



# Interzoo Daily

Official Trade Fair Journal

4  
Issue  
27 May 2022



## “People need other people”

The result everyone had been hoping for came to fruition. Most exhibitors and visitors would probably rate the past three days at Interzoo a full success. The exhibitors will, of course, scrutinise the figures afterwards - because contacts made and deals concluded

are the metrics of any trade fair. But not the only ones. Comments made on the ground suggest that Interzoo was a top event again that everyone wanted. Today, the world-

**continued on page 2**



The European Pet Organization met at the Interzoo for the annual meeting.  
Die European Pet Organization traf sich auf der Interzoo zur Jahresversammlung.

## „Menschen brauchen Menschen“

Alle haben es gehofft und so ist es auch gekommen: Die bisherigen drei Tage auf der Interzoo dürfen für die meisten Aussteller und Besucher als voller Erfolg gewertet werden. Natürlich schauen die ausstellenden Unternehmen im Anschluss genau auf die Zahlen - Kontakte und Abschlüsse sind eine harte Währung jeder Messe. Aber eben nicht die einzige. Die Stimmen aus den Hallen lassen erahnen, dass die Interzoo wieder mal das Top-Ereignis war, das alle wollten. Heute biegt die Weltleitmesse auf die Zielgerade.

Markus Wagner stellt mit seiner Wagner's Pet Products Group seit 1998 auf der Interzoo aus. Am gestrigen Donnerstag äußerte sich der Unternehmer hochzufrieden über den bisherigen Verlauf. „Meine Erwartungen sind bereits jetzt übertroffen“, so Wagner. Rund 85 Prozent seiner wichtigsten Kunden waren schon bei ihm. Und auch neue Kunden habe er gewonnen, die

schon Ware bestellt hätten. Dass die Interzoo jetzt auch so stark auf Digitalisierung setzt, etwa mit der neuen App, findet Markus Wagner „mega“.

Auch für WZF/ZZF-Geschäftsführer Gordon Bonnet ist die Digitalisierung ein wichtiges Thema. „Wir wollen Impulsgeber sein“, sagte er. Aber Bonnet betonte auch, dass das Digitale eben nur ein Teil des Ganzen sein kann. Mit den Möglichkeiten neuer Technik würden Kontakte bestätigt, aber Vertrauen könne nur entstehen, wenn man sich in der Realität trifft. „Menschen brauchen Menschen“, sagte der Chef des Veranstalters.

Das Feedback seitens der Aussteller und Besucher sei durchweg positiv, so Bonnet. Die Unternehmen, die sich engagieren,

**weiter auf Seite 3**





## Fortsetzung von Seite 1

merkten: da geht was. „Die Messe ist ein Erfolg“, sagte er. So mancher Aussteller habe sich bei ihm bedankt, dass die WZF ihn im Vorfeld von der Teilnahme überzeugt hat. Bonnet bezeichnete das Engagement der ausstellenden Unternehmen und aller anderen Beteiligten als Kraftakt, der sich nun auszahle.

Julia Lütkenhaus, Marketing Communications Managerin bei Ardap Care, berichtet über begeisterte Kunden am Stand. „Für uns ist die Interzoo strategisch

sehr wichtig“, sagte sie. Und auch sie weiß: das Zwischenmenschliche ist Trumpf. „Die persönlichen Kontakte sind mein Highlight der Messe.“ Und Kontakte gab es reichlich - bislang habe es an keinem Tag seit Dienstag am Stand eine Flaute gegeben, so Lütkenhaus.

Welche Anziehungskraft die Messe auf die globale Heimtierbranche hat, zeigte sich auch in der Tatsache, dass internationale Verbände die Gelegenheit nutzten, um im Rahmen der Messe Zusammenkünfte zu organisieren. Ob OFI, IPAC



Julia Lütkenhaus

oder EPO, sie alle haben sich getroffen und ausgetauscht. Die EPO nutzte die Interzoo, um per Wahl einige Posten im Vorstand zu besetzen. Im Amt bestätigt wurden Svein Fosså als Präsident und Norbert Holthenrich als Schatzmeister, zum Vizepräsident neu gewählt wurde Dominic Whitmee. Die beiden anderen Posten als EPO-Vize standen nicht zur Wahl und bleiben von Andreas Popper und Olivier Dominikowski besetzt.

Für den heutigen letzten Messetag hat sich der Veranstalter übr-

gens noch etwas Besonderes einfallen lassen: WZF und Partner NürnbergMesse rufen Aussteller dazu auf, ihre Heimtierprodukte von der Messe in Halle 10 zu bringen, wo eine Sammelstelle eingerichtet ist. Die Produkte werden transportfähig verpackt und dann von der Initiative „#weareallukrainians“ in die Ukraine gebracht, um dort Not leidenden Tieren zu helfen.

## Today at the Interzoo Heute auf der Interzoo

Friday  
27 May

Time/Zeit	Event/Veranstaltung	Hall-booth/Halle-Stand
9.30 a.m. to 10 a.m.	<b>Presentation „Pet's Early Health Detection by Sound AI (Artificial Intelligence)“ with Jungho Lee/Smartsound</b>	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
9.30 bis 10 Uhr	<b>Vortrag „Pet's Early Health Detection by Sound AI (Artificial Intelligence)“ mit Jungho Lee/Smartsound</b>	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
10 a.m. to 10.30 a.m.	<b>Presentation „Mit Trixie Ventures zum innovativen Erfolg“ with Burkhard Friedrichsen/Trixie Heimtierbedarf</b>	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
10 bis 10.30 Uhr	<b>Vortrag „Mit Trixie Ventures zum innovativen Erfolg“ mit Burkhard Friedrichsen/Trixie Heimtierbedarf</b>	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
10.30 a.m. to 11 a.m.	<b>Presentation „Thought leadership for elevating the future pet industry online marketing“ with Thomas Poschen/Petfluencer.com</b>	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
10.30 bis 11 Uhr	<b>Vortrag „Thought leadership for elevating the future pet industry online marketing“ mit Thomas Poschen/Petfluencer.com</b>	„Fresh Ideas Stage“ in Halle 11
11 a.m. to 12 p.m.	<b>Grooming „Tibet Terrier“ with Karin Witthohn/„Natürlich Hund“</b>	ZZF/WZF in hall 4, booth 311
11 bis 12 Uhr	<b>Grooming „Tibet Terrier“ mit Karin Witthohn/„Natürlich Hund“</b>	ZZF/der WZF in Halle 4, Stand 311
11.30 a.m. to 1 p.m.	<b>„Interzoo Fresh Ideas Contest“</b>	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
11.30 bis 13 Uhr	<b>„Interzoo Fresh Ideas Contest“</b>	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
1.30 p.m. to 2 p.m.	<b>Presentation „Natural Supplements combining traditional knowledge with scientific facts. Ayurveda, Gushi and PPG“ with Victoria Empl/Dr. Göckmann</b>	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
13.30 bis 14 Uhr	<b>Vortrag „Natural Supplements combining traditional knowledge with scientific facts. Ayurveda, Gushi and PPG“ mit Victoria Empl/Dr. Göckmann</b>	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11

## continued from page 1

leading trade fair is on the home stretch.

Markus Wagner and his Wagner Pet Products Group have been exhibiting at Interzoo since 1998. On Thursday, he expressed his delight at how well things had gone until that point. „My expectations have already been surpassed,“ said Wagner. Around 85 percent of his key customers had already dropped by. He reports that new customers, who had already placed orders, came too. Markus Wagner thinks it's „fantastic“ that Interzoo is now also taking full advantage of digitalisation in the shape of the new app for instance.

Digitalisation is an equally crucial issue for WZF/ZZF director Gordon Bonnet. „We want to set the pace,“ he remarked. But Bonnet also emphasised that the digital element could never fully replace the human one. He explained that new technology was good for networking, but trust was only possible if people met in person. Bonnet said that „people need other people“ and that the feedback from exhibitors and visitors was consistently positive.

He commented that the „trade fair's a success“ and companies that really gave the event their all were rewarded. Bonnet reported that some exhibitors had even thanked him for WZF persuading them to take part in the first place. He also said that the exhibitors and all other players had worked hard to make Interzoo a success and that this was now paying dividends.

Julia Lütkenhaus, marketing

communications manager at Ardap Care, talked about all the enthusiastic customers she'd met on the stand. „In terms of strategy, Interzoo is critical to us,“ she commented. And she also realises that the opportunity to interact with others is the trump card. „In my case, the trade fair's highlight is the chance to meet people.“ Lütkenhaus praised the many contacts gained, commenting that since Tuesday, the stand had been busy all the time.

International associations use the trade fair to organise meet-ups, which is an indication of the event's appeal to the global pet industry. OFI, IPAC or EPO all met up to talk. The EPO used Interzoo to elect a few people to the management board.

Svein Fosså was appointed president, Norbert Holthenrich treasurer and Dominic Whitmee the new vice president. The other two EPO positions as vice presidents were not up for election and remain in the hands of Andreas Popper and Olivier Dominikowski.

By the way, the organisers have come up with something special for the last day of the fair today. The WZF and its partner NürnbergMesse are asking exhibitors to bring their pet products to hall 10 where a collection point has been set up. These items will be packaged for shipping and taken to Ukraine by the #weareallukrainians initiative to help any animals that are suffering there.



Markus Wagner





Yesterday's Interzoo party was outdoors in the Messepark for the first time. The weather played along and so party-goers were able to relax and celebrate outside from 6 pm onwards.

Premiere für die Interzoo-Party: Zum ersten Mal fand sie gestern als Open Air-Party im Messepark statt. Das Wetter spielte mit und so konnten die Partygänger ab 18 Uhr entspannt und ausgelassen im Freien feiern.

## Ideas for man and beast

Over the past few days, the Fresh Ideas Stage attracted anyone looking for anything new. Located in hall 11, it served as a platform for startups to showcase their products and services.

Anke Nagler from Q-Pet focused on dental health in dogs and cats. "When animals are young, owners should start looking after their pets' teeth and gums to prevent other diseases from developing as a result," advises Nagler. The peptide complex in the products from the QCHEFS range claims to stop plaque bacteria from spreading, therefore preventing tartar, toothache, and smelly breath.

Conny Gross from Growas wants to help dogs and their owners to loosen up. "As a groomer, I've often

had tricky dogs on the table. I needed a solution." Which was why she developed the Schnoolie. This dummy can be filled with anything that does dogs good and helps them to relax when they lick it.

The Catrub, presented by Karl-Josef Weifels, blends in well with any interior and is easy to clean. It's a scratching post, bed, and place to play all in one, therefore ticking all a cat's boxes.

Made of recycled cardboard, Scoopeasy helps you clean up your cat's act. Using a little cardboard scoop, you push the dog poo into a cardboard cone, which you then close and dispose of. Dan Gabrieli, son of the inventor Yishay Gabrieli, demonstrated its effectiveness during the mayonnaise challenge.

## Ideen für Mensch und Tier

Die „Fresh Ideas Stage“ in Halle 11 war in den vergangenen Tagen Anziehungspunkt für alle, die auf der Suche nach dem Neuen waren: Dort präsentierten Start-ups der Branche ihre Produkte und Dienste.



Die Zahngesundheit von Hund und Katze im Blick hatte Anke Nagler von Q-Pet. „Tierhalter sollten schon beim Jungtier auf Zahn und Zahnfleisch achten, um Folgeerkrankungen vorzubeugen“, so Nagler. Die Produkte aus dem Qchefs-Sortiment sollen durch ihren Peptidkomplex die Vermehrung von Plaquebakterien verhindern, und so Zahnstein, Schmerzen und Maulgeruch entgegenwirken.

Conny Groß von Growas möchte Hund und Herrchen dabei helfen, Stress zu reduzieren. „Als Groomerin hatte ich immer wieder auch schwierigere Kundenhunde auf dem Trimmisch. Eine Lösung musste her.“ Sie entwickelte Schnoolie. Der Schnuller für den Hund kann mit allem, was

dem Hund gut tut und beim Lecken entspannt, befüllt werden.

Das Katzenmöbel Catrub, vorgestellt von Karl-Josef Weifels, fügt sich harmonisch in Wohnräume ein, ist einfach zu reinigen und erfüllt, was die Samtpfote sich wünscht: als Kratzbaum, Bett und Spielplatz.

Eine saubere Sache ist der Scoopeasy aus recyceltem Karton. Mit einer kleinen Pappschaufel wird der Hundekot durch eine Quetschöffnung aufgenommen, und kann so verpackt entsorgt werden. Wie effektiv das funktioniert, zeigt Dan Gabrieli, Sohn des Erfinders Yishay Gabrieli, mit der Mayonnaise Challenge.

## Publisher's Imprint Impressum

**Publisher / Herausgeber:**  
Wirtschaftsgemeinschaft  
Zoologischer Fachbetriebe GmbH  
Mainzer Straße 10  
65051 Wiesbaden  
Phone/Telefon: 0049 (0) 611 / 44 75 53 0  
E-Mail: info@zzf.de

**Publishing management / Verlagsleitung:**  
Antje Schreiber

**Editorial staff / Redaktion:**  
Dominic Heitz (responsible/verantwortlich)  
Phone/Telefon: 0049 (0) 611 / 44 75 53 23  
E-Mail: heitz@zza-online.de

Sabine Gierok  
Phone/Telefon: 0049 (0) 721 / 56 95 64 9  
E-Mail: gierok@zza-online.de

Andrea Linder  
Phone/Telefon: 0049 (0) 176 / 72 15 63 82  
E-Mail: andrealinder@hw-studio.de

Eva Schmidt  
Phone/Telefon: 0049 (0) 611 / 44 75 53 15  
E-Mail: schmidt@zzf.de

**Artdirector / Objektleitung:**  
Fabrice Weber  
Phone/Telefon: 0049 (0) 175 / 52 50 34 8  
E-Mail: anzeigen@zza-online.de

**Advertisement / Anzeigen:**  
Julia Haarmann  
Phone/Telefon: 0049 (0) 173 / 18 93 34 5  
E-Mail: medienberatung@zza-online.de

**Translations / Übersetzung:**  
Sally Maßmann



All contents of "Interzoo Daily" are copyrighted. Any reproduction or other use requires the editor's consent.

Alle Inhalte von „Interzoo Daily“ sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck oder anderweitige Verwendung bedarf der Genehmigung des Herausgebers.

Made by zza - the German pet trade magazine/  
Produziert vom zza - das Fachmagazin  
für die Heimtierbranche





## Schick im Miami Style

Mit dem Pudel hatte die ZZF-Fachgruppe Heimtierpflege am Donnerstagnachmittag den klassischen Salonhund in der Show-Vorführung am Stand. Der neunjährige Kleinpudel Janosch ist jetzt perfekt auf den Sommer vorbereitet. Groomerin Ines Zirkelbach vom Hundesalon „Hot-Dogz“ hat ihm den Look

verpasst, der im Fachjargon als „Miami Style“ bezeichnet wird. „Bei uns Heimtierpflegern ist der Schnitt beliebt“, sagte sie. Es sei viel Geschick gefragt, um dabei ein schönes Ergebnis zu erzielen. „Die meisten Kunden, die heute Pudel haben, wollen eher den Teddybär-Stil.“ Das wäre ein Schnitt, bei dem alle Haare gleich lang sind und der Kopf eher rund aussieht. Janosch ließ eine Menge Fell in der Show und so war von der herausgewachsenen Modeschur, die er vorher getragen hatte, fast nichts mehr übrig. Nur die typischen Pompons an den Beinen durften weiter etwas wuschelig aussehen.



## Miami nice

On Thursday afternoon, the German Pet Trade & Industry Association's grooming business group featured a demo with a poodle, the archetypal grooming dog. Nine-year-old miniature poodle Janosch is now perfectly styled for summer. Groomer Ines Zirkelbach from dog parlour Hot-Dogz gave him a look that professionals call the Miami style. „This cut's popular with us groomers,“ she commented. She went on to say that a good result

requires lots of skill. „Today, most customers with poodles tend to want the teddy bear style.“ This cut means the fur is the same length and the head has a rounder appearance. Janosch lost a lot of fur during the show, meaning there was virtually nothing left of the coat he had before. Only the typical pompons on the dog's legs were allowed to still look slightly ruffled.

## Heading to tomorrow's world

Dr. Clauder's presenting its #Clauderverse! The company says this is an environment to feature its products and most services and benefits to customers. In addition to solutions for exclusive retailers, this also includes a digital online franchise system, a social media platform, a training academy, a digital food configurator, a digital loyalty programme and a digital taste guarantee. All with a view to sustainable ingredients and production.

What's more, the animal food expert's also presenting its new Vision 2030 mission statement and grabbing the opportunity to showcase its portfolio at the trade fair in virtual form as well. **Hall 1, stand 329**



## In Richtung Zukunft

Dr. Clauder's, präsentiert „#Clauderverse!“. Dazu habe man einen Raum geschaffen, um neben der Produktplatzierung einen Großteil an Servicedienstleistungen und Vorteilen für die Kunden abzubilden. Neben dem selektiven

Handel zählen dazu auch ein digitales Online-Franchisesystem, ein Social Media-Auftritt, eine Schulungsakademie, ein digitaler Food-Konfigurator, ein digitales Loyalty-Programm sowie eine digitale Geschmacksgarantie. Alles mit Blick auf einen nachhaltigen Umgang mit Rohstoffen und eine nachhaltige Produktion.

Außerdem stellt der Tierernährungsexperte das neue Unternehmensleitbild „Vision 2030“ vor und lässt es sich nicht nehmen, sein Messeangebot parallel auch virtuell anzubieten.

**Halle 1, Stand 329**



## Acquascaping for interiors

Oase's vision is „We create the right flow“. The company says that sustainable aquascaping is one of its top priorities. At a breakfast with the press, the global player from North Rhine-Westphalia showcased its full range of aquarium products with lots innovations, including an

app to control products for garden ponds, aquariums and Biob terrariums. The stand also reflects the desire to bring outdoor experiences indoors. Marketing director Matthias Oetting explains: „We want to fulfil the deep human need for unique experiences and moments that

Mother Nature provides. We bring the fascination of the real outdoors into homes. The focus is on combining smart technological solutions with design and a feeling for natural-looking eye-catchers.“

## Mit Wasser gestaltete Lebensräume

„We create the right flow“ lautet die Vision von Oase. Lebensräume mit Wasser nachhaltig gestalten sei eines der vorrangigen Ziele, so das Unternehmen. Auf einem Presse-Frühstück zeigte der Global Player aus Nordrhein-Westfalen sein Aquaristik-Vollsortiment mit vielen Neuheiten, da-

runter auch eine App, mit der die Produkte für die Bereiche Gartenteich, Aquarien und die Biob-Terrarien steuerbar sind. Der Stand reflektiert außerdem den Anspruch, Naturerlebnisse im Wohnumfeld zu realisieren. Marketingleiter Matthias Oetting dazu: „Wir möchten der zutiefst menschlichen Suche nach ein-

zigartigen Erlebnissen und Momenten in und mit der Natur gerecht werden. Wir bringen die Faszination realer Erlebniswelten in das private Wohnumfeld. Die Verbindung smarter technischer Lösungen mit Design und einem Gefühl für natürliche Inszenierungen soll im Vordergrund stehen.“



## Young companies introduce themselves • Junge Unternehmen stellen sich vor

### Edible cards for lucky dogs

As get-well-soon, birthday, Christmas, Easter, Halloween or Valentine's Day cards, these edible, potato-based items for dogs are fun gifts for all sorts of occasions. The inventor of this treat is a UK-based company called Scoff Paper. Over the past few years, it's garnered multiple innovation and creative awards, such as the Best New Product at Glee in 2021, the Pet Industry Federation's Excellence in Innovation accolade or the Bibas Startup Business of 2021.

Company founder, Gemma Connolly, made the first cards at her kitchen table herself in 2020. Today, the product comes in lots of flavours and is available at many pet shops, garden centres and gift shops. British chains Pets at Home and Pets Corner have even added the cards to their ranges. Scoff Paper's cards are now also sold in the US, Ireland, Spain, Germany, the Netherlands and Australia. Founder Gemma Connolly believes she knows the reason for the success and increasing awareness of the brand: "I think dog-lovers and



pooches themselves adore the cards' fun factor." And to put the cherry on the cake, the company even has special pens to write on the cards with.

Scoff Paper's edible greetings cards are showcased in the British pavilion, hall 9, on stand 504c.

Just the ticket - edible greetings cards for dogs. Das hat noch gefehlt - fressbare Grußkarten für Hunde.

### Grußkarten - zum Fressen gern

Sie glauben, Sie kennen alle Produkte, die der Heimtiermarkt bietet? Auch die essbaren Grußkarten für Hunde, die Scoff Paper entwickelt hat? Firmengründerin Gemma Connolly freut sich jedenfalls über den Erfolg ihrer Geschäftsidee.

Egal ob Geburtstag, Weihnachten, Valentinstag, Ostern, Halloween oder zur Genesung - die essbaren, auf Kartoffeln basierenden Grußkarten für Hunde, sind eine lustige Geschenkidee für unterschiedliche Anlässe. Erfinder dieser Leckerei ist die Firma Scoff Paper, ein Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich, das in den letzten zwei Jahren ziemlich viele Innovations- und Kreativ-Preise der Heimtierbranche gewonnen hat, zum Beispiel auf der Glee 2021 den „Best New Product“, den „Excellence in Innovation“ der Pet Industry Federation oder den „Bibas - Bestes Start-up 2021“ von New Business of the Year.

Die ersten Karten hat Firmengründerin Gemma Connolly 2020 noch selbst am Küchentisch gefertigt. Heute ist das Produkt in

verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich und wird in vielen Zoofachhandlungen, Gartencentern und Geschenkläden vertrieben. Auch die britischen Fachhandelsketten „Pets at Home“ und „Pets Corner“ haben die Karten in ihr Sortiment aufgenommen. Inzwischen werden die Scoff Paper-Karten auch in den USA, Irland, Spanien, Deutschland, den Niederlanden und Australien verkauft. Den Erfolg und die zunehmende Bekanntheit der Marke erklärt Gründerin Gemma Connolly damit: „Ich denke, Hundefreunde und Hunde lieben einfach den Spaß, den wir damit bringen.“ Und damit der Spaß auch wirklich stimmig ist, gibt es sogar spezielle Stifte, mit denen die Karten beschrieben werden können.

Die essbaren Grußkarten von Scoff Paper werden im britischen Pavillon Halle 9, Stand 504c vorgestellt.

### Kommt in die Tüte

Es gibt eine Vielzahl guter Gründe, warum Hundekot unbedingt immer richtig im Müll entsorgt werden muss. Leider gelangen aber nach wie vor viele dieser Beutel in die Natur. Das 2016 von Arne Krämer gegründete Unternehmen „The Sustainable People“ (TSP) hat diese Umweltsünde im Blick.

Immer wieder finden sich gefaltete, unbenutzte Beutel, die offensichtlich unabsichtlich in die Umwelt eingetragen wurden, aber auch gefüllte Hundekotbeutel an Spazierwegen. Da laut TSP nach wie vor zirka 90 Prozent der eingesetzten Hundekotbeutel aus herkömmlichem Plastik (= PE Neugranulat) bestehen, stellen diese ein echtes Müllproblem dar.

Das Hamburger Unternehmen „The Sustainable People“ hat Hundekotbeutel entwickelt, mit

deren Einsatz die Umweltauswirkungen von Plastik reduziert werden können. Der wesentliche Ansatz dazu: die eingesetzten Materialien sind biologisch abbaubar oder aus recyceltem Kunststoff, um Ressourcen und Umwelt zu schonen. Selbstverständlich gehören trotzdem alle gefüllten Hundekotbeutel - egal aus welchem Material - immer in den Restmüll, und nicht ins Gebüsch.

Neben Hundekotbeuteln bietet TSP weitere, umweltbewusst gestaltete Alltagsprodukte für den Heimtierbedarf an. Auch Futterbeutel, Kotbeutelspender, Kotbeutelgreifer, biologisch abbaubare Meisenknödel-Netze und Versandtaschen gehören zum Sortiment.

Halle 11, Standnummer 509b

### Bagging it - dog poo should always be disposed

There are lots of good reasons why dog poo should always be properly disposed of. Unfortunately, Mother Nature is still being left to cope with lots of the associated dog waste bags. The purpose of The Sustainable People (TSP), founded by Arne

Krämer in 2016, is to provide a solution to the pollution.

When we're out for a walk, it's a common sight to encounter folded and unused dog waste bags (which have been clearly thrown away by mistake) but ones filled with dog

poo too. According to TSP, about 90 percent of the dog waste bags used are made of conventional plastic (= virgin PE granules) and are quite a problem in terms of the waste.

Hamburg-based company The Sustainable People has developed dog waste bags that reduce the environmental impact of plastic. Their approach involves using resource- and planet-friendly materials that are biodegradable, or made of recycled plastic. Nevertheless, all doggy waste bags (regardless of the material they're made of) belong in the domestic waste bin and not at the sides of roads or in bushes.

In addition to dog waste bags, TSP also offers other eco friendly day-to-day products for pets. The product line also has feeding bags, poop bag dispensers, poop bag grippers, biodegradable fat ball nets and mailing bags.

Hall 11, stand 509b



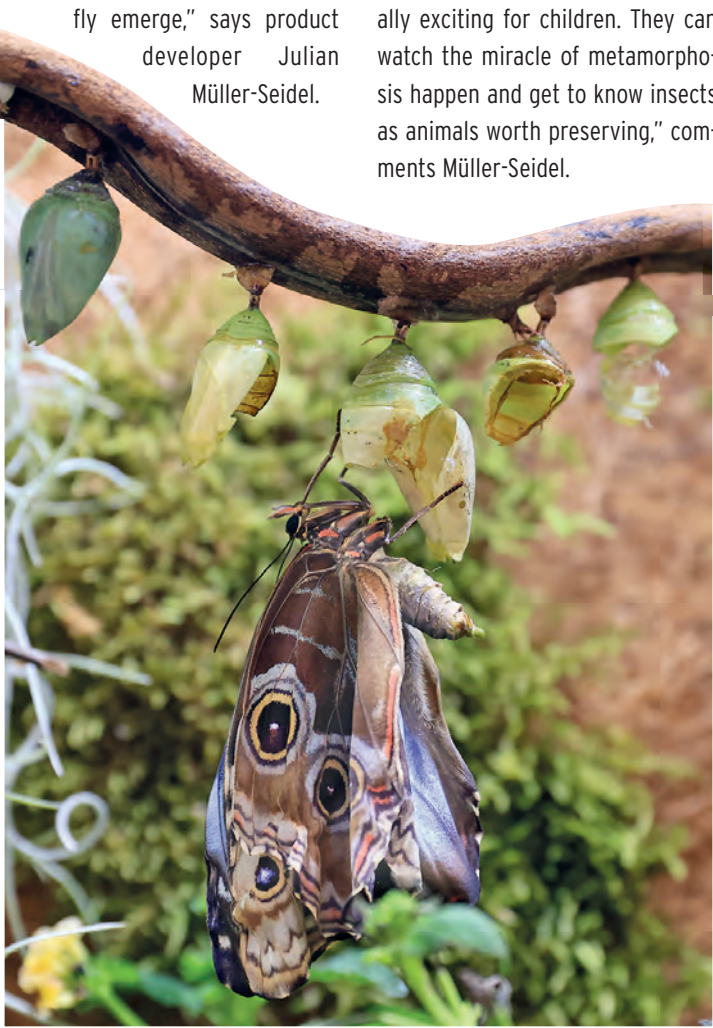
Arne Krämer, founder of The Sustainable People, makes eco friendly dog waste bags. Arne Krämer, Firmengründer von „The Sustainable People“, setzt auf umweltbewusste Hundekotbeutel.



## Fascinating butterflies

Unlike many other insects, butterflies are exceptionally popular and people are enthralled by them. They can be observed outdoors, but now Import Export Hoch wants to bring the experience indoors too. As a result, the company, based on the Black Forest, has developed a special system that's being showcased on stand 236 in hall 5. "The response has been extraordinary, lots of visitors love watching the butterfly emerge," says product developer Julian Müller-Seidel.

The new concept enables visitors to follow the whole lifecycle from the egg to the caterpillar to the pupa and the butterfly. However, Hoch doesn't just offer a terrarium especially for caterpillars, but also has sales equipment, animal food and care products in its range. And, of course, it has a selection of domestic and tropical varieties like the peacock butterfly or the painted lady. "Keeping butterflies is especially exciting for children. They can watch the miracle of metamorphosis happen and get to know insects as animals worth preserving," comments Müller-Seidel.



## Faszination Schmetterlinge

Anders als viele andere Insekten sind Schmetterlinge äußerst beliebt und üben eine große Faszination auf Menschen aus. Neben der Beobachtung der Tiere in der freien Natur will die Firma Import Export Hoch dies nun auch für Zuhause erlebbar machen. Dazu hat das Unternehmen aus dem Schwarzwald ein spezielles System entwickelt, das am Stand 236 in Halle 5 präsentiert wird. „Die Resonanz darauf ist außerordentlich“, sagt Produktentwickler Julian Müller-Seidel, „viele Besucher sind begeistert, den Schmetterling beim Schlüpfen zu beobachten.“ Mit dem neuen Konzept können Interessierte den vollständigen Lebens-

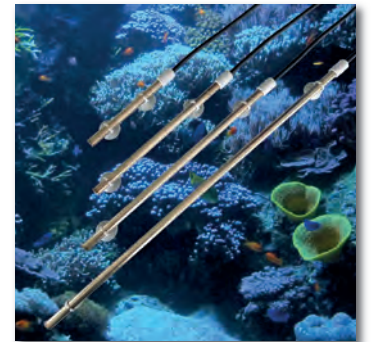
zyklus vom Ei, über die Raupe und die Puppe bis zum Schmetterling verfolgen. Hoch bietet aber nicht nur ein speziell für die Raupenhaltung entwickeltes Terrarium an, sondern hat auch entsprechende Verkaufsanlagen, Futter- und Pflegemittel im Sortiment. Und natürlich auch eine Auswahl einheimischer und tropischer Arten, wie zum Beispiel das Tagpfauenauge oder den Distelfalter. „Insbesondere für Kinder ist die Schmetterlingshaltung eine spannende Angelegenheit“, sagt Müller-Seidel, „sie können so das Wunder der Metamorphose erleben und lernen Insekten als schützenswerte Tiere kennen.“

## • New products • Neue Produkte •

The PTC element in the new Schego aquarium heaters is located in the titanium tubes to guarantee the appliances can withstand salt water and chemicals. According to the manufacturer, in conjunction with the TR2 temperature controller, the temperature required can be achieved and maintained at a consi-

stant level. As a result, PTC heating elements can't overheat because they self-regulate. They can be fully immersed in water and are very thin. Available in 100, 200, 300 and 600 wattages.

Hall 4, stand 302



### Effizient und sicher

Bei den neuen Schego Aquarienheizern ist das PTC-Element in Titanrohren verbaut, um die Beständigkeit gegen Salzwasser und Chemikalien zu garantieren. Zusammen mit dem Temperatur-

regler TR2 kann die gewünschte Temperatur bei minimalem Energieverbrauch erreicht und dauerhaft stabil gehalten werden, so der Anbieter. Dank ihrer selbstregelnden Eigenschaft können PTC-Heiz-

elemente nicht überhitzen. Sie können vollständig eingetaucht werden und sind sehr dünn. Erhältlich in den Wattstärken von 100, 200, 300 und 600 Watt.

Halle 4, Stand 302

### Tasty food with regional ingredients

According to Bosch Tiernahrung, it sources the ingredients for its Heimat range of Bosch pet food regionally to make supply chains shorter and save resources. The three new Heimat varieties now provide dry food to suit dogs at different ages.



Bosch explains that Heimat Junior contains a lot of higher welfare chicken and MSC whitefish, Heimat Adult Freiland-Gans is ideal for fans for poultry and Heimat Senior Tierwohl-Huhn is easy for older dogs to digest. Hall 1, stand 124

### Köstlichkeiten aus der Heimat

Das „Heimat“-Sortiment der Bosch Tiernahrung basiert nach Herstellerangaben zu einem großen Teil auf der Verwendung regionaler Rohstoffe, um Lieferketten zu verkürzen und

Ressourcen zu schonen. Mit den drei neuen Heimat-Sorten gibt es nun für jedes Hundesalter das passende Trockenfutter: „Heimat Junior“ enthält einen hohen Anteil an frischem Tierwohl-Huhn und MSC-Weißfisch,

„Heimat Adult Freiland-Gans“ ist für Geflügelliebhaber konzipiert, und „Heimat Senior Tierwohl-Huhn“ ist leicht verträglich für den Seniorhundemagen, so Bosch. Halle 1, Stand 124

### Fancy feline food

Bewital petfood is presenting its Leonardo Extra Filet line in six varieties, which include pieces of fillet and salmon oil. The company's Leonardo Kitten GF is also a grain-free recipe for kittens. This variety uses amaranth as an alternative to

grains. The manufacturer says that mackerel and fresh poultry meat make the food particularly tasty. The recipe is rounded off with other

ingredients such as marine zooplankton and chia seeds. The Belcando dry food varieties have been upgraded with the addition of gut-stabilising probiotic cultures.

Hall 2, stand 304

### Neuheiten-Potpourri

Bewital Petfood präsentiert die Produktlinie „Leonardo Extra Filet“ mit sechs Varietäten, die Filet-Stückchen sowie Lachsöl enthalten. Mit „Leonardo Kitten GF“ bietet das Unternehmen auch eine Rezeptur ohne Ge-



treide für junge Kätzchen. Diese Sorte setzt auf Amaranth als Alternative zu Getreide. Mit Makrele und frischem Geflügel ist das Futtermittel nach Herstellerangaben besonders schmackhaft. Abgerundet wird die Rezeptur durch weitere

Zutaten wie Meeres-Zooplankton und Chiasaat. Die Belcando-Trockenfuttersorten wurden durch den Zusatz von darmstabilisierenden Probiotika-Kulturen weiter optimiert.

Halle 2, Stand 304





# Trade Show Impressions









## Interzoo 2024

38th International Trade Fair for Pet Supplies  
38. Internationale Fachmesse für den Heimtier-Bedarf



**SAVE THE DATE! | TERMIN VORMERKEN!**  
Nuremberg, Germany: 7-10 May 2024

Interzoo 2022 was exciting, attractive, inspiring, innovative, diverse, colourful, international, refreshing, smart, motivating, informative and so much more.  
The bad news: it ends today.  
The good news: the next one will take place from 7 to 10 May 2024. See you then!

Die Interzoo 2022 war aufregend, schön, inspirierend, innovativ, abwechslungsreich, bunt, international, erfrischend, kompetent, aufbauend, informativ und noch so vieles mehr. Aber heute geht sie zu Ende.  
Hier noch eine gute Nachricht: Vom 7. bis 10. Mai 2024 findet die nächste Ausgabe statt. Bis dann!

## Almost like Dragons' Den

Startups are hip. Which is why, for the first time, Interzoo launched its Fresh Ideas Contest to allow young companies to present their business ideas. Today, the competition starts in hall 11 at 11.30 a.m. and will be moderated by trade fair coach Daniel Gundelach. Seven startups will be pitching their business models to the judges for five minutes each. The judging panel consists of three experts from the pet industry: Burkhard Friedrichsen, head of sales at Trixie Heimtierbedarf, Katharina Engling, marketing director at Bunny Tierernährung, as well as Antje Schreiber, director of the zza publishing house. The business ideas are rated along a system of points to reflect their innovativeness, the clarity of their strategy and how impressive the presentation was directly afterwards.

Burkhard Friedrichsen is already really looking forward to it: "I think we'll be seeing innovative solutions for today's and tomorrow's world here. At Trixie, we want to encourage these sorts of ideas, for example through our network, through advice, but also by providing financial support." Trixie is not only the event's main sponsor, but has also

launched its own Trixie Venture programme. The programme's goal is to find innovative startups.

Co-judge Katharina Engling is equally optimistic: "I can't wait to see highly motivated young people who are fully committed to their business idea. These type of ideas really make our industry a better one. I like supporting people who are courageous, passionate about their ideas and create enthusiasm." She said she'd already looked around hall 11 and gained a few impressions.

The following startups are taking part in the competition, which is a bit like the TV show Dragons' Den: Petfluencer.com, Q-Pet, The Sustainable People, Growas, Prombyx, Protenga, and Smart Sound from Korea.

After the presentations in English, the judges will select the winner of the Interzoo Fresh Ideas Contest 2022 at around 1 pm. The most impressive three companies will receive attractive prizes for Interzoo 2024. The winner will receive a 12-sqm stand, the runner up an Interzoo marketing package and the company in third place an area on the product showcase.

## Fast wie bei „Die Höhle der Löwen“

Unternehmensgründungen sind hip. Zum ersten Mal bietet die Interzoo deshalb mit dem „Fresh Ideas Contest“ ein Format an, in dem junge Unternehmen ihre Geschäftsideen präsentieren können. Der Wettbewerb startet heute um 11.30 in Halle 11 und wird von Messtrainer Daniel Gundelach moderiert. Sieben Start-ups stellen ihr Business-Modell in einem fünfminütigen Pitch der Jury vor. Diese besteht aus drei Experten der Heimtierbranche: Burkhard Friedrichsen, Head of Sales bei Trixie Heimtierbedarf, Katharina Engling, Marketingleiterin bei Bunny Tierernährung, sowie Antje Schreiber, Leiterin des zza-Verlags. Bewertet werden die Geschäftsideen mit einem Punktesystem jeweils nach ihrer Innovationskraft, der Strategieklarheit und nach der Überzeugungskraft der Präsentation direkt nach dem Vortrag.

Burkhard Friedrichsen ist schon sehr gespannt: „Ich denke, wir werden hier innovative Problemlösungen für die Gegenwart und für die Zukunft vorgestellt

bekommen. Wir von Trixie wollen helfen, solche Ideen zu fördern, zum Beispiel durch unser Netzwerk, durch Beratung, aber auch mit finanzieller Unterstützung.“ Sollte die Präsentation noch Fragen offenlassen, will Burkhard nachfassen, aber niemanden bloßstellen: „Interessant ist sicherlich, ob sich der Jungunternehmer auch Gedanken gemacht hat, wie sich sein Geschäftsmodell skalieren lässt oder wie er die Geschäftsentwicklung für die nächsten zwei bis fünf Jahre einschätzt.“ Trixie ist nicht nur Hauptsponsor des Events, sondern hat ein auch eigenes „Trixie Venture“-Programm ins Leben gerufen. Damit will man ebenfalls innovative Start-ups, Tüftler und Erfinder finden. Interessant sei dabei immer, welche Softskills bringt der Unternehmer mit: Engagiert er sich aus eigenem Antrieb oder geht es ihm eher um das schnelle Geld, so Burkhard.

Mit-Jurorin Katharina Engling ist ähnlich positiv gestimmt: „Ich freue mich sehr darauf, hochmotivierte junge Menschen zu erleben, die von ihrer Geschäftsidee absolut über-

zeugt sind. Solche Ideen sind eine Belebung und eine Bereicherung für unsere Branche. Ich unterstütze gerne Menschen, die Mut haben, die für ihre Ideen brennen und Begeisterung hervorrufen.“ Sie selbst habe sich schon in Halle 11 umgeschaut und sich einen Eindruck verschafft.

Am Wettbewerb, der ein bisschen an die RTL-Show „Die Höhle der Löwen“ erinnert, nehmen folgende Start-ups teil: Petfluencer.com, Q-Pet, The Sustainable People, Growas, Prombyx, Protenga sowie Smart Sound aus Korea.

Nach den Präsentationen auf Englisch wird die Jury gegen 13 Uhr den „Winner Interzoo Fresh Ideas Contest 2022“ küren. Den überzeugendsten drei Unternehmen winken attraktive Preise für die Interzoo 2024: der erste Platz ist eine zwölf Quadratmeter große Standfläche, der zweite ein Interzoo-Marketing-Paket und der dritte eine Fläche auf dem Product Showcase.