

Vom Teller auf den Schoß

Markenschuhe, Dauerwelle oder Akupunktur: Eine Haustiermesse in Taiwan hält für die vierbeinige Kundschaft jede Menge Luxus bereit. Was hier noch vor nicht langer Zeit in den Kochtöpfen landete, wird heute als Familienmitglied nach Strich und Faden verwöhnt und vermenschlicht.

VON MARTIN ALDROVANDI



Kräftig knetet die Therapeutin den Rücken der grauen Katze; diese schnurrt und lässt sich auch von den Fotografen nicht bei ihrer Massage stören. Langsam arbeiten sich die Hände der zertifizierten Katzenmasseurin zum Kopf des Tieres hoch, wo sie mit den Fingern auf dessen Gesicht drückt.

Auf dem Tisch nebenan hat es sich ein Corgi bequem gemacht. Der weiß-braune Hund erhält eine Laserakupunktur. Anstatt ihn mit Metallnadeln zu stechen, fährt die Therapeutin mit zwei Sonden über den Körper des Tieres. Die feinen Laserstrahlen sollen die Blutzirkulation anregen und chronischen Krankheiten vorbeugen – ganz wie die tausend Jahre alte Nadelakupunktur, die in der chinesischen Medizin beim Menschen angewendet wird.

Viele Besucher der Taipei Pet Fair, der Haustiermesse in Taipeh, haben ihre vierbeinigen Familienmitglieder gleich mitgenommen. So auch Shi Yifen. Die Studentin schiebt einen Kinderwagen vor sich her, darin sitzt ein weißer Kleinspitz mit flauschigem Fell. „Für mich ist er wie mein kleiner Bruder“, sagt die 21-jährige. Sie könne sich nicht mehr vorstellen, ohne



Vom Teller auf den Schoß

ihn zu leben. Umgerechnet hundert Euro gibt sie im Monat für ihr Haustier aus. Neben Futter kauft sie damit auch Snacks, Spielzeug und manchmal etwas zum Anziehen. Heute trägt er eine rosarote Schlaufe auf dem Kopf.

Vorbei an Hunden mit Sonnenbrillen, Halsbändern und Markenschuhen gelangt der Besucher zum Pavillon von Pet Republic. Geführt wird die Edelboutique von Catherine Chang und ihrem braunen Pudel. Chefin und Hündchen tragen beide Schürzen einer amerikanischen Hundemarke. Auf dem weißen Stoff prangen der Name Pazo U. S. A. und das Krönchenlogo aus Swarovski-Steinen.

„**Er ist mein Schätzchen**“, sagt Catherine Chang und küsst ihren Pudel auf die Wange. „Magst du Mami auch?“, säuselt sie. Der Pudel leckt zur Antwort das Gesicht der Chefin. Die edlen Jacken und Mäntelchen von Pet Republic werden an Hunde-



schaufensterpuppen präsentiert, daneben hängen Markentaschen für die weibliche Kundschaft.

Eine Katze, so teuer wie ein Kleinwagen

Keine Accessoires trägt dagegen Wudang, die eineinhalbjährige Katze von Wang Ying-qing. Mit ihrem Tier darf Wang an der offiziellen Eröffnung der Messe teilnehmen. Denn Wudang ist kein gewöhnliches Haustier, sondern eine Savannahkatze – eine Kreuzung zwischen dem afrikanischen Raubtier Serval und einer Hauskatze. „Über vier Jahre lang habe ich nach einem passen-

den Exemplar in den USA gesucht“, sagt Wang, die ein Kleid mit Leopardmuster trägt. Insgesamt zwanzigtausend Euro hat die 43-Jährige für den Kauf und den Transport der Katze ausgegeben. So viel sei ihr Wudang wert, versichert Wang, doch manchmal habe sie Angst, dass ihr Kater gestohlen werden könnte. Sie lässt ihn deshalb kaum aus den Augen,

Vom Teller auf den Schoß

selbstverständlich schläft er nachts an der Seite seiner Besitzerin.



Eineinhalb Millionen Hunde leben in taiwanischen Haushalten, dazu kommen über 350 000 Katzen. Die Veranstalter der Taipei Pet Fair schätzen den Markt im kleinen Taiwan auf umgerechnet fünfhundert Millionen Euro im Jahr – Tendenz steigend. Zum ersten Mal im Angebot ist ein selbst reinigendes Katzenklo: Anstatt den Kot per Hand aus dem Sand zu pflücken, muss der Besitzer nur auf einen Knopf drücken. Ein Rechen fährt durch den Katzensand und befördert die Exkremente in einen separaten Behälter.

Immer weniger Kinder, immer mehr Hunde

Professorin Huang Tsung-huei von der Nationalen Taiwan-Universität beschäftigt sich mit der Beziehung zwischen Mensch und Tier. Veranstaltungen wie die Haustiermesse sieht sie skeptisch. Auch wenn Besitzer für ihre Haustiere viel



Geld ausgeben würden, bedeute dies noch lange nicht, dass sie sie auch gut behandeln. Mit teuren Mäntelchen oder Sonnenbrillen würden die Halter vor allem ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen, sagt Huang.

Oft fungieren Hunde und Katzen als Kinderersatz: Taiwan hat weltweit eine der niedrigsten Geburtenraten, gleichzeitig halten immer mehr Taiwaner Haustiere. „Die Halter nennen sich Mama und Papa“, so Huang Tsung-huei, der Hund übernehme die Rolle eines gemeinsamen Kindes.

Außerdem sind die Tiere modischen Trends unterworfen: „Wenn sich zum Beispiel ein Star gerade einen bestimmten Hund kauft“, sagt Huang, „wollen plötzlich alle dieselbe Rasse.“ Als sich das asiatische Supermodel Chi-ling Lin einen braunen Pudel mit Knopfaugen zulegte, wurde der teddybärartige Hund zum Verkaufsschlager.

Mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Landes hat sich auch die Haltung zu den Haustieren verändert: „Vor dreißig, vierzig Jahren hielt man Katzen zum Mäuse fangen, Hunde mussten das Haus bewachen“, so Huang. Auch sogenanntes „Xiangrou“ – duftendes Fleisch, wie Hundefleisch in Taiwan genannt wird – sei früher alltäglich gewesen.

Inzwischen ist der Verzehr der Vierbeiner in Taiwan gesetzlich verboten. Wenn in unregelmäßigen Abständen ein illegaler Schlachthof entdeckt wird, ist der Aufschrei in der Öffentlichkeit groß. Das Essen von Hunden, sagt Huang, sei zu einem gesellschaftlichen Tabu geworden.

Milliardenmarkt China

Auf der anderen Seite der Taiwanstraße, in China, ist Hundefleisch nach wie vor erlaubt und wird in Geschäften und Restaurants angeboten. Proteste von Tierschutzorganisationen und erbosten Hundehaltern konnten den Verzehr von Hunden bisher nicht stoppen. Doch auch in China ändert sich die Haltung zu den Haustieren: Dank des wirtschaftlichen Aufschwungs kann sich auch die Mittelklasse ein Haustier leisten.



Vom Teller auf den Schoß

Das Marktforschungsunternehmen Euro-monitor International schätzt den Haustiermarkt im vergangenen Jahr in China auf 1,3 Milliarden US-Dollar. Tiernahrung macht dabei nur ein Drittel aus – der Rest sind Tierarztbesuche, Spielzeug, Pediküren oder Spa-Massagen.

Bereits jetzt leben rund dreißig Millionen Hunde im Reich der Mitte. Vor allem reiche Chinesen geben für teure Rassen viel Geld

aus. Die braunen tibetischen Mastiffhunde etwa sind begehrt. Rund eine Million Euro bezahlte ein Bieter im ostchinesischen Qingdao vor zwei Jahren für einen damals elf Monate alten Mastiff – und erhielt damit den wohl teuersten Hund der Welt.

Die Haustierindustrie wittert aber auch bei den günstigeren Hunden und Katzen den großen Reibach. In fünf Jahren soll der chinesische Markt nochmals um sechzig Prozent zunehmen, zitiert die Nachrichtenagentur Bloomberg eine Studie von Euromonitor. 1,6 Milliarden Euro im Jahr würden die Chi-



nesen dann jährlich für ihre animalischen Liebsten ausgeben.

Selbst wenn das luxuriöseste Hundeleben eines Tages zu Ende ist, geht das Geschäft mit dem Vierbeiner noch weiter: Im grünen Pavillon von Féerie Pets Park sind Trauerkarten, Blumen, Kerzen und Urnen ausgestellt. Das Unternehmen baut derzeit eine Friedhofsanlage außerhalb von Taipeh.

Je nach Religionszugehörigkeit bietet Féerie Pets Park Bibeln oder buddhistische Schriften an, die zusammen mit der Asche des Tieres aufbewahrt werden. In einer Vitrine mitten im Pavillon funkelt eine dazu passende Urne. Das mit viertausend Swarovski-Kristallen besetzte Gefäß gibt es je nach Größe ab dreitausend Euro. „In unserem europäischen Garten können Sie ihren alten Freund besuchen“, heißt es im Prospekt. Und natürlich könne man das neue Haustier mitnehmen und zusammen gemütlich durch den Rosengarten schlendern. ■

Zu Besuch auf der Taipei Pet Fair



ZUM STARTEN DES VIDEOS
AUF DAS BILD KLICKEN.