inselreich 673 Millionen US\$ an Hunde- und Katzenfutter (HS-Pos. 2309.10), ein Zuwachs von 4,3 Prozent gegenüber 2019. Eher gering waren die Lieferungen aus Deutschland, die 2020 bei lediglich 2 Millionen US\$ lagen.

Beim Absatz von Pflegeprodukten, wie etwa Shampoo oder Nahrungsergänzungsmittel, und von Haustierbedarf, darunter Spielzeug, Halsbänder, Kleidung etc., prognostiziert Fuji Keizai in Japan bis 2023 ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Aufgrund der Pandemie haben die Tierbesitzer unter anderem mehr Hygiene- und Gesundheitserzeugnisse für ihre Vierbeiner gekauft, aber nicht notwendigerweise mehr Versicherungen.

### Ausgaben für Haustiere steigen

So ergab die jährliche Untersuchung des Versicherungsunternehmens [Anicom-Sompo](#), dass die Tierhalter ihre Aufwendungen 2020 nicht unerheblich erhöht haben. Die durchschnittlichen jährlichen Gesamtkosten, darunter unter anderem Futter, Behandlungskosten, Versicherungen und anderer Bedarf, beliefen sich für Hunde auf umgerechnet 3.164 US\$ und für Katzen auf 1.541 US\$. Das bedeutete auf Yen-Basis einen Zuwachs von 10 Prozent beziehungsweise von 3,5 Prozent gegenüber 2019. Die Ausgaben für Versicherungspolizen gingen für Hunde zurück, stiegen hingegen für Katzen.

Die Tierbesitzer schließen Versicherungen für ihre vierbeinigen Mitbewohner vor allem deshalb ab, weil Behandlungskosten in Japan relativ kostspielig sind. Diese stiegen 2020 für Hunde um 34,7 Prozent und für Katzen um 33,1 Prozent, so Anicom-Sompo. Eine sicherlich für die Versicherer und die Tierhalter wichtige Änderung wird ab 2022 umgesetzt. Ab diesem Zeitpunkt müssen alle neuen Würfe von Hunden und Katzen mit Mikrochips versehen werden, um so die Halter von Haustieren und deren Sorgfaltspflicht nachvollziehen zu können, wie etwa das Zahlen der anfallenden Steuern.

## HAUSTIERBEDARF WIRD WEITER ZULEGEN

Um die Gesundheit der Tiere zu kontrollieren, hat unter anderem der Textilhersteller Toyobo [smarte Kleidung](#) entwickelt, die den Tierbesitzern und Ärzten Bioinformationen liefern. Noch erscheint dies sicherlich exotisch, aber das Angebot ist bereits online bestellbar.

### Onlineeinkauf von Pet-Produkten wird weiter steigen

Der japanische Versandhandel mit Heimtierprodukten hat bereits vor der Coronapandemie kontinuierlich zugelegt. Insgesamt wuchs dieser im Fiskaljahr 2019 (1. April bis 31. März) gegenüber dem Vorjahr um 3,8 Prozent auf rund 1,2 Milliarden US\$, so Angaben der [Japan Pet Products Manufacturers Association](#) [↗](#). Der Onlinehandel dürfte im Fiskaljahr 2020 noch stärker zugelegt haben, da die Covid-19-Maßnahmen viele Leute vom physischen Einkaufen in Läden abhielten.

Eine Umfrage der Japan Pet Food Association über die genutzten Einkaufskanäle ergab, dass im Jahr 2020 Hundebesitzer zu 35,6 Prozent und Katzenbesitzer zu 33,9 Prozent ihre Käufe von Tierprodukten über den [E-Commerce-Kanal](#) tätigten. Darüber hinaus kauften sie ihren Haustierbedarf zumeist in Einkaufszentren oder Discount-Geschäften.

### Mehr zu:

Japan  
Groß- Einzelhandel / Wege aus der Coronakrise  
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.