



# Interzoo <sup>digital</sup> Daily

Official Trade Fair Journal

Preview

2021



Register now!

## The pet-world with one click

The final countdown has begun. There are only about two weeks until the start of Interzoo.digital, the first digital edition of the world's leading trade fair for the pet sector. Exhibitors, visitors, journalists and organizers - the anticipation and excitement will be rising for all of them until the trade fair officially opens on Tuesday, 1 June. When companies had to cut their Interzoo plans last year

as a result of the Covid-19 pandemic, product management at some producers broke into a sweat. Because of course innovations had long been ready for the market, campaigns had been drawn up and trade fair sales planned. When Interzoo had to be postponed, what is perhaps the most important stepping

continued on page 2

Jetzt anmelden!

## Die Heimtierwelt mit einem Klick

Der Countdown läuft: noch rund zwei Wochen bis zum Start der Interzoo.digital, der ersten digitalen Ausgabe der Weltleitmesse der Heimtierbranche. Aussteller, Besucher, Journalisten und Veranstalter - bei allen dürften Vorfreude und Spannung steigen, bis dann am Dienstag, 1. Juni, die Messe offiziell eröffnet wird. Als im vergangenen Jahr die Co-

rona-Pandemie den Unternehmen einen Strich durch ihre Interzoo-Pläne machte, kam bei so manchem Hersteller das Produktmanagement ins Schwitzen. Denn natürlich waren Neuheiten längst marktreif, Kampagnen ausgearbeitet und Messeumsätze eingeplant.

weiter auf Seite 3

## Das Hundefutter mit WOW Effekt

In den Alleinfuttermenüs von WOW steckt beste Premium-Qualität zum fairen Preis. Die nach dem Rezept der Natur entwickelten Sorten punkten mit hohem Fleischanteil und sind natürlich ohne Getreide, Schweinefleisch, Farb- oder Aromastoffe, Zuckerzusatz oder Tierversuche hergestellt.



Follow us

[www.wow.pet](http://www.wow.pet)  
[www.pet.de](https://www.pet.de)  
[@wow.hundenahrung](https://www.instagram.com/wow.hundenahrung)

PetCo GmbH | 1160 Wien | +43 1 795 10 | hello@wow.pet





### continued from page 1

stone on the way to a market launch for a new product was suddenly missing.

The relief must have been correspondingly huge among many of those responsible for products when they found out that, despite the continuing pandemic, they would have an opportunity to make direct contact with many customers and present their new ideas in summer 2021. WZF (Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe) as the organiser and the German Pet Trade & Industry Association ZZF as the honorary sponsor, decided to create a possibility for the global pet sector to defy the Covid-19 crisis in the form of Interzoo.digital.

And it's nearly time. The global pet sector is coming together virtually between Tuesday, 1 June and Friday, 4 June 2021. Interzoo.digital provides the many possibilities of-

fered by digital technologies. For example, participants can network just how they do on social media. Making new contacts, keeping up with old ones, discovering trends and product innovations - and all that conveniently with a few clicks from wherever you want. Finding and being found might never have been easier. Since a few days ago visitors have been able to register in the platform at [www.interzoo.com/participate](http://www.interzoo.com/participate). There is great interest. The number of visitor registrations hit the thousands just a short time after activation. The regular ticket price for the entire duration of the trade fair is 23 euros.

About two weeks before the trade fair starts, participants can set up their user profile, find their way around the platform, arrange appointments for virtual meetings with exhibitors later and thus prepare properly for the event in what is known as the soft opening phase.

Leading providers from the pet sector in Germany, Europe, Asia and North America are presenting themselves at the digital trade fair, as are young companies and start-ups, international trade associations, experts and colleagues. By the end of April over 200 companies from 39 countries had already registered. The daily-growing exhibitor directory shows the diversity of the event range and can be viewed online at: [www.interzoo.com/en/exhibitor-list](http://www.interzoo.com/en/exhibitor-list).

A varied supporting programme will be taking place on all four days - both in live streams and on demand. You can go into topics in more detail in topic-focused virtual cafés with specialist presentations and expert chats. A programme arranged by topics will take place on the five stages. The official opening, conferences and the topics of concern to the sector will be shown on the stage "Interzoo Live". The results of the Interzoo Sustainabil-

ity Study for the Pet Sector - an initiative from Interzoo Academy and the WZF in collaboration with Antwerp Management School - will also be presented on this stage on the first day of the fair.

"Industry Spotlights", the second stage, will give participants deeper insights into selected aspects of the sector from company or expert points of view. "Markets, Trends and Research" will offer contributions from these areas. One highlight there will be a presentation given by the executive coach and author Peter Holzer on the issue of "The effects of digitisation on corporate culture, management and communication". You can also read an interview with Peter Holzer in this publication.

The stage "How to and Best Practices" will provide application examples, tutorials and examples of best-practices. Examples of the presentations given here will include Thomas Poschen from

petfluencer.com about petfluencer marketing and Princess Maja von Hohenzollern about how she built up her brand with the help of social media.

Finally, under "Products and Companies" companies will present their products and brands in entertaining videos and invite you to visit their exhibitor profiles on the Show Floor. In the accompanying virtual topic cafés visitors can hold non-binding discussions with other participants by chat or video, sometimes directly after a programme point. Lastly, the "Goodie Bag" area will provide exclusive offers, discounts and free samples from exhibitors for trade visitors. Many of the contents and functions of Interzoo.digital will still be accessible on the platform after the actual event until 30 June 2021. The next physical Interzoo is taking place at the Nuremberg Exhibition Centre again from 24 to 27 May 2022. dh



## BÜNGENER PET HEALTH

### Where tradition meets innovation

GERMANY   
Büngener pet health GmbH  
Götzdorf 50, D-84036 Kumhausen

[info@bunger.de](mailto:info@bunger.de)

Büngener pet health

[www.bunger.de](http://www.bunger.de)

Buepethealth





**Fortsetzung von Seite 1**

Als dann die Interzoo verschoben werden musste, fehlte plötzlich der vielleicht wichtigste Trittstein auf dem Weg zur Markteinführung eines neuen Produktes.

Demnach dürfte die Erleichterung bei vielen Produktverantwortlichen groß gewesen sein, als sie erfuhren, dass sie trotz anhaltender Pandemie im Sommer 2021 eine Gelegenheit bekommen würden, mit vielen Kunden in direkten Kontakt zu treten, um das eigene Neue vorzustellen. Die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) als Veranstalterin und der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe als ideeller Träger entschieden, mit der Interzoo.digital eine Möglichkeit zu schaffen, mit der die globale Heimtierbranche der Corona-Krise trotzen kann.

Bald ist es endlich soweit: Von Dienstag, 1. Juni, bis Freitag, 4. Juni 2021, kommt die globale Heimtierbranche virtuell zusammen. Die Interzoo.digital bietet viele Möglichkeiten digitaler Technologien; Teilnehmer können beispielsweise so netzwerken, wie sie es aus den sozialen Medien kennen. Neue Kontakte knüpfen, alte pflegen, Trends und Produktinnovationen entdecken - das alles bequem mit wenigen Klicks von wo auch immer man möchte. Finden und gefunden werden war vielleicht nie einfacher.

Seit einigen Tagen können sich Besucher auf der Plattform unter [www.interzoo.com/teilnehmen](http://www.interzoo.com/teilnehmen) registrieren. Das Interesse ist groß: Schon kurze Zeit nach Freischalten lag die Zahl der Besucher-Registrierungen im Tausen-

derbereich. Der reguläre Ticketpreis für die gesamte Dauer der Messe beträgt 23 Euro.

Teilnehmer können bereits etwa zwei Wochen vor Messestart in der sogenannten Softopening-Phase ihr Benutzerprofil anlegen, sich auf der Plattform orientieren, mit den Ausstellern Termine für spätere virtuelle Meetings vereinbaren und sich so optimal auf die Veranstaltung vorbereiten.

Führende Anbieter der Heimtierbranche aus Deutschland, Europa, Asien und Nordamerika präsentie-

ren online einsehbar unter [www.interzoo.com/de/ausstellerliste](http://www.interzoo.com/de/ausstellerliste).

An allen vier Tagen findet zudem ein vielseitiges Rahmenprogramm statt - sowohl in Live-Streams als auch auf Abruf. In themenorientierten virtuellen Cafés mit Fachvorträgen und Experten-Chats können die Themen vertieft werden. Auf den fünf Bühnen wird ein thematisch geordnetes Programm angeboten: Die offizielle Eröffnung, Konferenzen und die Branche bewegende Themen werden auf der Bühne „Interzoo Live“

mern einen tieferen Einblick in ausgewählte Branchenaspekte aus Unternehmens- oder Expertensicht. „Markets, Trends and Research“ bietet Beiträge aus den Bereichen Märkte, Trends und Forschung. Ein Highlight ist hier der Vortrag von Unternehmer-Coach und Autor Peter Holzer zum Thema „Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmenskultur, Führung und Kommunikation“. Lesen Sie hierzu auch das Interview mit Herrn Holzer in dieser Veröffentlichung.

Unter „Products and Companies“ schließlich werden sich Unternehmen in kurzweiligen Videos mit ihren Produkten und Marken darstellen und zum Besuch ihres Ausstellerprofils auf dem Show Floor einladen. In den begleitenden virtuellen Themencafés können sich die Besucher unverbindlich mit anderen Teilnehmern per Chat oder Video austauschen, teilweise gleich im direkten Anschluss an einen Programmpunkt. Der Bereich „Goodie Bag“ schließlich bietet exklusive Angebote,



ren sich auf der digitalen Messe ebenso wie junge Unternehmen und Start-ups, internationale Branchenverbände, -experten und -kollegen. Bis Ende April hatten sich bereits über 200 Unternehmen aus 35 Ländern angemeldet. Das täglich wachsende Ausstellerverzeichnis zeigt die Vielfalt des Veranstaltungsangebots und ist

gezeigt. Auch die Ergebnisse der Interzoo-Nachhaltigkeitsstudie für die Heimtierbranche - eine Initiative von Interzoo Academy und WZF in Zusammenarbeit mit der Antwerp Management School - werden am ersten Messetag erstmals auf dieser Bühne vorgestellt. „Industry Spotlights“, die zweite Bühne, gibt den Teilneh-

Die Bühne „How to and Best Practices“ liefert Anwendungsbeispiele, Tutorials und Best-Practice-Beispiele. Hier präsentieren sich beispielsweise Thomas Poschen von petfluencer.com zum Thema Petfluencer Marketing und Prinzessin Maja von Hohenzollern zum Aufbau ihrer Marke mit Hilfe von Social Media.

Rabatte und Freixemplare der Aussteller für die Fachbesucher. Viele Inhalte und Funktionen der Interzoo.digital bleiben noch nach der eigentlichen Veranstaltung bis zum 30. Juni 2021 auf der Plattform abrufbar. Die nächste physische Interzoo findet vom 24. bis 27. Mai 2022 wieder in den Messehallen in Nürnberg statt. **dh**



**DRIED HERBAL RAW MATERIALS**

conventional & organic, for natural & healthy animal feed

**OUR RANGE OF PRODUCTS**

- Dried vegetables, culinary herbs, spices, spice blends
- Herbal raw material, phytopharmaceutical ingredients, medicinal herbs

**OUR SERVICES**

- Support in product development
- Protective treatment of stocks
- Raw material refinement
- Germ reduction

**KräuterMix**  
since 1919





## A new location, a location for new ideas

Come in, or better said, click in! Are you already looking forward to the premiere of Interzoo.digital? I definitely am. After months of social distancing, it's now high time to meet up, and to do so on the internet. We're all there every day anyway, aren't we?

For me, the net is a location for new ideas. There's an answer to every question, even to questions you haven't ever asked. Such as whether polar bears are left-handed. But seriously, at its core the internet is a place for exchanging information. Just like a trade fair.

Whether you're looking for products, trends or analyses, there will be plenty of new things to see on the Interzoo.digital platform. But first and foremost, the digital trade fair itself is a new location, of course, a premiere both for the or-

ganiser and the sector as a whole. Within just a few months the team from the ZZF/WZF office have brought a digital event to life, provided it with all the possibilities presented by modern technology and offered a great programme for everyone interested.

We want to use this publication, the Interzoo.digital Daily Preview, to give you a brief insight into the four days at the beginning of June, when the global world of pets will be sitting down at its computer. We will keep visitors and exhibitors up-to-date on the days of the fair in our morning newsletter, report on our impressions from the previous day and announce the highlights of the upcoming day.

A few days after the trade fair we will take a look back at all the events in an Interzoo.digital Daily

Review. If you then notice that you have missed something, you will still be able to look at the contents on the platform until the end of June, as long as you are registered as a visitor or exhibitor.

And for everyone who hasn't looked it up yet - in some communications media they say polar bears are left-handed. However, according to Polar Bears International these bears do not have a preferred paw but use the right and left paws equally. That's also on the internet.

So we'll see each other  
at the beginning of June ...

Dominic Heitz  
Editorial Team  
Interzoo.daily/zza

## Ein neuer Ort, ein Ort für Neues

Hereinspaziert, oder besser: hereingeklickt! Sind Sie auch schon so gespannt auf die Premiere der Interzoo.digital? Ich jedenfalls freue mich darauf. Nach Monaten des Abstandhaltens wird es nun höchste Zeit für ein Treffen, und zwar im Internet. Dort sind wir alle doch sowieso jeden Tag, oder?

Das Netz ist für mich ein Ort für Neues. Auf jede Frage findet sich

dort eine Antwort, sogar auf Fragen, die ich mir noch gar nicht gestellt habe. Zum Beispiel, ob alle Eisbären Linkshänder sind. Aber mal im Ernst: Das Internet ist im Kern ein Platz, um Informationen auszutauschen. Genau wie eine Messe.

Ob Produkte, Trends oder Analysen: Auf der Plattform der Interzoo.digital wird es viele Neuigkeiten zu sehen geben. Aber zuvorderst ist diese digitale Messe natürlich selbst ein neuer Ort, eine Premiere sowohl für den Veranstalter als auch die gesamte Branche. Innerhalb weniger Monate hat das Team der ZZF/WZF-Geschäftsstelle eine digitale Veranstaltung aus der Taufe gehoben, die mit allen Möglichkeiten moderner Technik aufwartet und für Interessierte ein pralles Programm bietet.

Mit dieser Veröffentlichung, der Interzoo.digital Daily Preview, möchten wir Ihnen einen kleinen Ausblick bieten auf die

vier Tage Anfang Juni, an denen die globale Heimtierwelt sich an den Computer setzt. An den Messetagen werden wir Besucher und Aussteller mit unserem morgendlichen Newsletter auf dem Laufenden halten, über unsere Eindrücke des Vortages berichten und die Highlights des kommenden Tages ankündigen.

Einige Tage nach der Messe schauen wir in einer Interzoo.digital Daily Review nochmals auf das Geschehen zurück. Sollten Sie dann feststellen, etwas verpasst zu haben, bleibt Ihnen noch bis Ende Juni die Möglichkeit, sich die Inhalte auf der Plattform anzuschauen, sofern Sie als Besucher oder Aussteller registriert sind.

Für alle, die jetzt noch nicht danach gesucht haben: In manchen Medien ist die Rede davon, dass Eisbären Linkshänder seien. Laut Polar Bears International haben diese Bären aber keine bevorzugte Tatze, sondern nutzen die rechte wie die linke gleichermaßen. Steht auch im Internet.

Wir sehen uns dann  
Anfang Juni...

Dominic Heitz  
Redaktion Interzoo.daily/zza



## Don't delay! Still no ticket or no stand?

Are you interested in visiting Interzoo.digital or do you want to benefit from the opportunities offered by the trade fair as an exhibitor? Register for your visit here:

[www.interzoo.com/participate](http://www.interzoo.com/participate)

There are answers to questions visitors frequently ask about Interzoo.digital here:

[www.interzoo.com/en/exhibition-info/digital/faq-visitors](http://www.interzoo.com/en/exhibition-info/digital/faq-visitors)

You can register as an exhibitor at the following link:

[www.interzoo.com/en/exhibitors/participation-digital/application](http://www.interzoo.com/en/exhibitors/participation-digital/application)

There are also answers to questions exhibitors frequently ask here:

[www.interzoo.com/en/exhibition-info/digital/faqs-exhibitors](http://www.interzoo.com/en/exhibition-info/digital/faqs-exhibitors)

## Jetzt aber schnell: Noch kein Ticket oder keinen Stand?

Sie interessieren sich für einen Besuch der Interzoo.digital oder wollen als Aussteller von den Möglichkeiten der Messe profitieren? Registrieren Sie sich hier für Ihren Besuch: [www.interzoo.com/teilnehmen](http://www.interzoo.com/teilnehmen)

Für Besucher gibt es hier Antworten auf häufig gestellte Fragen zur Interzoo.digital:

[www.interzoo.com/de/messeinfo/digital/faq-besucher](http://www.interzoo.com/de/messeinfo/digital/faq-besucher)

Als Aussteller gelangen Sie unter folgendem Link zur Anmeldung:

[www.interzoo.com/de/aussteller/teilnahme-digital/teilnahme](http://www.interzoo.com/de/aussteller/teilnahme-digital/teilnahme)

Für Aussteller gibt es zudem hier Antworten auf häufig gestellte Fragen:

[www.interzoo.com/de/messeinfo/digital/faq-aussteller](http://www.interzoo.com/de/messeinfo/digital/faq-aussteller)



## Experience the opening ceremony live

All platform visitors are invited to the official opening of Interzoo.digital from 9.30 a.m. to 11 a.m. on 1 June 2021. The event, which will be translated simultaneously into English and German, will be broadcasted live from a studio in Wiesbaden and streamed on the "Interzoo live" stage.

The event is starting with Norbert Holthenrich, President of the German Pet Trade & Industry Association ZZF, who will welcome all the visitors and exhibitors. Subsequently, Katharina Engling, chairwoman of the Interzoo Trade Fair Advisory Board, will take a look at the current situation in the pet industry during

the Covid-19 crisis and the opportunities Interzoo.digital is presenting to the sector. Then, our honorary guest Julia Klöckner, Federal Minister of Food and Agriculture, will officially open Interzoo.digital with a welcoming address from Berlin.

To conclude the event, which will be moderated by Antje Schreiber

from the ZZF, Dr. Andrea Beetz, a psychologist and President of the International Society for Animal Assisted Therapy (ISAAT), will go into the effects of the pandemic on pet ownership. In her talk "How pets support people during the pandemic - Studies on the effect of companion animals in crisis situations"

and a subsequent interview, she will use current studies to explain the importance pets have in crisis situations and their influence on our mental health and well-being.



Norbert Holthenrich.

Foto: ZZF/Sven Biernath



Katharina Engling.

Foto: ZZF



Andrea Beetz.

Foto: privat

## Eröffnungsfeier live erleben

Alle Plattformbesucher sind zur offiziellen Eröffnung der Interzoo.digital am 1. Juni 2021 von 9.30 bis 11 Uhr eingeladen. Das simultan ins Englische beziehungsweise ins Deutsche übersetzte Event wird live aus einem Wiesbadener Studio gesendet und auf der „Interzoo live“-Bühne ausgestrahlt.

Die Veranstaltung startet mit Norbert Holthenrich, Präsident des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe (ZZF), der alle Besucher und Aussteller willkommen heißt. Anschließend wirft Katharina Engling, Vorsitzende des Interzoo Messebeirats, einen Blick auf die aktuelle Situation der Heimtierin-

dustrie während der Corona-Krise und die Chancen der Interzoo.digital für die Branche. Als Ehrengast wird Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, dann mit einem Grußwort aus Berlin die Interzoo.digital offiziell eröffnen. Zum Abschluss der von Antje Schreiber vom ZZF mode-

rierten Veranstaltung beschäftigt sich Dr. Andrea Beetz, Psychologin und Präsidentin der Internationalen Gesellschaft für tiergestützte Therapie (ISAAT), mit den Auswirkungen der Pandemie auf die Heimtierhaltung. In ihrem Impuls „How pets support people during the pandemic - Studies on the effect of

companion animals in crisis situations“ und anschließendem Interview erklärt sie anhand von aktuellen Studien, welche Bedeutung Heimtiere in Krisensituationen bekommen und welchen Einfluss sie auf unsere psychische Gesundheit und unser Wohlbefinden haben.

HUGRO®

# PRODUKTNEUHEITEN

nachhaltig und artgerecht

zur Interzoo digital

Recommended by leading pets!

Von führenden Kleintieren empfohlen!

Hugro® GmbH • Weipps Esch 1 • 48369 Saerbeck • www.hugro.de



## Attending the digital fair – how to behave

# Please be kind!

Trade fairs are more than a sales and marketing event for presenting new products. Good friends meet up here, start promising business contacts and find new partners. Which is why communication is very important. This will also be the case at Interzoo.digital. But how do meetings via chat work? A few rules have to be followed here.

Anyone attending a trade fair – whether as an exhibitor or visitor – will prepare for it in advance. That begins with their appearance and a carefully chosen outfit. Suit, trouser suit or business casual – you want to make a good and professional impression. At a digital trade fair, the fair attendees present themselves by means of a profile they set up themselves. For this purpose, visitors and fair stand employees upload a current photo of themselves in their fair accounts. So it shouldn't be a photo of your last holiday with sunglasses on, but a more professional portrait photo, similar to a job application photo. Do not put an amusing pseudonym in the profile description. Instead, state

your first name and surname, job title and company – after all, this is standing in for the classic business card.

Just as at physical trade fairs it is also possible to make contact individually when visiting stands, if required. This is possible via a number of different channels on the Interzoo.digital platform. There is the classic chat function, with purely written communication, which we know from social media networks. Video calls with live images and sound are also possible.

In general, the same manners apply to chat meetings as at analogue trade fairs. You should communicate with each other respectfully and politely. The term "netiquette"

has become established in internet jargon for this (see boxes). According to this, there is no reason why online dialogues should not use a friendly greeting or an appreciative closing formulation. It is a matter of course that aggression, ostracism and insults, and racist and sexist comments, are prohibited. Unsolicited advertising is also taboo in these rounds. The organiser of Interzoo.digital also reserves the right to exclude anyone who breaks the rules from the event. Breaches can be notified using the "Report" function.

In addition, a moderator will be involved in group chats, for example, in the various cafés or at the presentations planned. They will

ensure there is a pleasant round of discussions, so everyone can have their say and ask their questions.

During video chats participants should be aware that they and their surroundings can be seen. Ideally, you should check the lighting, sound and image situation in advance so group members can easily identify each other. In this context it also can't do any harm to consciously arrange the background, either by clearing the shelf behind you or look for an appropriate background.

And maybe one or two of you might want to swap your favourite T-shirt for a more formal top. During video meetings

the gestures and sound pitch of your counterpart can be recognised and so participants can also pick up nuances and speaker moods. In contrast, in purely written communication the familiar emojis (pictorial signs that express emotions) can be used to make certain remarks come across more clearly.

Overall, preparing for a digital trade fair – who or what I want to see – also can't do any harm. Nevertheless, you should also be open to new things and simply give things a try. Anyone who keeps to the rules detailed here can't go wrong. And

most trade fair attendees have probably become so familiar with Zoom and other online meeting formats since Covid-19 that there's nothing standing in the way of a relaxed visit to the fair. If you want to play safe, you can complete a digital trial run on Interzoo.digital from 18 May. You will also find detailed information about how the digital trade fair works in the video tutorials at interzoo.com sg

### What does "netiquette" mean?

Netiquette is a colloquial portmanteau of network or internet etiquette and is a set of social conventions for pleasant and respectful communication in the internet. Most participants consider these conventions to make sense and often they have no legal relevance. It primarily depends on the relevant operator or controller how compliance is checked and what sanctions are imposed for breaches.





Digitaler Messebesuch – wie verhalte ich mich richtig?

# Bitte recht freundlich!

Messen sind mehr als ein Vertriebs- und Marketing-Event, um neue Produkte zu präsentieren. Hier treffen sich gute Bekannte, bahnen sich vielversprechende Geschäftskontakte an, finden sich neue Partner. Daher nimmt die Kommunikation einen hohen Stellenwert ein. Das wird auch auf der Interzoo.digital der Fall sein. Doch wie funktioniert das Gespräch per Chat? Einige Regeln sind dabei zu beherzigen.

Wer eine Messe besucht - egal ob als Aussteller oder Besucher - bereitet sich im Vorfeld entsprechend darauf vor. Das beginnt schon rein optisch mit einem sorgfältig ausgewählten Outfit: Anzug, Kostüm oder lässiger Chic - man will einen guten und kompetenten Eindruck erwecken. Auf der digitalen Messe präsentieren sich die Messeteilnehmer über ein selbst angelegtes Profil. Dazu laden Besucher und Messestand-Mitarbeiter in ihren Messe-Accounts ein aktuelles Foto von sich hoch. Es sollte also nicht unbedingt das letzte Urlaubsfoto mit Sonnenbrille sein, sondern eher ein professionelles Porträtfoto, ähnlich einem Bewerbungsfoto. Die Profilbeschreibung verzichtet auf eine originelle Namensgebung, sondern nennt Vor- und Nachnamen, Funktion und Unternehmen - sie ersetzt schließlich die klassische Visitenkarte.

Wie bei den physischen Messen auch ist bei den Standbesuchen eine individuelle Kontaktaufnahme möglich, ja erwünscht. Auf der Interzoo.digital-Plattform ist dies über verschiedene Kanäle möglich: So gibt es den klassischen Chat, mit rein schriftlicher Kommunikation, wie man es aus den sozialen Netzwerken kennt. Daneben ist ein Videocall mit Live-Bild und Ton möglich.

Generell gelten im Chat-Gespräch die gleichen Umgangsformen wie auf analogen Messen: Man sollte respektvoll und höflich miteinander kommunizieren. Im Internet-Jargon hat sich dafür der Begriff der „Netiquette“ etabliert (siehe Kasten). Demnach ist in den Online-Dialogen nichts gegen eine freundliche Begrüßung oder eine wertschätzende Verabschiedung einzuwenden. Es versteht sich von

selbst, dass Anfeindungen, Ausgrenzungen und Beleidigungen, rassistische und sexistische Kommentare zu unterlassen sind. Aber auch unerwünschte Werbung sollte in diesen Runden tabu sein. Der Veranstalter der Interzoo.digital behält sich außerdem vor, diejenigen, die sich nicht an die Regeln halten, von der Veranstaltung auszuschließen. Über die Funktion „Melden“ können Verstöße bekannt gemacht werden. In Gruppen-Chats, wie sie zum Beispiel in den verschiedenen Cafés oder bei den Vorträgen geplant sind, ist außerdem ein Moderator involviert. Er sorgt für eine angenehme Diskussionsrunde, damit alle zu Wort kommen und ihre Fragen stellen können.

Bei den Video-Chats sollten sich die Teilnehmer bewusst machen, dass sie und ihr Umfeld gesehen werden. Im Vorfeld sollten idealerweise die Licht-, Ton- und Bildverhältnisse überprüft werden, damit die Gruppenmitglieder sich gut erkennen können. In diesem Zusammenhang kann es auch nicht schaden, den Hintergrund bewusst zu gestalten: entweder indem man das rückwärtige Regal aufräumt oder für einen ansprechenden Hintergrund sorgt. Und vielleicht ist es für den ein oder anderen dann doch angebracht, das alte Lieblings-T-Shirt gegen ein formelleres Oberteil zu tauschen. Während beim Video-Gespräch Mimik und Tonlage des Gegenübers erkannt werden und so den Teilnehmern auch Zwischentöne und Stimmungen des Sprechers vermittelt, stehen in der rein schriftlichen Kommunikation die bekannten Emojis (Bildzeichen, die Gefühle ausdrücken) zur Verfügung, mit denen sich bestimmte Anmerkungen besser einordnen lassen.

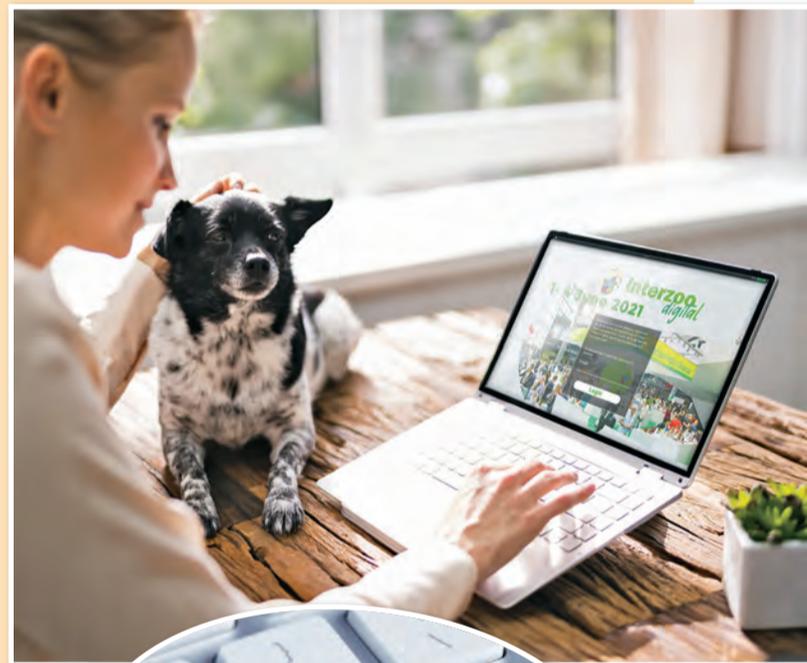
Insgesamt gilt auch für die Digital-Messe, eine Messevorbereitung - wen oder was will ich alles besuchen - kann nicht schaden. Trotzdem sollte man auch offen sein für Neues und einfach mal etwas ausprobieren. Wer dabei die genannten Regeln berücksichtigt, der kann nichts falsch machen. Und vermutlich sind die meisten Messeteilnehmer seit Corona mit Zoom- und anderen Online-Meeting-Formaten inzwischen so vertraut, dass einem entspannten Messebesuch nichts im Wege steht. Wer ganz auf Nummer sicher gehen will, kann seit dem 18. Mai einen Testlauf auf der Interzoo.digital absolvieren. Ausführliche Informationen über den digitalen Messebetrieb liefern auch die Video-Tutorials auf [interzoo.com](http://interzoo.com) sg

## Was heißt „Netiquette“?

Die Netiquette/Netikette ist ein Kunstwort aus dem englischen Begriff „net“ für „Netz“ und dem französischen „etiquette“ für „Verhaltensregeln“ und dient der angenehmen und respektvollen Kommunikation im Internet. Sie wird zwar von den meisten Teilnehmern als sinnvoll erachtet, hat aber oft keine rechtliche Relevanz. Es hängt in erster Linie vom jeweiligen Betreiber beziehungsweise Verantwortlichen ab, wie die Einhaltung kontrolliert und Verstöße sanktioniert werden.

## Interzoo Daily Newsletter – comprehensive information every day

To accompany the new trade fair format Interzoo.digital, the newsletter “Interzoo Daily digital” will be appearing every day during the trade fair from Tuesday, 1 June to Friday, 4 June. The entertaining read will appear in English and German. It will be sent to all visitors and exhibitors at the trade fair. Trade fair participants will find out there what is happening on the relevant day, the highlights offered by the supporting programme and which presentations and demonstrations are worth watching. In addition, zza Editor-in-Chief Dominic Heitz and zza Editor Sabine Gierok will collect voices, opinions and experiences about the first digital trade fair - as usual the tried and tested zza team will also be out and about for you at the digital trade fair. The editorial team will also keep an eye out for interesting products that can be discovered, of course. Anyone who would like to use the newsletter for promotional purposes can also put themselves in the spotlight using banner advertising.



## Interzoo Daily-Newsletter – täglich umfassend informiert

Begleitend zum neuen Messeformat Interzoo.digital erscheint während der gesamten Messelaufzeit von Dienstag, 1. Juni, bis Freitag, 4. Juni, täglich der Newsletter „Interzoo Daily digital“. Die kurzweilige Lektüre wird es in Englisch beziehungsweise in Deutsch geben. Sie wird an alle Besucher und Aussteller der Messe verschickt. Hier erfahren die Messeteilnehmer, was am jeweiligen Tag alles passiert, welche Highlights das Veranstaltungsprogramm bietet, welche Vorträge und Vorführungen lohnenswert sind. Daneben sammeln zza-Chefredakteur Dominic Heitz und zza-Redakteurin Sabine Gierok - wie gewohnt ist das bewährte zza-Team auch auf der digitalen Messe für Sie unterwegs - Stimmen, Meinungen und Erfahrungen zur ersten digitalen Messe ein. Das Redaktionsteam wird natürlich auch die Augen offenhalten, welche interessanten Produkte es zu entdecken gibt. Wer den Newsletter werblich nutzen möchte, kann sich hier ebenfalls über Banner-Werbung in Szene setzen.



## Supporting Programme

# The stage is set for Interzoo.digital!

From A for Aquariums to Z for Zoonotic diseases. This year's purely digital Interzoo will provide information about innovations from the pet sector on exhibitors' stands, on virtual stages and in topic cafés.

It all starts on 1 June. Interzoo.digital is opening digitally at 9 a.m. By the beginning of May, visitors from 90 countries had already registered for this year's digital version of the world's leading trade fair for the pet sector. The online event is offering five virtual stages and cafés running in parallel as a supporting programme.

## Stage 1: "Interzoo Live"

The trade fair starts at 9.30 a.m. with Norbert Holthenrich, President of the German Pet Trade & Industry Association (ZZF), who will welcome all visitors and exhibitors to the "Interzoo Live" stage. Subsequently, Katharina Engling, Chair of the Interzoo Trade Fair Advisory Board, will take a look at the current situation in the pet industry during the Covid-19 crisis and the opportunities Interzoo.digital is offering to the sector worldwide. Then, special honorary guest Julia Klöckner, Federal Minister of Food and Agriculture, will officially open the event with a welcoming address from Berlin.

To conclude the opening ceremony, Dr. Andrea Beetz, psychologist and President of the International Society for Animal Assisted Therapy (ISAAT), will vividly explain the importance of pets to people during the pandemic. In her talk "How pets support people during the pandemic - studies on the effect of companion animals in crisis situations" and a subsequent interview, she will use current studies to explain the importance pets have in crisis situations and their influence on our mental health and well-being.

In the afternoon, a new sustainability study for the sector will be presented for the first time in an Interzoo Academy Sustainability Session with the Antwerp Management School. This will go into how the importance of the issue in the pet sector has changed from 2018 until now and which actions companies in the pet sector can take.

Following this, the focus will turn to Latin America and the Amazonas region. The premiere of a documentary film by Don McConnell "Wild

Caught" (with German subtitles) about fishing in the Amazonas and its effects will start a series of fishkeeping/terrarium animal sessions during Interzoo.digital.

The further highlights involving fishkeeping will include a presentation by Matthias Wiesensee from Petosocial about my-fish.org and influencer marketing, the conference of the Ornamental Fish International Association (OFI) and a final event summing up the trade fair on Friday afternoon.

## Stage 2: "Industry Spotlights"

The "Industry Spotlights" stage will provide a channel for special topics about the sector and lectures given by exhibitors in order to present themselves in speeches and go into the specifics of their products in more detail. There will be representatives from companies such as Büngener Pet Health, Diana Pet Food, Gimborn, Hunter, Laroy, Vafo and many more.

## Stage 3: "How to and Best Practices"

On the "How to and Best Practices" stage it will be possible to experience a variety of sessions about petfluencer marketing with different focal points, for example, e-commerce strategies, start-up marketing and marketing on social media. Thomas Poschen, CEO & co-founder of petfluencer.com, will start, followed by other well-known representatives of the sector such as Princess Maja von Hohenzollern, who will talk about building up her brand. Further exciting application and best-practice examples on the topics of pet care and aquascaping will invite visitors to discover new ideas and gain some inspirations.

## Stage 4: "Markets, Trends and Research"

Market conditions, trends and developments on the Chinese and West European markets will be presented on one stage by Miranda Zhou and Raphael Moreau, both experts from

Euromonitor International. Another highpoint on this stage will be when management consultant and coach Peter Holzer speaks about the effects of digitisation on corporate culture, management and communication.

Moderated by Dr Stefan K. Hetz, Scientific Specialist in Pets and International Relations at the ZZF, several discussion rounds will be taking place with international specialists, including Mike Baltzer from Shoal, an NGO, dedicated to protecting freshwater species, Leandro Sousa from the Universität Pará in Brazil, who will deal with the ecology of tropical catfish, and Saulo Usma from WWF Columbia, who has dedicated himself to protecting wetlands in accordance with the RAMSAR convention. Zoonoses will be the topic presented by Professor Simone Sommer from the Universität Ulm and invasive species that of Helen Roy from the UK Centre for Ecology and Hydrology.

Special developments and framework conditions of the German market will be addressed by the panel discussion organised by ZZF, the honorary sponsor of Interzoo, with the animal policy experts from the Bundestag parliamentary parties on the last day of the fair. A summary concludes the supporting program of this year's Interzoo. digital.

## Stage 5: "Products and Companies"

In the "Products and Companies" channel, specialist visitors can find out about the participating exhibitors in corporate videos and get plenty of new ideas by making visits within the digital trade fair.

Additional specialist topics concerning animals and trends in the sector will be published soon on the website [www.interzoo.com](http://www.interzoo.com). Thus, alongside digital networking opportunities, and a variety of products and highlights, Interzoo.digital will offer the pet sector an important forum for dialogue between experts in the worldwide pet sector. In the cafés "Aquaristic & Terraristic", "Grooming", "Pet Food", "Sustainability" and "Petfluencer", discussions can be held with experts about these important sector topics via chat or video. In addition, many of the contributions from the supporting programme will be recorded and will be available to visitors on demand until the end of June.





Rahmenprogramm

# Bühne frei für die Interzoo.digital!

Von A wie Aquaristik bis Z wie Zoofachhandel: Die in diesem Jahr rein digitale Interzoo informiert an den Ständen der Aussteller, auf virtuellen Bühnen und in Themencafés über Neuigkeiten aus der Heimtierbranche.

Am 1. Juni ist es soweit: Um 9 Uhr eröffnet die Interzoo.digital. Bis Anfang Mai hatten sich bereits Besucher aus 90 Ländern für die in diesem Jahr digitale Ausgabe der Weltleitmesse registriert. Als Rahmenprogramm bietet das Online-Event fünf parallel bespielte virtuelle Bühnen und Cafés:

## Bühne 1: „Interzoo Live“

Die Messe startet um 9.30 Uhr mit Norbert Holthenrich, Präsident des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe (ZZF), der alle Besucher und Aussteller auf der „Interzoo Live“-Bühne willkommen heißt. Anschließend wirft Katharina Engling, Vorsitzende des Interzoo-Messebeirats, einen Blick auf die aktuelle Situation der Heimtierindustrie während der Corona-Krise und die Chancen, die die Interzoo.digital für die weltweite Branche bietet. Als besonderer Ehrengast wird Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, mit einem Grußwort aus Berlin die Veranstaltung offiziell eröffnen.

Zum Abschluss der Eröffnung erläutert Dr. Andrea Beetz, Psychologin und Präsidentin der Internationalen Gesellschaft für tiergestützte Therapie (ISAAT), anschaulich die Bedeutung von Heimtieren für Menschen in der Pandemie. In ihrem Impuls „How pets support people during the pandemic - studies on the effect of companion animals in crisis situations“ und anschließendem Interview erklärt sie anhand von aktuellen Studien, welche Bedeutung Heimtiere in Krisensituationen bekommen und welchen Einfluss sie auf unsere psychische Gesundheit und unser Wohlbefinden haben.

Am Nachmittag wird in einer Interzoo Academy Sustainability Session mit der Antwerp Management School die neue Nachhaltigkeitsstudie für die Branche erstmals vorgestellt. Hier geht es



insbesondere darum, wie sich die Bedeutung des Themas von 2018 bis heute in der Heimtierbranche verändert hat und welche Maßnahmen Unternehmen der Heimtierbranche ergreifen können.

Im Anschluss wird der Fokus auf Lateinamerika und die Amazonasregion gelenkt: Die Premierenführung des mit deutschen Untertiteln versehenen Dokumentarfilms von Don McConnell „Wild Caught“ über den Zierfischfang im Amazonas und seine Auswirkungen bildet den Auftakt für eine Reihe von Aquaristik-/Terraristik-Sessions während der Interzoo.digital.

Zu den weiteren Highlights rund um die Aquaristik gehören zum Beispiel der Vortrag von Matthias Wiesensee von Petosocial zu myfish.org und Influencer Marketing, die Tagung der Ornamental Fish International Association (OFI) sowie die zusammenfassende Abschlussveranstaltung der Messe am Freitagnachmittag.

## Bühne 2: „Industry Spotlights“

Die Bühne „Industry Spotlights“ ist ein Kanal für spezielle Branchenthemen und Fachvorträge der Aussteller, um sich in Redebeiträgen zu präsentieren und die Spezifika ihrer Produkte genauer vorzustellen. Vertreten sein werden unter anderem Unternehmen wie Büngener Pet Health, Diana Pet Food, Gimborn, Hunter, Laroy, Vafo und viele mehr.

## Bühne 3: „How to and Best Practices“

Auf der Bühne „How to and Best Practices“ werden verschiedene Sessions zum Thema Petfluencer-Marketing mit unterschiedlichen Schwerpunkten zu erleben sein, zum Beispiel E-Commerce-Strategie, Start-up-Marketing oder Marketing in den sozialen Medien. Den Auftakt macht Thomas Poschen, CEO & Co-Founder von petfluencer.com, gefolgt von weiteren be-

kannten Vertretern der Branche wie Prinzessin Maja von Hohenzollern, die zum Aufbau ihrer Marke sprechen wird. Weitere spannende Anwendungs- und Best-Practice-Beispiele zu den Themen Heimtierpflege und Aquascaping laden dazu ein, Neues zu entdecken und sich inspirieren zu lassen.

## Bühne 4: „Markets, Trends and Research“

Marktbedingungen, Trends und Entwicklungen des chinesischen und des westeuropäischen Markts werden auf einer eigenen Bühne vorgestellt von Miranda Zhou und Raphael Moreau, beides Experten von Euromonitor International. Als weiterer Höhepunkt auf dieser Bühne spricht Unternehmensberater und Coach Peter Holzer über die Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmenskultur, Führung und Kommunikation.

Moderiert von Dr. Stefan K. Hetz, wissenschaftlicher Fachreferent

Heimtiere und internationale Beziehungen im ZZF finden mehrere Gesprächsrunden mit internationalen Spezialisten statt, darunter Mike Baltzer von Shoal, einer NGO, die sich dem Schutz von Süßwasserarten widmet, Leandro Sousa von der Universität Pará in Brasilien, der sich mit der Ökologie tropischer Wälder beschäftigt, und Saulo Usma vom WWF Kolumbien, der sich dem Schutz von Feuchtgebieten nach dem Ramsar-Übereinkommen verschrieben hat. Zoonosen sind das Thema von Professorin Dr. Simone Sommer von der Universität Ulm und invasive Arten das von Helen Roy vom UK Centre for Ecology and Hydrology.

Besondere Entwicklungen und Rahmenbedingungen des deutschen Marktes greift die vom ZZF, dem ideellen Träger der Interzoo, veranstaltete Podiumsdiskussion mit den tierpolitischen Expertinnen und Experten der Bundestagsfraktionen am letzten Messetag auf. Eine Zusammenfassung bildet den Abschluss des Rahmenprogramms der diesjährigen Interzoo.digital.

## Bühne 5: „Products and Companies“

Im Kanal „Products and Companies“ können sich Fachbesucher in Unternehmensvideos über die teilnehmenden Aussteller informieren und sich zu Besuchen innerhalb der digitalen Messe inspirieren lassen.

Weitere Fachthemen rund ums Tier und Trends für die Branche werden in Kürze auf der Website [www.interzoo.com](http://www.interzoo.com) veröffentlicht. Damit bietet die Interzoo.digital für die weltweite Heimtierbranche neben digitalen Netzwerkmöglichkeiten, vielfältigen Produkten und Highlights ein wichtiges Forum zum Austausch von Fachleuten der weltweiten Heimtierbranche. In den Cafés „Aquaristic & Terraristic“, „Grooming“, „Pet Food“, „Sustainability“ und „Petfluencer“ kann mit Experten über diese die Branche bewegende Themen per Chat oder Video diskutiert werden. Viele Beiträge des Rahmenprogramms werden außerdem aufgezeichnet und stehen den Besuchern noch bis Ende Juni zum Abruf zur Verfügung.

**claus**  
Spezialist für Tiernahrung

**Neue Spezialfutter für den Artenschutz für Zier- und Wildvögel, Igel & Eichhörnchen**  
*New natural food for species conservation of birds, hedgehogs & squirrels from Germany*

RECOMMENDED BY HEDGEHOG RESCUE CENTERS

[www.claus-futter.de](http://www.claus-futter.de)

## We will be present at Interzoo.digital

Hunter setzt schon seit Jahren einen großen Schwerpunkt auf Digitalisierungsprojekte. Die Corona-Krise fungiert zudem als starker Beschleuniger dieser Prozesse. Die Digitalisierung bietet uns Vorteile in vielerlei Hinsicht - zudem ist sie ein bedeutender Anker in dieser außergewöhnlichen Situation - denn trotz Lockdown, Kontaktbeschränkungen und sozialer Isolation bleiben wir so miteinander verbunden. Die Interzoo.digital ist eine hervorragende Möglichkeit mit unseren Partnern im Austausch zu sein und neue Kunden für Hunter zu begeistern.



Nadine Trautwein  
Managing Director Hunter

Hunter has focused heavily on digitisation projects for years. The Covid-19 crisis has also acted as a strong accelerator of these processes. Digitisation offers us a variety of benefits - it is also an important anchor in this extraordinary situation - because despite the lockdown, contact restrictions and social isolation we have remained in touch with each other. Thus, Interzoo.digital is an outstanding opportunity to make contact with our partners and to entuse new customers for Hunter.

H. von Gimborn GmbH is at Interzoo.digital because even during the Covid-19 period it gives us the opportunity to present our innovative products to an international public, to develop our customer network further and to perfect our digital know-how in all areas of the business. We look forward to a successful online trade fair and to your digital visit.



Jordi Queralt  
Managing Director, H. von Gimborn

Die H. von Gimborn GmbH ist auf der Interzoo.digital mit dabei, weil wir so, auch in Corona-Zeiten, die Möglichkeit haben, unsere innovativen Produkte einem internationalen Publikum zu präsentieren, unser Kundennetzwerk weiter auszubauen und unser digitales Know-how in allen Geschäftsbereichen zu perfektionieren. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Online-Messe und Ihren digitalen Besuch.

**Dr. Link**  
PREMIUM PETFOOD  
FOR DOGS & CATS.

MADE IN GERMANY

CONTACT:  
[export@z-f-t.de](mailto:export@z-f-t.de)

Dr. Link® is a brand of ZFT - Zentrum für Tiernahrung GmbH, Germany. | [www.dr-link.de](http://www.dr-link.de)

Als innovatives Unternehmen sehen wir die Teilnahme an der diesjährigen Form der Interzoo als eine ideale Möglichkeit, um trotz der aktuellen Lage unsere innovativen Produkte zu präsentieren und Kontakte herzustellen. Mit Blick in die Zukunft sind digitale Formate in Form von Messen sowie Auftritte in sozialen Medien ein wichtiger Faktor, um sich weiter stark am Markt zu positionieren.



Günter Leugers  
Managing Partner Hugo

As an innovative company, we see attending this year's form of Interzoo as an ideal opportunity to present our innovative products and make contacts, despite the current situation. Looking to the future, digital formats in the shape of trade fairs and presences on social media will be an important factor for further strong positioning on the market.



## Wir sind auf der Interzoo.digital dabei

Wir sind bei der Interzoo.digital mit dabei, weil wir es lieben, mit unseren Kunden zu sprechen. Nur so können wir gemeinsam optimale Lösungen entwickeln. Außerdem präsentieren wir neue Produkte, die für Fachhändler sehr interessant sind. Zur Vorstellung unserer Neuheiten ist die Interzoo daher von großer Bedeutung.



Dr Jürgen Wigger  
Managing Director Bewital Petfood

We're at Interzoo.digital because we love speaking with our customers. This is the only way we can develop the best solutions together. We also present new products that are very interesting to specialist retailers. This is why Interzoo is very important for presenting our innovations.

We're willingly taking new paths with our digitisation and are excited to see how the first Interzoo.digital will be received by trade-fair visitors. We can promise that Oase will be attending with inspiring and innovative new ideas, as usual. A digital trade fair cannot replace an event in person, but we want to make the good dialogue in the sector and with our customers as interactive and modern as possible, including in these difficult times.



Thorsten Muck  
Managing Director Oase

Wir gehen gern neue Wege in unserer Digitalisierung und sind gespannt, wie die erste Interzoo.digital von den Messebesuchern angenommen werden wird. Was wir versprechen können: Oase wird wie gewohnt mit begeisternden und innovativen Neuheiten aufwarten. Eine digitale Messe kann eine Präsenzveranstaltung nicht ersetzen, aber wir wollen den guten Austausch in der Branche und mit unseren Kunden auch in diesen schwierigen Zeiten so interaktiv und modern wie möglich gestalten.

Wir stellen auf der Interzoo.digital 2021 aus, weil diese Veranstaltung eine hervorragende Gelegenheit ist, sich mit unseren Kunden und Kontakten, den Heimtierfutterherstellern, auszutauschen und zu diskutieren, wie wir sie am besten mit unseren innovativen Lösungen und Dienstleistungen unterstützen können. Am 1. Juni um 14.00 Uhr sollten Sie sich außerdem unsere Konferenz zum Thema 'Öko-Design, ein nachhaltiger Treiber für Innovation und Wertschöpfung' nicht entgehen lassen. Wir freuen uns auf Sie!



Jean-François Laudouze  
EMEA Sales Director at Diana Pet Food

We exhibit at Interzoo.digital 2021 because this event is a great opportunity to catch up and discuss with our clients & contacts, the pet food manufacturers, on the best way to support them with our innovative solutions and services. Besides, on June 1st at 14:00, do not miss our conference on 'Eco-Design, a sustainable driver boosting innovation & value creation'. Looking forward to seeing you!

+++ Weltweit führende Fachmesse der Heimtierbranche +++



Vier Tage fokussierte Geschäfte – online, interaktiv und international

## Digitale B2B-Plattform

- Hersteller, Produkte, Dienstleistungen
- Facheinkäufer, Vertriebspartner
- smarte Matching- und Meeting-Tools
- fachlicher Austausch & Networking
- digitales Konferenzprogramm
- Trends & News aus der Branche

[INTERZOO.COM/ONLINE](https://www.interzoo.com/online)

Folgen Sie uns!   

Veranstalter



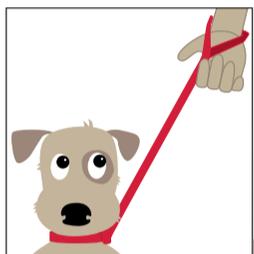
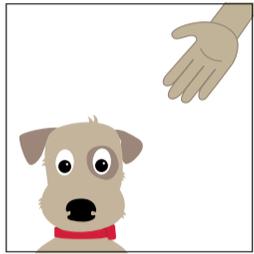
Ideeller Träger



Teilnehmerkontakt

NÜRNBERG MESSE

## We will be present at Interzoo.digital



# doddle for dogs®

Das flexible Halsband für Ihren Hund

INT-International Nonfood Trading GmbH • D-33104 Paderborn  
www.doddlefordogs.contact • Tel. +49 5254 9574499

Vor dem Hintergrund von mehr als dreißig Jahren Verbundenheit mit der Interzoo gibt es für mich zwei Gründe: Die Chance eine internationale Plattform zu nutzen, uns als Unternehmen und unsere Produkte zu zeigen. Der Interzoo, als weltweit bedeutendster Heimtiermesse, durch unsere Teilnahme und die Teilnahme hoffentlich vieler anderer Unternehmen, die Möglichkeit eines kraftvollen Lebenszeichens zu geben.



Hans-Jochen Büngener  
CEO Büngener Pet Health

Against the background of more than thirty years of bonding with Interzoo, there are two reasons for me: to take advantage of an international platform to present us as a company and our products and to give Interzoo, as the world's most important pet fair, the opportunity to a powerful sign of life with the help of our participation and the participation of hopefully many other companies.

In the last 19 years, VAFO has not missed a single Interzoo. We have complete faith that the expo team fully understands the needs of exhibitors, thus we are confident the presentation possibilities offered by the online platform will meet the following expectations: the growth of our own brands distribution as well as the securing of new contracts for our available production capacity.



Martin Šámal  
Head of Marketing, Vafo Praha

In den vergangenen 19 Jahren hat die Vafo keine einzige Interzoo versäumt. Wir sind davon überzeugt, dass das Messteam die Bedürfnisse der Aussteller voll und ganz versteht, daher sind wir zuversichtlich, dass die Präsentationsmöglichkeiten der Online-Plattform folgende Erwartungen erfüllen werden: die Ausweitung des Eigenmarkenvertriebs sowie die Gewinnung neuer Verträge für unsere vorhandenen Produktionskapazitäten.

**NEU**

**Brit care**  
PREVENTION BY NUTRITION  
SUPERPREMIUM CAT FOOD

*Umwurfende Neuigkeiten für*  
**#Feinschlecker**

Wir begrüßen unsere Samtpfoten in der Brit Care DelicAteria - einer exklusiven Auswahl an feinsten Katzennahrung und Snacks für alle Gourmets. Entdecken Sie das große Feinschlecker-Sortiment auf [delicateria.allico.de](http://delicateria.allico.de) oder kontaktieren Sie unser Vertriebssteam.

allico Vertriebs durch: Allico Homecare GmbH & Co. KG, Hülgenberg 21a, D-37231 Thiedeberg, Tel. +49 53 42 21 73 20-0, Fax: 053 42 21 73 20-10, www.allico.de, service@allico.de

facebook.com/brit.de  
allico\_petfood

Wir sind bei der Interzoo.digital mit dabei, weil für uns persönliche Kontakte und der Austausch mit unseren Kunden und Partnern wichtig ist - und die Interzoo.digital dafür den in den heutigen Zeiten maximal machbaren Rahmen ermöglicht. Wir haben interessante, spannende Neuigkeiten und wir brennen drauf, sie in unserem Showroom auf der Interzoo.digital zu präsentieren. Das umfangreiche Rahmenprogramm der Messe verspricht einen inspirierenden Austausch. Wir freuen uns auf abwechslungsreiche Tage, neue und alte Kontakte.



Jörg Lefers  
Managing Director Allico Heimtierbedarf

We're going to Interzoo.digital because personal contacts and dialogue with our customers and partners are very important to us - and Interzoo.digital enables the maximum scope feasible at the current point in time. We have interesting and exciting innovations and are really keen to present these in our showroom at Interzoo.digital. The trade fair's extensive supporting programme promises some inspiring dialogues. We're looking forward to plenty of variety, new and old contacts.



**Petfluencer marketing**

# “Still in its infancy”

Thomas Poschen is the founder and Managing Director of Petfluencer.com. The agency, founded in 2018, specialises in professional influencer marketing in the pet sector. Its aim is to bring companies and producers together with petfluencers. Interzoo Daily spoke to Thomas Poschen about the advantages of social media campaigns and the future of this form of advertising.

**Where do you see the advantages of petfluencer marketing? Thomas Poschen:**

Petfluencer marketing has the advantage of conveying the marketing message with the produced con-

appeal ideally to the target group and perfectly convey the advertising message. The enormous advantage of petfluencer marketing is that it mostly passes on content at a highly emotional level. This works

have to be budgets for advertising. Brands play a minor role for consumers in many cases, because they don't really exist externally - apart from a few exceptions. New paths are only being taken very slowly, if



Thomas Poschen ist Gründer und Geschäftsführer der Plattform Petfluencer.com. Foto: Petfluencer.com

Thomas Poschen is the founder and Managing Director of the platform Petfluencer.com.

tent. Because when someone looks at the contribution or watches the video, then they also notice the product. Since petfluencers that fit the brand and product are chosen, they

better with animals than with any other segment.

**How do you think advertising with petfluencers will develop further in the future?**

Petfluencer advertising is still in its infancy. Both on the part of companies and petfluencers themselves. Where the camera only focuses on snacks, feed and accessories now, in the future reach and professionalism will grow. Petfluencers also drive cars or ride e-bikes, buy food and need outdoor clothing. Unfortunately, companies in the pet sector are still old school in many cases, rely on key accounts, catalogues and campaign orders sent by fax. Many of them still do not know about social media, or that there

at all. Many petfluencers are also not really professionally positioned. There are no media kits, no professional equipment, the simplest communications possibilities, budget and project planning are missing. But we're on the right track, and we help both sides to meet each other more easily so they can work together.

**Do you own pets yourself?**

Yes, for many years. Starting with a budgie, then a cat, dog and cat - now currently only a dog. Our Hope is a nine-year old rescue lady from Montenegro. She was rescued under adventurous circumstances and it's 100 percent down to her that Petfluencer.com now exists.

**Petfluencer-Marketing**

# „Steckt noch in den Kinderschuhen“

Thomas Poschen ist Gründer und Geschäftsführer von Petfluencer.com. Die 2018 gegründete Agentur hat sich auf professionelles Influencer-Marketing in der Heimtierbranche spezialisiert. Ziel ist es, Unternehmen und Hersteller mit Petfluencern zusammenzubringen. Interzoo Daily sprach mit Thomas Poschen über die Vorteile von Social-Media-Kampagnen und die Zukunft dieser Werbeform.

**Worin sehen Sie die Vorteile des Petfluencer-Marketings? Thomas Poschen:**

Petfluencer-Marketing hat den Vorteil, dass es die Marketingbotschaft mit dem produzierten Content (= Inhalt, Anmerkung der Redaktion) transportiert. Denn wenn sich jemand den Beitrag oder das Video anschaut, dann fällt demjenigen das Produkt auch auf. Da Petfluencer passend zur Marke und zum Produkt ausgewählt werden, sprechen sie ideal die Zielgruppe an und transportieren perfekt die Werbebotschaft. Der enorme Vorteil von Petfluencer-Marketing ist, dass meist auf einer sehr emotionalen Ebene Content weitergegeben wird. Das funktioniert in keinem anderen Segment so gut wie mit Tieren.

Heimtierbranche sind leider immer noch vielfach oldschool, setzen auf Key Accounts, Kataloge und Aktionsbestellungen per Fax. Social Media ist vielen noch unbekannt, ebenso, dass es Budgets für Werbung geben muss. Brands (=Marken, Anmerkung der Redaktion) spielen in vielen Fällen beim Konsumenten eine untergeordnete Rolle, weil es diese nach außen nicht so wirklich gibt - bis auf wenige Ausnahmen. Neue Wege werden erst sehr langsam angenommen, wenn überhaupt. Viele Petfluencer sind auch noch nicht wirklich professionell aufgestellt, es fehlt an Mediakits, professioneller Ausrüstung, einfachsten Kommunikationsmöglichkeiten, Budget- und Projektplanung. Aber wir sind auf dem richtigen Weg und wir helfen, dass beide Seiten einfacher aufeinandertreffen und zusammenarbeiten können.

**Wie denken Sie, wird sich die Werbung mit Petfluencern in Zukunft weiterentwickeln?**

Petfluencer-Werbung steckt immer noch in den Kinderschuhen. Sowohl auf der Seite der Unternehmen als auch bei den Petfluencern selbst. Wo jetzt nur Snacks, Futter und Accessoires in die Kamera gehalten werden, wird sich in Zukunft die Reichweite und Professionalität erhöhen. Auch Petfluencer fahren ein Auto oder E-Bike, kaufen Essen und benötigen Outdoorkleidung. Unternehmen in der

**Sind Sie selbst Heimtierbesitzer?**

Ja, seit vielen Jahren: gestartet mit dem Wellensittich, über Katze, Hund und Katze - nun aktuell nur Hund. Unsere Hope ist eine neunjährige Rescue-Dame aus Montenegro. Sie wurde unter abenteuerlichen Umständen gerettet und ist zu 100 Prozent dafür verantwortlich, dass es jetzt Petfluencer.com gibt.

**What are petfluencers?**

Petfluencers are pets that present themselves on various social media channels with the help of their owners. They usually have their own profile and express themselves on the most varied topics. They often market products. Most petfluencers are cats and dogs, but there are also birds, rabbits, hedgehogs and other pets in this role.

**Was sind Petfluencer?**

Petfluencer sind Heimtiere, die sich mit Hilfe ihrer Besitzer in verschiedenen sozialen Medien präsentieren. Sie besitzen in der Regel ein eigenes Profil und äußern sich zu unterschiedlichsten Themen. Oft werden über sie Produkte vermarktet. Das Gros der Petfluencer sind Hunde und Katzen; es gibt aber auch Vögel, Kaninchen, Igel und weitere Heimtiere in dieser Funktion.



## Interview with Executive Coach Peter Holzer

# “There's no courage or decisiveness”

Peter Holzer writes books about business management and coaches business owners and managers. He views modern management methods as flashes in the pan that quickly vanish again. Instead, Holzer backs strong leaders who have understood it is not about those who lead, but about those who are led. He will be speaking about digitisation at Interzoo.digital.

**During Interzoo.digital you will be giving a presentation titled “The effects of digitisation on corporate culture, management and communication”. What can your listeners expect there?**

### Peter Holzer:

Today's world is unbelievably hectic, the zeitgeist is neurotic and irritable. I make efforts not to follow this zeitgeist, but try to shape it in places instead. In my presentation I'll be focusing on what's really important. In my view, this involves three things. First, peaceful coexistence. If we're all at each other's throats, nothing will be achieved. And fighting is not just going on in society, but also in companies, such as between departments. The second is reflecting on fundamental principles. Although there are now many new management methods, for me these are flashes in the pan, which appear suddenly and then vanish again. In human history, there were not any management instruments like this at all for a long time. What is primarily decisive is principles

and the inner attitude. And third, I would like to go into the topic of common sense and leave out all the blah-blah.

**Without pre-empting too much, which core effects does digitisation have on corporate culture?**

I think a lot much more will change, which we have only noticed in a piecemeal form so far. Established tankers and their business models have sprung a leak. It'll be a slow death, of business models and also jobs. Companies and people have only two possibilities. Either they stay on the sinking ship and try to make it to retirement. Outcome uncertain. The alternative is that we jump overboard, into the deep end, and try to find something new. Which is why we have to learn to learn. Also, everyone often does their own thing in companies. Instead of cooperating, many people have their own hidden agendas. But we want real teams without hidden agendas where we manage to work well together. This was already diffi-

cult when we continuously saw each other in person. When working together virtually, the ability to cooperate is even more challenging. Therefore, according to my thesis, we will experience a renaissance in management. Instead of more self-organisation, we need strong modern leaders, who have understood it's not about those who are leading but about those who are led.

**From your professional experience, is the issue of digitisation being dealt with properly in German boardrooms? Where would you like to see changes?**

There are constant public complaints that Germany is falling behind and everything is so bad. There is definitely plenty to criticise, but we've managed to survive so far. Every company has more or less made progress here. The general rule is: digitisation is change. So the question is, how well can we deal with change? What this means for all managers is, how can I make sure my business survives and - I believe this is important - what con-

tribution are we making to improve the quality of life? This means sensible business models, which don't just produce scrap and waste, but also contribute to us being able to continue living on this planet. But the courage and decisiveness to do this are often lacking.

**Which mistakes are made in companies in digitisation? And what are the consequences?**

I once sat in a company when the management crew proudly told me they were now investing in iPads so every employee had a tablet. Although you can understand something like that to be digitisation, from a corporate point of view it's not what it's all about. A company is only interested in two things. How it can become more efficient and how it can find new business models. iPads only provide limited help here. The question is, why do so many changes fail? In my view, this is down to day-to-day business. Frequently, something gets started, but then isn't brought to an end. Because day-to-day business is so ur-

gent and extensive that you just don't get round to it. In addition, sometimes you also need a bit more patience. We should give new ideas more time to prove themselves. Just because something doesn't get going after a hundred days, doesn't mean it's bad.

**Digitisation is also all in the head. Employees have to engage with new ideas. How can managing directors and other managers support this process?**

There are good and bad leaders, in the same way there are good and bad employees. Bad employees switch off and make no demands of their own work. Associated with this, I often see passivity and deference to authority. Many of them are scared of making mistakes. Bad leaders may preach a no-blame culture, but penalise if mistakes are made. Many of them are also complacent. Actually, some sort of 'boot camp' is needed. Companies have to make up for the deficits in character-building and self-management is some people's lives. So the question is, how can I create the right working environment, so that employees can release their potential, can develop and willingly produce performance? This requires lived respect and trust above all, as well as courage and decisiveness. **dh**



Interview mit Unternehmer-Coach Peter Holzer

# „Es fehlen Mut und Entschlossenheit“

Peter Holzer schreibt Bücher über Unternehmensführung und coacht Unternehmer und Manager. Moderne Führungsmethoden sind für ihn Sternschnuppen, die schnell wieder verschwinden. Holzer setzt stattdessen auf starke Anführer, die verstanden haben: Es geht nicht um denjenigen, der führt. Sondern um die, die geführt werden. Auf der Interzoo.digital spricht er über Digitalisierung.

**Während der Interzoo.digital werden Sie einen Vortrag halten mit dem Titel „Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmenskultur, Führung und Kommunikation“. Was erwartet Ihre Zuhörer dort?**

**Peter Holzer:**

Die aktuelle Welt ist wahnsinnig hektisch, der Zeitgeist zunehmend neurotisch und gereizt. Ich gebe mir Mühe, diesem Zeitgeist nicht zu folgen, sondern versuche ihn hier und da zu gestalten. In meinem Vortrag fokussiere ich mich auf das, worauf es wirklich ankommt. Das sind aus meiner Sicht drei Dinge: erstens eine friedliche Koexistenz. Wenn wir uns alle in die Haare kriegen, wird das nichts mehr. Der Kampf findet ja nicht nur gesellschaftlich statt, sondern auch in den Unternehmen, etwa zwischen Abteilungen. Das zweite ist das Besin-

nen auf grundsätzliche Prinzipien. Zwar gibt es mittlerweile viele neue Führungsmethoden, aber das sind für mich Sternschnuppen, die plötzlich auftauchen und wieder verschwinden. In der Menschheitsgeschichte gab es lange Zeit überhaupt keine solchen Führungsinstrumente. Entscheidend sind vor allem Prinzipien und die innere Haltung. Und drittens möchte ich das Thema mit gesundem Menschenverstand angehen und das ganze Blabla weglassen.

**Ohne zu viel vorwegzunehmen: Welche Auswirkungen hat denn die Digitalisierung im Kern auf die Unternehmenskultur?**

Ich denke, es wird sich noch viel mehr ändern, als wir das bislang nur tröpfchenweise spüren. Etablierte Tanker und ihre Geschäftsmodelle sind leckgeschlagen. Es ist ein Sterben auf Zeit, von Geschäftsmodellen und auch Arbeitsplätzen. Unternehmen und Menschen haben nur zwei Möglichkeiten: Entweder sie bleiben auf dem sinkenden Schiff und versuchen es zur Rente zu schaffen. Ausgang ungewiss. Die Alternative ist, dass wir von Bord springen ins kalte Wasser und versuchen, etwas Neues zu finden. Deshalb müssen wir lernen zu lernen. Außerdem macht in den Unternehmen oft jeder sein eigenes Ding. Anstatt zu kooperieren haben viele ihre versteckte Agenda. Wir wollen aber echte Teams, ohne die versteckte Agenda, wo wir es schaffen, gut zusammenzuarbeiten.

Das war schon schwierig, als wir uns noch

physisch ständig gesehen haben. In der virtuellen Zusammenarbeit ist die Fähigkeit zur Zusammenarbeit noch viel herausfordernder. Daher, so meine These, werden wir eine Renaissance der Führung erleben. Statt mehr Selbstorganisation brauchen wir moderne, starke Anführer, die verstanden haben: Es geht nicht um denjenigen, der führt, sondern um die, die geführt werden.

**Aus Ihrer beruflichen Erfahrung: Wird das Thema Digitalisierung in deutschen Chef-Etagen angemessen bearbeitet? Wo wünschen Sie sich Änderungen?**

Es wird in der Öffentlichkeit ständig moniert, dass Deutschland den Anschluss verliere und alles so schlecht sei. Man kann sicherlich vieles kritisieren, aber wir haben trotzdem bis heute überlebt. Jedes Unternehmen ist dabei mehr oder weniger gut vorangekommen. Grundsätzlich gilt: Digitalisierung ist Veränderung. Die Frage ist also, wie gut wir mit Veränderungen umgehen können. Heißt für alle Führungskräfte: Wie Sorge ich dafür, dass mein Laden überlebt und - das halte ich für wichtig - welchen Beitrag leisten wir, damit die Lebensqualität steigt. Das heißt, sinnvolle Geschäftsmodelle, die nicht nur Schrott und Müll produzieren, sondern dazu beitragen, dass wir auf diesem Planeten auch weiter leben können. Dafür fehlen aber häufig Mut und Entschlossenheit.

**Welche Fehler werden bei der Digitalisierung in Unternehmen gemacht? Mit welchen Konsequenzen?**

Ich saß einmal bei einem Unternehmen, als die Führungscrew mir ganz stolz erzählte, dass sie jetzt in iPads investiere, damit jeder Mitarbeiter ein Tablet hat. So etwas kann man zwar unter Digitalisierung fassen, aber es ist aus Unternehmenssicht nicht das, worum es geht. Ein Unternehmen interessieren nur zwei Dinge: Wie es effizienter werden kann oder wie es neue Geschäftsmodelle finden kann. Dabei helfen iPads nur bedingt. Die Frage ist, warum viele Veränderungen scheitern. Aus meiner Sicht liegt das am Tagesgeschäft. Häufig wird etwas angefangen, aber dann leider nicht zu Ende geführt, weil das Tagesgeschäft so dringend und umfangreich ist, dass man schlichtweg einfach nicht dazu kommt. Außerdem braucht man manchmal auch etwas mehr Geduld. Wir sollten neuen Ideen mehr Zeit geben, sich zu bewähren. Nur weil etwas nach einhundert Tagen nicht durchstartet, muss es nicht schlecht sein.

**Digitalisierung ist auch Kopfsache, die Mitarbeiter müssen sich auf das Neue einlassen. Wie können Geschäftsführer und andere Führungskräfte diesen Prozess unterstützen?**

Es gibt gute und schlechte Anführer, genauso wie gute und schlechte Mitarbeiter. Schlechte Mitarbeiter schalten den Kopf aus und haben keine Ansprüche an die eigene Arbeit. Damit verbunden beobachte ich häufig Passivität und Obergkeitshörigkeit. Viele haben auch Angst, Fehler zu machen. Schlechte Anführer predigen zwar eine Fehlerkultur, sanktionieren aber, wenn einer passiert. Viele sind außerdem selbstzufrieden. Eigentlich ist eine Art ‚Bootcamp‘ gefragt (Anmerkung der Redaktion: eine Art Trainingslager). Das was an Charakterbildung und Selbstführung in manchem Lebensweg gefehlt hat, müssen die Unternehmen nachholen. Die Frage ist also, wie ich das richtige Arbeitsumfeld schaffen kann, damit die Mitarbeiter ihre Potenziale freisetzen, sich entfalten können und gerne Leistung bringen. Dazu braucht es vor allem gelebten Respekt und Vertrauen sowie Mut und Entschlossenheit. **dh**



## Hansgrohe discovers the pet sector

# Shower experience for dogs and owners

When strolling through the exhibitor area one company name attracted attention. Most people know it but don't link it with the pet sector: Hansgrohe. The bathroom fittings and shower specialist from the Black Forest has developed a special shower for dogs.



The new shower for dogs is fittingly called Dogshower, and emerged from the global player's Innovation Department in 2020. It will be available internationally from October. About 15 employees worked on the idea until it was ready for market, together with vets, animal psychologists, dog groomers and owners.

Previous alternatives and conventional showers had not provided an adequate answer to the problems identified, says the company. "For both owners and dogs, showering is an ordeal that tests an otherwise harmonious relationship," says Manuela Uhl, Product Management Showers at Hansgrohe. In addition, analyses had shown that shampoo residues in the coat can often lead to skin irritation in our four-legged friends. "With the Dogshower we have succeeded in revolutionising dog showering, and with technical details, special dimples and a user-friendly design we have really improved the shower experience for people and dogs," says Uhl.

The Dogshower is simply screwed onto the shower hose and can then be easily used with one hand thanks to its ergonomic shape. It has three types of jet which can be set on the shower head, according to the manufacturer - the cleaning paw jet,

the concentrated leg jet and the soft coat jet. Hansgrohe adds that the Water Boost button could change the water pressure as required. "If you release the button, because you have to hold your dog, for example, the pressure will drop automatically to avoid water splashes," explains the product manager.

With 70 silicon dimples - soft, long nozzles on the shower head - you can "stroke your dog clean" and grooming products will be removed from thick coats without leaving any residues. The provider says the target group is dog owners who are unsatisfied with previous solutions for grooming their four-legged friends and who appreciate high-quality, durable products in the bathroom. The Dogshower is available in four different surface colours: Pink, Black, White and Blue. All colours are matt and non-reflective to avoid the animal seeing itself and getting startled when showering. There is an optional quick connector to change the shower head.

The tap and shower specialist is entering the pet market for the first time with this innovation and sees it as an interesting area for the future. The company hopes to find plenty of retailers at the trade fair who will want to distribute the product.

## Hansgrohe entdeckt die Heimtierbranche

# Duscherlebnis für Halter und Hund

Beim Bummel durch den Aussteller-Bereich fällt ein Firmenname auf, den die meisten kennen, ihn aber nicht mit der Heimtierbranche in Verbindung bringen: Hansgrohe. Der Armaturen- und Brausenspezialist aus dem Schwarzwald hat eine spezielle Dusche für Hunde entwickelt.

Dogshower heißt die neue Hundedusche, die 2020 in der Innovationsabteilung des Global Players entstanden ist und ab Oktober international auf dem Markt verfügbar sein soll. Von der Idee bis zur Marktreife haben rund 15 Mitarbeiter gemeinsam mit Tierärzten, Tierpsychologen, Hundefrisören und -besitzern daran gearbeitet.

Bisherige Alternativen und gewöhnliche Duschen, so das Unternehmen, hätten keine adäquate Antwort auf die identifizierten Probleme geliefert. „Für Besitzerin oder Besitzer und den Hund ist

das Duschen gleichermaßen eine Zerreißprobe für die sonst harmonische Beziehung“, so Manuela Uhl, Produktmanagement Brausen bei Hansgrohe. Außerdem hätten Analysen gezeigt, dass Shampoo-Rückstände im Fell oft zu Hautirritationen bei den Vierbeinern führen können. „Mit der Dogshower ist es uns gelungen, die Hundedusche zu revolutionieren und mit technischen Details, speziellen Noppen und einem nutzerfreundlichen Design das Duscherlebnis für Mensch und Hund wirklich zu verbessern“, sagt Uhl.

Die Dogshower wird einfach auf den Duschschlauch geschraubt und kann dank ihrer ergonomischen Form und Leichtigkeit mit einer Hand bedient werden. Sie verfügt über drei Strahlarten, die laut Hersteller an der Brause eingestellt werden können: der säubernde Pfotenstrahl, der punktierte Beinstrahl und der weiche Fellstrahl. Mit der Water Boost-Taste könne der Wasserdruck je nach Bedarf verändert werden. „Lässt man die Taste los, weil man den Hund beispielsweise festhalten muss, reduziert sich der Druck

automatisch, um spritzendes Wasser zu vermeiden“, erläutert die Produktmanagerin.

Mit den 70 Silikonknoppen - das sind die langen, weichen Auslaufdüsen der Brause - könne man den Hund „sauber streicheln“ und im dichten Fell würden so Pflegeprodukte rückstandslos entfernt. Zielgruppe sind laut Anbieter Hundebesitzer, die mit den bisherigen Lösungen zur Pflege ihrer Vierbeiner unzufrieden sind und hochwertige Produkte mit langlebiger Qualität im Badezimmer schätzen. Die Dogshower ist in vier verschie-

Manuela Uhl, Product Management Showers, is responsible for marketing the new dog shower.

Fotos: Hansgrohe



Manuela Uhl, Produktmanagement Brausen, kümmert sich auch um die Vermarktung der neuen Hundedusche.

Fotos: Hansgrohe

denen Oberflächen erhältlich: Pink, Schwarz, Weiß und Blau. Alle Farben sind matt und nicht reflektierend, um zu vermeiden, dass sich das Tier bei der Dusche selbst sieht und erschrickt. Für ein Wechseln der Brausen gibt es eine Schnellkupplung, die optional im Lieferumfang enthalten ist.

Mit dieser Neuheit steigt der Sanitärspezialist erstmals in den Heimtiermarkt ein und sieht darin einen interessanten Innovationsbereich. Das Unternehmen hofft, auf der Messe viele Händler zu finden, die das Produkt vertreiben möchten.



• New products • Neue Produkte • New products • Neue Produkte •

**The right mix**

In "Beutestücke" ("Pieces in a Bag") Petman has developed a new BARF feed for dogs with sensitive stomachs and problems with allergies. The Pieces in a Bag are already mixed in the right proportions of meat and fruit/vegetables, according to the producer. After thawing, the

pieces of about 25 grams can be enriched with a mix of minerals or with oils. Available in the varieties Truthahnfest (Christmas Turkey), Hühnerhof (Chicken Run), Kaninchenbau (Rabbit Burrow), Lammtopf (Lamb Pot) and Hirschglück (Very Venison).



**Richtig gemischt**

Mit „Beutestücke“ hat Petman ein neues Barf-Futtermittel für magenempfindliche und allergiegeplagte Hunde entwickelt. Die Beutestücke sind, so der Hersteller, schon im richtigen Fleisch- und Obst-/Gemüse-Verhältnis

gemischt. Die rund 25 Gramm schweren Stücke können nach dem Auftauen mit einer Mineralstoffmischung oder mit Ölen veredelt werden. Erhältlich in den Sorten: Truthahnfest, Hühnerhof, Kaninchenbau, Lammtopf und Hirschglück.

**Cooked in its own juices**

The feed producer Platinum has now given its preparation procedure a name: Fleischsaftgarung (meat juice cooking). The method originates from top chefs. It cooks



fresh meat solely in its own juice for a long time at low temperatures. When doing so the well-known cooking technique of reduction is used. The result is a nutritious, melt-in-the-mouth and easily digested feed.

**Im eigenen Saft gegart**

Der Futtermittelhersteller Platinum hat seinem Zubereitungsverfahren nun einen Namen gegeben: Fleischsaftgarung. Die Methode stamme von Spitzen-



köchen. Dabei werde Frischfleisch nur im eigenen Fleischsaft bei

Niedrigtemperatur lange gegart. Dazu komme die bekannte Kochtechnik des Reduzierens. Das Ergebnis sei ein nährstoffreiches, kaubar-weiches und hochverdauliches Futter.

**Just like a prey animal**

Pernaturam has launched a cereals-free canned meat for cats that is just like a prey animal. The recipe, consisting of muscle meat, innards, bones, blood and fat, enriched with 10 per cent vegetables, is based on natural

nutrition, states the company. The provider says that thanks to the addition of Katlement (a feed supplement containing green lip mussels extract, algae, sunflower lecithin and brewer's

yeast) there is no need for synthetic additives. According to the producer, the meat comes from livestock farming appropriate to the species.



Fleisch stammt laut Hersteller aus artgerechter Tierhaltung.

**Publisher's Imprint - Impressum**

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

**Art director / Objektleitung:** Fabrice Weber, Phone/Telefon: 0049 (0) 7272 / 92 75 14, E-Mail: anzeigen@zza-online.de

**Advertisement / Anzeigen:** Cindy Ivanovic, Phone/Telefon: 0049 (0) 7272 / 92 75 18, E-Mail: medienberatung@zza-online.de

**Translations / Übersetzung:** Kern AG Wiesbaden

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 magazin / Produziert von zza - das Fachmagazin für die Heimtierbranche



**Beutetier als Vorbild**

Pernaturam hat nach dem Vorbild eines Beutetieres eine getreidefreie Fleischdose für Katzen auf den Markt gebracht. Die Rezeptur aus Muskelfleisch, Innereien, Knochen, Blut und Fett, angereichert mit zehn Prozent Gemüse sei in Anlehnung an eine natürliche Ernährung entwickelt worden. Auf synthetische Zusatzstoffe, so der

Anbieter, kann durch die Supplementierung mit Katlement (ein Ergänzungsfuttermittel mit Grünlippmuschel-extrakt, Algen, Sonnenblumenlecithin und Bierhefe) verzichtet werden. Das

**Plenty of innovations**

The Hugro product line Terra Hugro offers a broad selection of dried flowers, leaves and herbs for terra-

rium animals. In Bird Care Hugro there are nine high-quality complete feeds as well as nine straight feed varieties for birds - developed

by Hugro Managing Director Günter Leugers, who has been actively involved in breeding and judging birds for more than 55 years. The

new favourite snacks for small animals come in three different varieties. The Knabber-Hörnchen cone nibbles are also available in three

different varieties. Two varieties of Chips Mix complete the range, which currently consists of almost 350 products.

**Viel Neues**

Die Hugro-Produktlinie Terra Hugro bietet eine breite Auswahl getrockneter Blüten, Blätter und Kräuter für Terrarientiere an. Mit Bird Care Hugro gibt es neun hochwertige Alleinfuttermittel sowie neun Einzelfuttersorten für Vögel - entwickelt von Hugro-Geschäftsführer Günter Leugers, der



seit über 55 Jahren in der Vogelzucht und als Vogelpreisrichter weltweit aktiv ist. Die neuen Lieblings-Snacks für Kleintiere gibt es in drei verschiedenen Sorten. Die Knabber-Hörnchen sind ebenfalls in drei verschiedenen Sorten erhältlich. Zwei Sorten Chips Mix komplettieren das aktuell fast 350 Produkte umfassende Sortiment.

## • New products • Neue Produkte • New products • Neue Produkte •

### Feel-good atmosphere

Rabbit Comfort from Beaphar is a pheromone product intended to create a feel-good atmosphere for rabbits. The product is available as a vaporiser with a flacon for use in the home, for example, when sett-

ling into a new house, socialisation with other or new rabbits or to pro-



vide support during house training. The flacon can be replaced by a refill flacon. The feel-good spray that is also available is intended for trips to the vet, use during travel or other transports, according to the provider.

### Mit Kräutern und Beeren

Neu im Gimcat-Sortiment sind auch die Soft & Crunchy Snacks mit verschiedenen Proteinquellen, kombiniert mit Kräutern und Beeren. Es gibt sie in verschiedenen, kleinen Formen als Abwechslung und Belohnung für Katzen aller Altersklassen.



### Wohlfühl-Atmosphäre

Rabbit Comfort von Beaphar ist ein Pheromon-Produkt, das helfen soll, eine Wohlfühlatmosphäre für Kaninchen zu schaffen. Erhältlich ist das Mittel als Verdampfer mit Flakon für den Einsatz in der Wohnung, zum Bei-

spiel bei der Eingewöhnung in ein neues Zuhause, bei der Vergesellschaftung mit anderen oder

neuen Kaninchen oder als Unterstützung beim Stubenreinheitstraining. Der Flakon kann durch einen Nachfüll-Flakon ersetzt werden. Das ebenfalls erhältliche Wohlfühl-Spray ist laut Anbieter für Tierarztbesuche, für den Einsatz auf Reisen oder andere Transporte gedacht.

### With herbs and berries

New in the Gimcat range are also Soft & Crunchy Snacks from a variety of protein sources, combined with herbs and berries. They come in different small shapes as a change and treat for cats in all age groups.



### Extra storage space

The Highline 600 model will be added to the Premium aquarium line from Oase from autumn 2021. According to the manufacturer, it is the largest model in the Highline product range so far. Oase states that the Opti-White glass provided as standard will give a perfect view of

the underwater world. The extendable cabinet with push-to-open function unites a handle-free design with practicality. Thanks to the pull-out cabinet extra space is available, for ex-

ample, to enable quick access to fish feed and water purifier.



### Mit Lachs und Lachsöl

Josera präsentiert zwei neue Trockenfutter für den Hund. Fiesta Plus mit Geflügel und Lachs sind braune und rote Kroketten, die durch Zugabe von Wasser zu einem Soßen-Menü werden. Se-

nior Plus für ältere Hunde enthält Lachsöl, das die wertvollen Omega-3-Fettsäuren DHA und EPA liefert.



### With salmon and salmon oil

Josera is presenting two new varieties of dried food for dogs. Fiesta Plus, with poultry and salmon, is made up of brown and red croquettes that become a sauce meal when water is added. Senior Plus for older dogs contains salmon oil, which provides the nutritious Omega-3

fatty acids DHA and EPA. Both products are available in 15-kilogram and 900-gram containers as well as in packages of five 900-gram boxes.

### Zusätzlicher Stauraum

Die Premium-Aquarielinie von Oase soll ab Herbst 2021 um das Modell Highline 600 ergänzt werden. Es ist laut Hersteller das bislang größte Modell der Highline-Produktreihe. Das Opti-White Glas

sorgt, so Oase, serienmäßig für die perfekte Sicht auf die Unterwasserwelt. Der ausziehbare Schrank mit Push-to-open Funktion verbindet griffloses Design mit Praktikabilität. Dank des Apo-

thekerschrankes ist zusätzlicher Stauraum verfügbar, um etwa auf Fischfutter und Wasseraufbereiter schnell zugreifen zu können.

### New size

The company Essential Foods is launching its product "Mobility Blend" in a new packaging size at Interzoo.digital. The food supplement from the British-Danish company now comes in a 500-millilitre



bottle and can be given to dogs daily, according to the producer's statements. Further information about the product and company is available on the digital Essential Foods stand.

### Neue Größe

Die Firma Essential Foods bringt auf der Interzoo.digital ihr Produkt „Mobility Blend“ in einer neuen Verpackungsgröße an den Start. Die Nahrungsergänzung des britisch-dänischen Unternehmens gibt es nun als 500 Millili-

ter-Flasche und kann laut Herstellerangaben Hunden täglich verabreicht werden. Weitere Informationen zu Produkt und Unternehmen sind am digitalen Essential Foods-Stand erhältlich.

### Schneller Fellwechsel

Die Anti-Moulting-Paste von Büngener Pet Health wurde speziell für Hunde und Katzen entwickelt. Wichtige Inhaltsstoffe wie DL-Methionin und Biotin sollen den Fellwechsel verkürzen und ein Dauerhaaren vermeiden. Ungesättigte Fettsäuren sind laut Hersteller gut für das Aussehen und die Gesundheit von Haar und Haut.



### Quick coat change

Anti-Moulting-Paste from Büngener Pet Health has been specially developed for cats and dogs. Important ingredients such as DL-methionine

and biotin will shorten the time it takes to change the coat and avoid long-term shedding. According to the producer, unsaturated fatty acids are good for the appearance and health of hair and skin.



## Natürlich nachhaltig

Werner Tiernahrung präsentiert seine Neuheit „Natürlich Pfiffikus - der natürlichste Vogelknödel aus Insektenfett“ für die Ganzjahresfütterung von Wildvögeln. Durch den Einsatz von Fett aus Insektenlarven in dem neuartigen Vogelknödel schließt sich der natürliche Futterkreislauf für viele Wildvögel und sorgt für eine natürliche Nahrungsversorgung von wichtigen Fetten und Protei-

nen, so der Hersteller. Der neue Vogelknödel ist laut Anbieter nicht nur an das natürliche Futter der Vögel angelehnt, er sei auch deutlich umweltfreundlicher und ressourcenschonender als herkömmliche Produkte. Mit einer Einsparung von 340 Litern Wasser und 75 Prozent weniger Emissionen sei dieser Vogelknödel auch nachhaltig.

## Naturally sustainable

Werner Tiernahrung presents its innovation "Natürlich Pfiffikus - the most natural bird dumpling made of insect fat" to feed wild birds all year round.

This innovative bird dumpling completes the natural feed cycle for wild birds using fat from insect larvae, ensuring the natural provision of important fat and protein nutrients, states the producer. According to the provider, not only is the



new bird dumpling based on the natural feed of birds, it is also much more environmentally friendly and uses fewer resources than conventional products. By saving 340 litres of water and producing 75 per cent fewer emissions this bird dumpling is also sustainable.

## Natürliche Mischungen

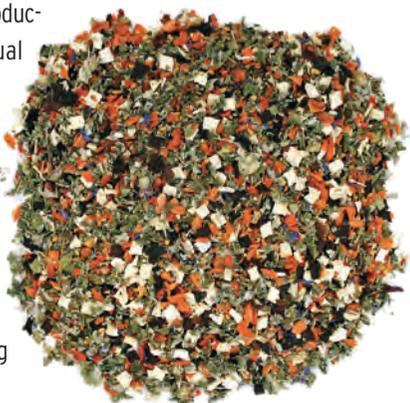
Kräuter Mix produziert seit 1919 luftgetrocknete Rohstoffe auf pflanzlicher Basis. Das Sortiment - Heilpflanzen, Küchenkräuter, Gemüse und Gewürze aus konventioneller oder kontrollierter Bio-Produktion - enthält einzelne Zutaten und Mischungen, die für eine ausgewogene Tierernährung wichtig sind. In Zusammenarbeit mit seinen internationalen Industrie- und Handelskunden entwick-

kelt das Unternehmen Pflanzenmischungen, die auf die Bedürfnisse von Heimtieren ausgelegt sind, die in großen Taschen, Säcken, kleinen Pappschachteln oder kleinen Behältern verpackt werden. Kräuter Mix ist ein registrierter Hersteller und Lieferant der Futtermittelindustrie und des Futtermittelhandels und verfügt über die relevante GMP + BI-Zertifizierung.

## Natural blends

Kräuter Mix has been producing air-dried, plant-based raw materials since 1919. Its wide assortment - medicinal plants, culinary herbs, vegetables and spices from conventional or controlled organic production - contains individual ingredients and blends that are important in a balanced diet for animals. In collaboration with its international industrial and trade customers, the company develops plant blends tailored to the needs of pets and livestock, which are packed in big

bags, sacks and cardboard boxes or small containers. Kräuter Mix is a registered manufacturer and supplier with the feed industry and trade, and holds the GMP+ BI certification.



## At the suggestion of specialist retailers

Bewital is expanding the Belcando range for dogs with new products, which have taken up suggestions from specialist retailers. This means in the future there will be new varieties with fresh horse meat, such as

in the dry feed recipe without cereals "Belcando Adult GF Horse". According to the provider, this meat variety is particularly suitable for sensitive dogs. Supplementing this is the new canned food in the Super

Premium Can with Horse and the Single Protein Can with Buffalo. The Junior range in stayfresh bags has been conceived for our young four-legged friends. The new variety "Belcando Classico Complete" is expanding the dry feed range by a good value recipe, states the provider.

## Auf Anregung des Fachhandels

Bewital erweitert das Belcando-Sortiment für Hunde um neue Produkte, die Anregungen der Fachhändler Rechnung tragen. So gibt es künftig neue Sorten mit frischem Pferdefleisch, wie in der Trockenfütterrezeptur ohne Getreide von „Belcando Adult GF Horse“. Diese Fleischsorte ist laut

Anbieter speziell für empfindliche Hunde geeignet. Passend dazu präsentieren sich das neue Nassfutter in der Super Premium-Dose mit Pferd und die Single Protein-Dose mit Büffel. Für junge Vierbeiner ist die Junior-Sorte im Frischebeutel gedacht. Mit der neuen Sorte „Belcando Classico Complete“ wird das Trockenfüttersortiment um eine preiswerte Rezeptur erweitert, so der Anbieter.



## Always on the lead

With "Doddle for dogs" from International Nonfood Trading (INT) dogs will always be on the lead. The automatic lead fixed to the collar is drawn back into the housing fixed on the collar as required. When it is

no longer needed, it automatically returns to the housing, according to the provider. According to the manufacturer's information "Doddle for dogs" is light, waterproof and pleasant to wear. The lead is a stable

belt with a hand strap and reflective elements. There is a D-ring that can be used to attach a longer lead, making it flexible and practical. Available for dogs that weigh up to 27 kilograms and up to 40 kilograms as well as a dog harness.



## Leine immer dabei

Mit „Doddle for dogs“ von International Nonfood Trading (INT) hat der Hund die Leine immer bei sich. Die am Halsband befestigte Automatikleine wird bei Bedarf aus dem am Halsband befestigten Gehäuse gezogen. Wird sie nicht mehr be-

nötigt, fährt sie laut Anbieter automatisch in das Gehäuse zurück. „Doddle for dogs“ ist nach Herstellerangaben leicht, was-

serfest und angenehm zu tragen. Die Leine ist ein stabiler Gurt mit Handschlaufe und reflektierenden Elementen. Ein D-Ring zum Anbringen einer längeren Leine macht sie flexibel und alltags-tauglich. Erhältlich für Hunde bis 27 Kilogramm und bis 40 Kilogramm sowie als Hundegeschirr.

## Looking forward to Interzoo 2022

It's not just Interzoo.digital that's coming. The preparations for Interzoo 2022 in Nuremberg have also begun. To get you in the mood for the physical event so many people are longing for, there is now a new Interzoo film on YouTube. It presents the most important facts, figures and data about the international highlight. Companies from around the world will present their innovations and services there - the meeting place of the pet sector. Go to the film here:

[www.youtube.com/watch?v=dri407Vnt4M](https://www.youtube.com/watch?v=dri407Vnt4M)

## Vorfreude auf die Interzoo 2022

Nicht nur die Interzoo.digital steht vor der Tür. Die Vorbereitungen zur Interzoo 2022 in Nürnberg sind ebenfalls angelaufen. Zur Einstimmung auf die physische, von vielen herbeigesehnte Veranstaltung gibt es jetzt den neuen Interzoo-Film auf Youtube. Er präsentiert die wichtigsten Daten, Zahlen und Fakten des internationalen Highlights. Firmen aus der ganzen Welt werden dort ihre Innovationen und Dienstleistungen vorstellen - der Treffpunkt der Heimtierbranche. Hier geht's zum Film:

[www.youtube.com/watch?v=dri407Vnt4M](https://www.youtube.com/watch?v=dri407Vnt4M)

