

Bei Nestlé kommt der Hund noch vor dem Ehepartner

Glutenfreies Biofutter für Bello: Nestlé macht bereits jeden achten Franken mit Tiernahrung – und will weiter investieren.



Für das Tier nur das Beste: Ein Paar spaziert mit ihrem Hund im Wald. Foto: iStock

[Erich Bürgler](#)

Wirtschaftsredaktor

[@sonntagszeitung](#) ABO+ 15.02.2019

Was darf es sein? Lamm mit Zucchetti, Hirse und Dill oder doch lieber das Kalb mit Gurke, gelber Melone und Bärlauch. Die Wahl hat nicht der Gast des Gourmet-Restaurants, sondern der Hund. Hersteller solchen Tierfutters in Lebensmittelqualität ist Terra Canis, ein deutsches Unternehmen, das seit 2017 mehrheitlich zum Nahrungsmittelmulti [Nestlé](#) gehört. Dessen Chef Mark Schneider hat Tiernahrung zu einem der wichtigsten Bereiche des Konzerns erklärt. Wie die Zahlen zum Jahr 2018 zeigen, hat das gute Gründe.

USA als grösster Markt

Das Geschäft mit Hunden und Katzen schneidet besser ab als die meisten anderen Bereiche des mit Wachstumsproblemen kämpfenden Unternehmens. Im vergangenen Jahr betrug das organische Umsatzplus, das Übernahmen und Währungseffekte ausklammert, des Bereichs Tiernahrung 4,5 Prozent. Konzernweit lag dieser Wert lediglich bei 3 Prozent. Die Sparte Wasser, die ebenfalls zu den von Schneider definierten Wachstumstreibern zählen sollte,

schaffte sogar nur ein Plus von 2,3 Prozent. Tierfutter macht 14 Prozent des Konzernumsatzes von Nestlé aus.

Der grösste Markt sind die USA. «In der Region Amerika ist es die wichtigste Kategorie für Nestlé, noch vor Kaffee», sagt Laurent Freixe, Leiter der Region.

Auch in Schwellenländern servieren Halter ihren Haustieren immer öfter Tierfutter statt Essensreste.

Nicht nur der Umsatz der Tiernahrung wächst überdurchschnittlich, auch die operativen Gewinnspannen sind mit 21,6 Prozent hoch. Nestlé fällt es dort leichter, die Preise zu erhöhen, als in anderen Segmenten. Für das Haustier zu sparen, das kommt für viele Besitzer offenbar nicht infrage. Nestlé weiss, dass Hunde und Katzen bei der Verteilung des Haushaltsbudgets Priorität haben. Der Hund kommt dabei gemäss Nestlé gar vor dem Ehepartner. Laut Mark Schneider, der selber einen Hund besitzt, werden die Haustiere als vollwertiges Mitglied der Familie angesehen – zunehmend auch in Schwellenländern. Halter servieren ihren Haustieren in diesen Ländern immer öfter Tierfutter statt Essensreste. Diese Produkte wachsen bei Nestlé in diesen Regionen zweistellig.

Glutenfreies Hundefutter ist ein Renner

Haustiere sind ein Milliardengeschäft. Gemäss den Marktforschern von Euromonitor lag der Verkaufswert von Tiernahrung im Jahr 2018 weltweit bei 90,8 Milliarden Dollar. Nestlé setzt auf dieselben Trends wie bei Lebensmitteln. In den Fressnapf kommt immer öfter Fleisch in Bioqualität. Die Zutatenliste soll derweil möglichst naturbelassen bleiben.

Auf den Verpackungen von Nestlé-Marken wie Purina steht jeweils prominent, was nicht enthalten ist: Konservierungsmittel oder künstliche Farb- oder Aromastoffe sind zunehmend verpönt. Auch gehören immer mehr Haustiere zu den Allergikern, oder sie werden von ihren Besitzern dafür gehalten. Glutenfreies Hundefutter verkauft sich jedenfalls bestens. Nestlé-Chef Mark Schneider will noch stärker auf Premium-Produkte setzen und deren natürliche Zutaten noch stärker betonen. Er sieht noch einen anderen Trend: «Personalisiertes Tierfutter wird an Bedeutung gewinnen», sagt Schneider.

Futter für senile Hunde

In den USA hat Nestlé jüngst Futter für ältere Hunde mit Gedächtnisproblemen auf den Markt gebracht. Das soll Tieren helfen, die mit fortschreitendem Alter Probleme haben, ihren Besitzer zu erkennen. 2018 kaufte Nestlé den britischen Online-Hundefutteranbieter Tails. Dort können Käufer das Futter je nach den Vorlieben und Diätbedürfnissen ihres Lieblings zusammenstellen. Nestlé ist an weiteren Käufen interessiert. Laut «Financial Times» gehört dazu die kanadische Champion Petfoods, zu deren Investoren die Beteiligungsgesellschaft Bedford Capital gehört. Nestlé soll 2 Milliarden Dollar für den Hersteller von Premium-Futter geboten haben.

Kennzahlen Nestlé

in Mio. Franken	2018	Veränderung*
Umsatz	91439	+2%
Betriebsgewinn (Ebit)	13789	+4%
Ebit-Marge	15,1	—
Konzerngewinn	10486	+39%
Mitarbeitende (in 1000)	308	−5%

*gegenüber Vorjahr

Quelle: Nestlé

Schneider hat es sich zum Ziel gesetzt, den weltgrössten Nahrungsmittelhersteller stärker zu fokussieren. Zum Kerngeschäft gehört neben Tiernahrung auch Wasser, Kaffee und Säuglingsnahrung. Was innerhalb des Konzerns unterdurchschnittlich abschneidet, kommt auf den Verkaufszettel.

Fleisch will der Konzern dabei in Zukunft vor allem für Hund und Katz verarbeiten. Bei den Lebensmitteln setzt Schneider auf vegetarisch. «Pflanzenbasierte Produkte bieten viel grössere Wachstumsmöglichkeiten als solche aus Fleisch.» Den Wurstwarenhersteller Herta stellt das Unternehmen deshalb zum Verkauf, wie Nestlé am Donnerstag bekannt gab. Hoch im Kurs sind bei Schneider stattdessen vegane Burger und andere Fleischimitate. «Konsumenten wenden sich pflanzlichen Produkten zu. Da wollen auch wir hin», sagt der Nestlé-Chef.

(Redaktion Tamedia)

Erstellt: 15.02.2019, 10:04 Uhr