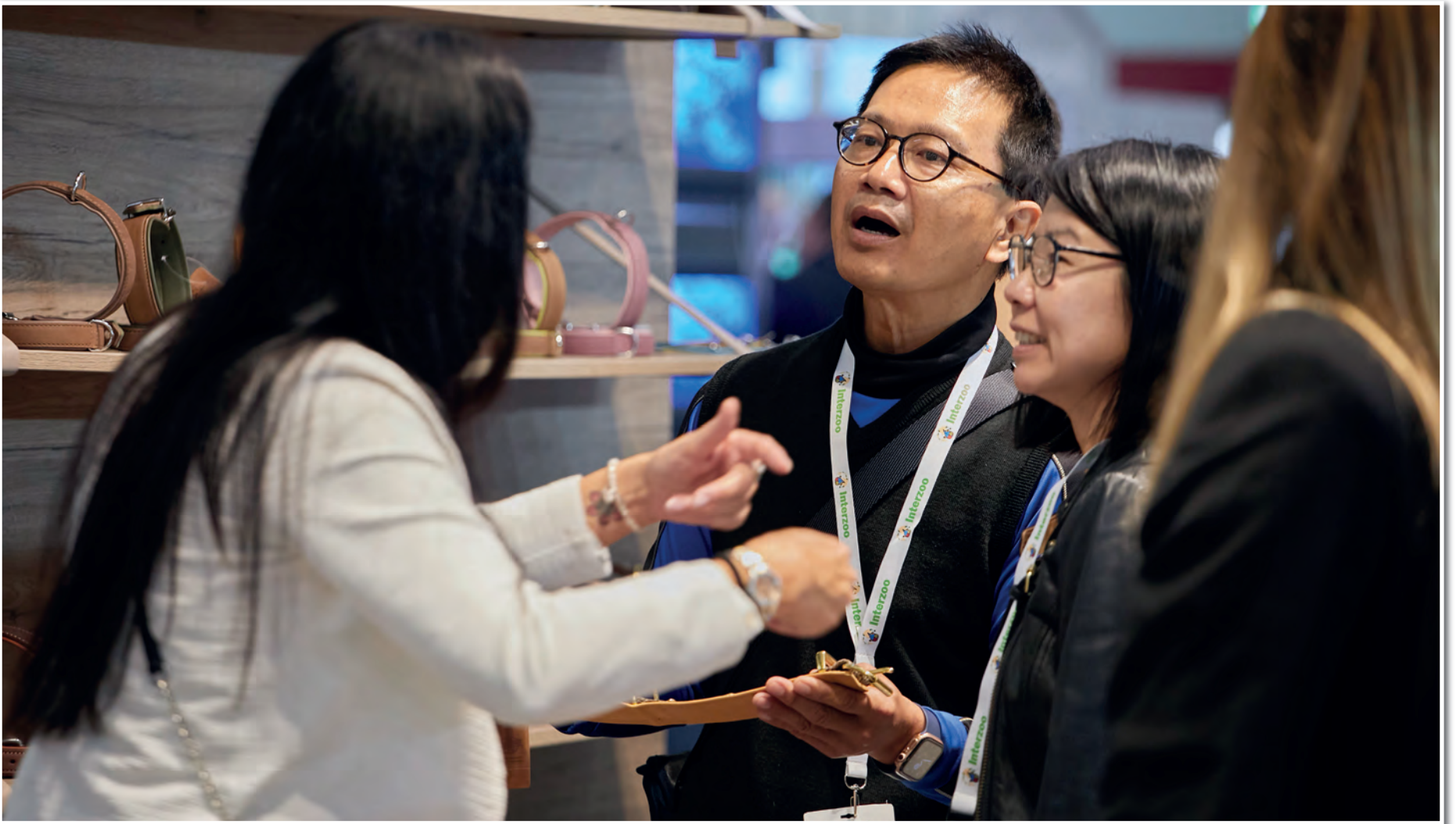




Interzoo Daily

Official Trade Fair Journal

Issue **3**
26 May 2022



Long may it continue!

We're halfway through Interzoo now and Interzoo Daily caught up with ZZF president Norbert Holthenrich to ask him how the first two days of the trade fair had gone. The ZZF is the Interzoo's concept developer and its subsidiary, Pet Industry Services (WZF), is the organiser of the premier international trade fair in Nuremberg.

Interzoo Daily
How would you describe the atmosphere at Interzoo up until now?
Norbert Holthenrich

The mood's a pretty optimistic one. I've only received positive feedback from any of the exhibitors I talked to. All of them are more
continued on page 2

So kann es weitergehen!

Interzoo-Halbzeit – die Interzoo Daily sprach mit dem ZZF-Präsidenten Norbert Holthenrich über die Stimmung während der ersten beiden Messtage. Der ZZF ist ideeller Träger der Interzoo; deren Tochter, die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF), Veranstalter der Nürnberger Weltleitmesse.

Interzoo Daily
Wie würden Sie die bisherige Stimmung auf der Interzoo beschreiben?
Norbert Holthenrich

Die Stimmung ist durchweg positiv. Von allen Ausstellern, mit denen ich gesprochen habe, ist die Stimmung
weiter auf Seite 2





Today at Interzoo

Heute auf der Interzoo

thursday
26 May

Time/Zeit	Event/Veranstaltung	Hall-booth/Halle-Stand
9.30 a.m. to 10 a.m.	Presentation „Scoopeasy - The way to do your dog's biz.“ with Yishay Gabrieli/Scoopeasy	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
9.30 bis 10 Uhr	Vortrag „Scoopeasy - The way to do your dog's biz.“ Mit Yishay Gabrieli/Scoopeasy	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
10 a.m. to 10.30 a.m.	Presentation „Overcoming the chicken-and-egg paradox with passion and perseverance“ with Eva Jarosova-Korte/Blepi	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
10 bis 10.30 Uhr	Vortrag „Overcoming the chicken-and-egg paradox with passion and perseverance“ mit Eva Jarosova-Korte/Blepi	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
10 a.m. to 11.30 a.m.	„Interzoo Country Session China“ with Alexander Schmitt/Alexander Schmitt Consulting	hall St. Petersburg, NCC Ost
10 bis 11.30 Uhr	„Interzoo Country Session China“ mit Alexander Schmitt/Alexander Schmitt Consulting	Saal St. Petersburg, NCC Ost
10.30 a.m. to 11 a.m.	Presentation „Empower people to create their own source of affordable and sustainable pet feed“ with Thomas Constant/Beobia	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
10.30 bis 11 Uhr	Vortrag „Empower people to create their own source of affordable and sustainable pet feed“ mit Thomas Constant/Beobia	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
11 a.m. to 12 p.m.	Grooming „Papillon“ with Karin Witthohn/„Natürlich Hund“	ZZF/WZF hall 4, booth 311
11 bis 12 Uhr:	Grooming „Papillon“ mit Karin Witthohn/„Natürlich Hund“	ZZF/WZF Halle 4, Stand 311
11.30 a.m. to 12 p.m.	Presentation „The future of dogfood: vegan dog nutrition - why not?“ with Carla Steffen/Vegdog	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
11.30 bis 12 Uhr	Vortrag „The future of dogfood: vegan dog nutrition - why not?“ mit Carla Steffen/Vegdog	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
12 p.m. to 12.30 p.m.	Presentation „Silkworm Protein Turning a By-product into Feed Innovation“ with Fabiola Neitzel/Prombyx	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
12 bis 12.30 Uhr	Vortrag „Silkworm Protein Turning a By-product into Feed Innovation“ mit Fabiola Neitzel/Prombyx	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
1.30 p.m. to 2 p.m.	Presentation „Scuff Paper“ with Gemma Connolly/Scoff Paper	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
13.30 bis 14 Uhr	Vortrag „Scuff Paper“ mit Gemma Connolly/Scoff Paper	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
2 p. m. to 2.30 p.m.	Presentation „Mit Trixie Ventures zum innovativen Erfolg“ with Burkhard Friedrichsen/Trixie Heimtierbedarf	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
14 bis 14.30 Uhr	Vortrag „Mit Trixie Ventures zum innovativen Erfolg“ mit Burkhard Friedrichsen/Trixie Heimtierbedarf	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
2 p.m. to 3.30 p.m.	„Interzoo Country Session USA“ with Alexander Schmitt/Alexander Schmitt Consulting	hall St. Petersburg, NCC Ost
14 bis 15.30 Uhr	„Interzoo Country Session USA“ mit Alexander Schmitt/Alexander Schmitt Consulting	Saal St. Petersburg, NCC Ost
2.30 p.m. to 3 p.m.	Presentation „Who let the dogs out!?“ with Sören Meissner/The Sustainable People	„Fresh Ideas Stage“ hall 11
14.30 bis 15 Uhr	Vortrag „Who let the dogs out!?“ mit Sören Meissner/The Sustainable People	„Fresh Ideas Stage“ Halle 11
3 p.m. to 4 p.m.	Grooming „Poodle“ with Ines Zirkelbach/„Hot-Dogz“	ZZF/WZF in hall 4, booth 311
15 bis 16 Uhr	Grooming „Pudel“ mit Ines Zirkelbach/Hunde-Salon „Hot-Dogz“	ZZF/WZF in Halle 4, Stand 311
3.30 p.m. to 4 p.m.	Presentation „Protenga“ with Leo Wein/Protenga	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
15.30 bis 16 Uhr	Vortrag „Protenga“ mit Leo Wein/Protenga	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
3.30 p.m. to 5 p.m.	„Vertical Garden feat. Aquascaping“ with Oliver Knott/Aquadesign & Consulting	ZZF/WZF hall 4, booth 311
15.30 bis 17 Uhr	„Vertical Garden feat. Aquascaping“ mit Oliver Knott/Aquadesign & Consulting	ZZF/WZF Halle 4, Stand 311
4 p.m. to 4.30 p.m.	Presentation „CBR Research“	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
16 bis 16.30 Uhr	Vortrag „CBR Research“	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
4.30 p.m. to 5 p.m.	Presentation „The green path of Zeoteca“ with Kirils Kirillovs/Zeoteca	„Fresh Ideas Stage“, hall 11
16.30 bis 17 Uhr	Vortrag „The green path of Zeoteca“ mit Kirils Kirillovs/Zeoteca	„Fresh Ideas Stage“, Halle 11
6 p. m.	Official Interzoo Party in the park of the trade fair or in the exhibition center in case of bad weather	
18 Uhr	Offizielle Interzoo Party im Messepark oder bei schlechtem Wetter im Messezentrum	

than satisfied and overjoyed to present their new products and services at an in-person event again at last. I'm particularly delighted that we've not just had a huge number of international visitors, but that lots of German pet shop retailers are also here.

You have a lot of PR events to attend, but you still had time to stroll around the trade fair?

Yes, I did actually. Yesterday, I used the morning to walk through the halls for my own pet shop and keep a lookout for any innovations. Equally, all the impressions I gained are sources of inspiration, for presentations in the shop as well. However, when I talked to suppliers, they were also concerned about delivery problems and shortages of materials. Lots of them are pulling out all the stops to find alternatives.

Have you been able to visit some of the startups?

Yesterday, I was in hall 11, the hub of young, innovative companies. For many of these startups, alongside smartphone apps, it's ingredients and preventative healthcare solutions that play a role. This reflects the lifestyles of tomorrow's

generation and will move our industry forwards.

How popular is the Interzoo app proving to be?

Apparently, the Interzoo app is being really used a lot. However, I can't tell you how frequently it's been downloaded. But I've really noticed lots of companies and visitors using it and not just as a practical way of showing their ticket.

During the trade fair itself, you don't publish anything about visitor numbers. Could you maybe give us some idea of the trend?

Conditions for this year's Interzoo were of course exceptional. We didn't know beforehand how many visitors would come to the event. Which is why we're pleasantly surprised by the number of visitors we've had so far. And, as I said at the beginning, we've not just had a lot of foreign visitors, but many from Germany too. We're really hoping that today (which is also a public holiday in Germany) lots more German retailers will come to Nuremberg. Long may it continue!

Fortsetzung von Seite 1

chen habe, bekam ich nur positives Feedback. Alle sind sehr zufrieden und überglücklich, endlich ihre Neuheiten einem interessierten Publikum live zeigen zu können. Was mich besonders erfreut ist, dass bislang nicht nur das internationale Besucheraufkommen beachtlich ist, sondern dass auch der deutsche Zoofachhandel sehr gut vertreten ist.

Sie haben viele repräsentative Termine - hatten Sie trotzdem schon Zeit, über die Messe zu laufen?

Ja, in der Tat. Ich konnte gestern den Vormittag nutzen, um für mein eigenes Zoofachgeschäft durch die Hallen zu gehen und nach Neuheiten Ausschau zu halten. Die vielen unterschiedlichen Eindrücke sind außerdem ein Quell der Inspiration, auch für Präsentationen im Geschäft. In

meinen Gesprächen mit den Lieferanten, war aber auch die Sorge über Lieferengpässe und Rohstoffmangel zu hören. Viele suchen jetzt mit Hochdruck nach Alternativen.

Konnten Sie auch schon einige der Start-ups besuchen?

Ich war gestern in Halle 11, dem Zentrum der jungen innovativen Firmen. Bei vielen dieser Start-ups spielen neben Smartphone-Anwendungen, die Inhaltsstoffe und Gesundheitsprävention eine Rolle. Das spiegelt die Lebenswelt der Generation von morgen und bringt unsere Branche voran.

Wie wird eigentlich die Interzoo-App angenommen?

Nach meinen Informationen wird die Interzoo-App sehr stark genutzt. Ich kann Ihnen allerdings nicht sagen, wie oft sie schon



The German Pet Trade & Industry Association (ZZF) has been representing the interests of the pet industry for 75 years. This was also a reason to celebrate at Interzoo. On Wednesday afternoon, the association invited people to its anniversary reception on its stand. Lots of members and friends seized the opportunity to chat with board members and staff and toast the anniversary.

Seit 75 Jahren bündelt der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) die Interessen der Heimtierbranche. Auch auf der Interzoo war das ein Grund zum Feiern: Der Verband hatte am Mittwochnachmittag zu einem Jubiläumsempfang an seinen Stand eingeladen. Viele Mitglieder und Freunde nutzten die Gelegenheit, um mit Vorstandsmitgliedern sowie Hauptamtlichen zu plaudern und auf das Jubiläum anzustoßen.

heruntergeladen wurde. Ich sehe aber, dass viele Firmen und Besucher damit arbeiten und sie nicht nur als praktische Eintrittskarte nutzen.

Sie geben während der Messedauer keine Besucherzahlen bekannt. Können Sie aber vielleicht doch einen kleinen Trend verraten?

Die Bedingungen für die diesjährige Interzoo waren natürlich besonders. Wir wussten im Vorfeld nicht, wie die Besucher die Messe annehmen würden. Deshalb sind wir vom bisherigen Besucheraufkommen positiv überrascht. Und wie eingangs gesagt, sind es nicht nur ausländische Besucher, sondern auch viele aus Deutschland. Wir hoffen sehr, dass am heutigen Messetag, der in Deutschland Feiertag ist, viele weitere deutsche Fachhändler den Weg nach Nürnberg finden. So kann es weitergehen.



Pass the baton

Pet Industry Services (WZF), as the organizer of Interzoo, received the symbolic baton from Messe Stuttgart and has now passed it on to Messe Dortmund, where the fair "Hund & Katz" will soon be taking place. The fact that the baton has already passed through the hands of many trade fair organizers is a good sign, according to WZF, because that means that trade fairs are taking place on site again. Exhibitors and visitors can meet face-to-face again and experience products with all their senses. The campaign is organized by the Association of the German Trade Fair Industry Auma.

Interzoo Daily-Redakteurin
Sabine Gierok im Gespräch
mit ZZF-Präsident
Norbert Holthenrich
Interzoo Daily editor
Sabine Gierok in conversation
with ZZF President
Norbert Holthenrich

Staffelstab übergeben

Die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) hat als Interzoo-Veranstalterin den symbolischen Staffelstab von der Messe Stuttgart bekommen und ihn nunmehr an die Messe Dortmund weitergegeben, wo bald die „Hund & Katz“ stattfindet. Dass der Stab bereits durch die Hände vieler Messerveranstalter gegangen ist, sei ein gutes Zeichen, so die WZF, denn das bedeute, dass Messen wieder vor Ort stattfinden. Aussteller und Besucher können sich wieder direkt begegnen und Produkte mit allen Sinnen erleben. Die Aktion wird organisiert vom Verband der Deutschen Messegewirtschaft Auma.

A global, but diverse market

The love of owners for their pets is one thing that pet markets the world over have in common. But because the industry's value chains are indisputably different, Interzoo organiser WZF arranged country sessions. Yesterday, Wednesday, a series of three talks focused on western Europe, Brazil and Scandinavia.

Rodrigo Albuquerque from Petland, a large pet store chain with a parent company in the US, presented the Brazilian market. The company's strategy is to turn independent pet shop owners into franchise partners. The company is setting up a whole animal-owner eco system throughout the country. By 2027, Petland aims to have 1,600 of its own shops in Brazil. He reported that 72

percent of pet shop owners on the market are still independent, with a few large companies and online businesses accounting for the rest.

And the Brazilian market is booming. Amanda Simões revealed that around 22 percent of dogs and 37 percent of cats in Brazilian households were purchased during the Covid-19 pandemic. Simões runs two pet shops in the South American country and also sells online successfully. She predicts that by 2026, demand for animal care products in Brazil will rise by 140 percent.

Another country session showed that the west European market is continuing to offer lots of opportunities. Aleksandras Bacevicius of Euromonitor International explained

how the market developed during the pandemic and how it's now doing during the conflict in Ukraine. He also said that the premium food sector had developed positively. However, he does say that the problem child for the next five years will remain the medium-priced segment. The analyst also reports an upswing in online sales during the pandemic. And he forecasted further growth in this market although products and services would change and adapt after the pandemic again.

Alexander Schmitt looked at imports and exports in west Europe. On a global scale, he explained that trade within the EU and EFTA nations was still very free, despite the

red tape and regulations involved. Compared with countries like China or the US, he reports virtually no restrictions, even for food or medicines. As a result, action can be taken quickly, easily and flexibly says Schmitt. But he also says that that's something that the UK really noticed following Brexit.

He also comments that the pandemic has made business in Europe more difficult. And the war in Ukraine doesn't just have problems that require urgent solutions now: "It's difficult to say what impact the war between the two countries will have," says Schmitt.

The third country session then turned its attentions to the north: Aleksandras Bacevicius provided a

report of the Scandinavian pet market. According to the Euromonitor analyst, this market is growing faster than in other European countries and proving to be very resistant to any crises. He believes that exceptional trends are the growing segment of premium products, as well as owners' tendencies to humanise their pets.

From Sweden, Cecilia Dannborg Wilson, chairperson of Swedish pet association Zoorf, reported that 40 percent of the pet market is now in the hands of chains. She explained that 16 percent of the country's sales are online and that the chains are investing vast sums of money in growing their online business.

Ein globaler Markt, viele Unterschiede

Die Heimtiermärkte auf der ganzen Welt haben zwar alle eins gemein: Sie werden angetrieben von der Liebe der Tierhalter zu ihren Tieren. Weil es aber in den Wertschöpfungsketten der Branche durchaus Unterschiede gibt, hat der Interzoo-Veranstalter WZF die Country-Sessions organisiert. Am gestrigen Mittwoch standen Westeuropa, Brasilien und Skandinavien in drei Vortragsreihen im Fokus.

Den brasilianischen Markt stellte Rodrigo Albuquerque von Petland vor, einer großen Zoofachhandelskette mit Mutterhaus in den USA. Die Strategie des Unternehmens besteht darin, unabhängige Zoofachhändler zu Franchise-Partnern zu machen. Das Unternehmen installiert im ganzen Land ein Ökosystem rund um das Tier und dessen Halter. Bis 2027 will Petland 1.600 eigene Läden in Brasilien betreiben. Noch gebe es 72 Prozent unabhängige Zoofachhändler am Markt, den Rest teilen sich einige große Unternehmen und der E-Commerce-Bereich, so Albuquerque.

Und der brasilianische Markt wächst massiv: Amanda Simões zeigte auf, dass rund 22 Prozent der Hunde und 37 Prozent der Katzen in brasilianischen Haushalten während

der Covid-19-Pandemie angeschafft wurden. Simões betreibt zwei Zoofachhandlungen in dem südamerikanischen Land und ist auch im E-Commerce-Bereich erfolgreich. Bis 2026 werde beispielsweise die Nachfrage nach Produkten zur Tierpflege in Brasilien um 140 Prozent steigen, prognostizierte die Unternehmerin.

Dass auch der westeuropäische Markt nach wie vor viele Möglichkeiten bietet, wurde in einer weiteren Country Session deutlich. Welche das sind, wie sich der Markt während Corona und aktuell in der Ukraine-Krise entwickelt hat, darüber berichtete Aleksandras Bacevicius von Euromonitor International. So habe sich etwa im Food-Bereich die Premiumpreisklasse positiv entwickelt. Sorgen-

kind bleibt – auch prognostisch für die kommenden fünf Jahre – der Bereich der mittelpreisigen Angebote, so der Analyst. Einen Aufschwung erlebte über die Pandemie hinweg der Bereich des E-Commerce. Auch hier werde sich der Markt weiterent-

wickeln, obgleich sich die Angebote nach der Pandemie erneut verändern und anpassen würden.

Der Im- und Export in Westeuropa war das Thema, dass von Alexander Schmitt genauer beleuchtet wurde. Der Handel innerhalb der EU und den EFTA-Ländern sei im weltweiten Vergleich trotz umfangreichen Dokumentationspflichten und Regularien sehr frei. Restriktionen – selbst im Handel mit Nahrungsmitteln oder Medikamenten – gebe es verglichen mit Ländern wie China oder auch den USA kaum. Entsprechend schnell, flexibel und unproblematisch könne hier gehandelt werden, so Schmitt. Großbritannien

habe das nach dem EU-Austritt deutlich zu spüren bekommen.

Erschwert wird laut Schmitt die Handelssituation in Europa durch die Pandemie. Und der Krieg in der Ukraine habe nicht nur akute Konsequenzen: „Welche Nachwirkungen der Krieg zwischen den beiden Ländern haben wird, ist noch schwer abzuschätzen“, so Schmitt.

Abschließend richtete die dritte Country Session einen Blick nach Norden: Aleksandras Bacevicius gab Einblicke in den skandinavischen Heimtiermarkt. Dieser Markt wachse schneller als in anderen Ländern Europas, so der Analyst von Euromonitor, und zeige sich sehr krisensicher. Herausstechende Trends seien das wachsende Segment der Premiumprodukte sowie die Neigung der Tierhalter zur Vermenschlichung ihrer Tiere.

Aus Schweden berichtete Cecilia Dannborg Wilson, Vorsitzende des schwedischen Heimtierversandes „Zoorf“, dass mittlerweile 40 Prozent des dortigen Heimtiermarktes von Ketten abgedeckt werden. 16 Prozent der Umsätze würden in dem Land über das Internet abgewickelt und die Ketten investierten große Summen in den Ausbau ihres E-Commerce-Geschäftes.

Amanda Simões



Animal lovers as brand ambassadors – petfluencers on trend

On Wednesday morning, around 70 people congregated at the Fresh Ideas Stage in hall 11 for the Interzoo Petfluencer Session. This is a subject that interests lots of people. Sammy, the campaign animal from Sammy's Roadtrip, sat with the audience and attracted a lot of attention.

Moderator Antje Schreiber, head of communications for Interzoo organiser WZF, announced that lots of startups would be presenting themselves on Thursday and Friday. And on Friday, a winner of the Fresh Ideas Contest would be chosen on the Fresh Ideas Stage.

Speaker Julia Karkalis from Tony the Petfluencer Agency, which has offices in Düsseldorf and Munich, talked about petfluencing. She also played a guessing game with the audience. As a result, they discovered that YouTube had been around since 2005. "The first video lasted 18 seconds and one of the founders posted it," said Karkalis. And what was it about? Animals of course! It was a report about elephants, filmed at the zoo. It's a similar story on Instagram. The first post on the popular social media platform, founded in 2010, showed a dog. "Product placements were also soon to follow," commented Karkalis. Companies realised that users weren't just interested in sweet-looking pets, but products were in demand that the animal petfluencers and their owners use.

Tony the Petfluencer Agency matches companies with suitable influencers and provides advice on how to organise campaigns. The agency

stands out for its creative strokes of genius that are often successful. Since it was founded three years ago, the petfluencer agency, which Julia Karkalis runs with her brother André, has already won seven awards for best influencer campaigns. "To be successful, you need to define clear objectives and tell a story. But petfluencers and brands need to be a good fit," said Karkalis.

Louis Metzger, online sales manager at Bosch Tiernahrung, demonstrated a best-practice example of a successful collaboration with Tony the Petfluencer Agency. The manufacturer uses a quirky cartoon style for its Sammy snack line. "We always focus on sustainability, high-quality food and regional suppliers," remarked Metzger. Sammy's Roadtrip will set out directly from the Interzoo exhibition centre on 1 June. Ten petfluencers will travel across Europe in the camper van with its comical livery. It'll be home to each of them for one week at a time. Cleverly, Bosch Tiernahrung will give the petfluencers special glasses that can film content round the clock to guarantee constant coverage.

Seen it yet? Sammy's Roadtrip's camper van will be parked throughout Interzoo in the Messe car park in front of hall 1.



Tierische Freunde als Markenbotschafter: Petfluencer sind im Trend

Rund 70 Zuhörerinnen und Zuhörer drängten sich am Mittwoch früh vor der Fresh Ideas Stage in Halle 11, denn angekündigt war die „Interzoo Petfluencer Session“. Ein Thema, für das sich viele interessieren. Mit unter den Zuschauern saß der lebensgroße Plüschhund Sammy, Kampagnentier von Sammys Roadtrip, der viele Blicke auf sich zog.

Moderatorin Antje Schreiber, Kommunikations-Chefin der Interzoo-Veranstalterin WZF, kündigte an, dass sich am Donnerstag und Freitag viele Startups auf der Bühne präsentieren und am Freitag bei einem Fresh Ideas Contest ein Sieger auf der Fresh Ideas Stage gekürt wird.

Rednerin Julia Karkalis von „Tony the Petfluencer Agency“ mit Büros in Düsseldorf und München sprach dann zum Thema „Petfluencing“. Sie hatte gleich ein paar Schätzfragen im Gepäck. So erfuhren die Zuhörer, dass es YouTube bereits seit 2005 gibt. „Das erste Video war 18 Sekunden lang und einer der Gründer hatte es gepostet“, sagte Karkalis. Um was es ging? Um Tiere! Die Aufnahme war im Zoo gemacht worden und berichtete von Elefanten. Ähnlich bei Instagram: Das erste Posting in der 2010 gegründeten, beliebten Social-Media-App zeigte einen Hund. „Schnell kamen dann auch Produktplatzierungen dazu“, so Karkalis. Die Unternehmen begriffen, dass sich die User nicht nur für die süßen Heimtiere interessierten, sondern zugleich Produkte gefragt waren, die „Petfluencer“ und ihre Halter nutzen.



Tony the Petfluencer Agency bringt Firmen mit den passenden Influencern zusammen und berät in der Kampagnen-Organisation. Dabei glänzt die Agentur mit kreativen Einfällen, die häufig zum Erfolg führen. Seit der Gründung vor drei Jahren hat die Petfluencer-Agentur, die Julia Karkalis gemeinsam mit ihrem Bruder André führt, bereits sieben Preise für beste Influencer-Kampagnen gewonnen. „Wichtig für den Erfolg ist es, klare Ziele zu definieren und eine Geschichte zu erzählen. Natürlich müssen Petfluencer und Marke zueinander passen“, meinte Karkalis.

Ein Best-Practice-Beispiel für gelungene Zusammenarbeit mit Tonys Petfluencer Agency zeigte dann Louis Metzger, Online Sales Manager bei Bosch Tiernahrung. Für die Snack-Linie Sammy setzt der Her-

steller im Design auf einen lustigen Cartoon-Stil. „Nachhaltigkeit, eine hochwertige Futterqualität und regionale Lieferanten sind Themen, auf die wir generell achten“, so Metzger. Direkt vom Interzoo-Gelände aus startet am 1. Juni „Sammys Roadtrip“: Zehn Petfluencer fahren mit dem witzig bedruckten Camper quer durch Europa – jeder von ihnen nennt das Mobil für eine Woche sein Zuhause. Der Clou: Bosch Tiernahrung stattet die Halter der Petfluencer mit speziellen Brillen aus, die rund um die Uhr Content filmen können und so eine stetige Berichterstattung garantieren.

Schon gesehen? Der Camper für Sammys Roadtrip steht während der gesamten Interzoo im Messepark vor Halle 1.



Key account manager Johanna Heinz demonstrates the photo booth.
Key Account-Managerin Johanna Heinz demonstriert die Fotobox.

Well-known manufacturers tempt people to hall 12

Seasoned Interzoo visitors (particularly those with pedometers) know that you can cover huge distances at trade fairs. The walk from entrance Ost to hall 12 could even set a new record in this respect. But as yesterday showed, that appears to be no deterrent. Various well known food manufacturers, one of which was Royal Canin, showcased their products in hall 12. However, customers who come to the stand won't just find information about products. Fun's also on the agenda with a photo booth that invites visitors to take a snapshot. "A lasting memory of this year's event," says Lisa Schulz, key account manager. She's come with a huge team and is delighted to welcome lots of customers again.

Namhafte Hersteller locken in Halle 12

Langjährige Interzoo-Besucher, insbesondere die mit Schritt-Tracker, wissen: Messewege können lang sein. Einer davon - von Eingang Ost bis zu Halle 12 - könnte in dieser Hinsicht sogar eine

neue Rekordmarke erzielen. Trotzdem scheint dies nicht abzuschrecken, wie der gestrige Tag zeigt. In Halle 12 präsentieren sich verschiedene namhafte Futtermittelhersteller, darunter Royal Canin. Kunden,

die sich dort am Stand einfinden, erhalten aber nicht nur Informationen zu den Produkten. Auch der Spaß kommt nicht zu kurz: Eine Fotobox lädt zu einem Schnappschuss ein. „Eine bleibende Erinnerung an die

diesjährige Messe“, sagt Lisa Schulz, Key Account-Managerin. Sie ist mit einem großen Team gekommen und freut sich, endlich wieder viele Kunden begrüßen zu dürfen.

Nurturing relationships and happiness

"Sustainability is part of Mera's DNA," says Felix Vos, CEO of the animal food manufacturer and the third generation of the family-run firm during the roundtable discussion on the stand. Its commitment has paid off too because Mera was chosen as the 2022 Sustainability Champion. German newspaper Die Welt commissioned market research company Service Value to ask 288,000 pet owners

about the issue. According to Mera, the consumer study surveyed 17 more companies in the pet food industry too: "Responsibility for the environment means taking responsibility for future generations. Which is why sustainability lies close to our hearts," explains Vos.

Martin Spengler, co-CEO, also comments that the company had increased its social activities as part

of the Mera tut Gutes (Mera does things) initiative. For instance, it finances the pro dogbo educational project in Benin. "Alongside sustainability, we want to nurture relationships and happiness in future," remarks Felix Vos. These aspects are also to become the company's focus. Initial ideas, particularly online projects, are currently being collected under the banner of Mera & Friends.

Beziehungen und Glück fördern

„Nachhaltigkeit liegt Mera als Familienunternehmen in der DNA“, sagt Felix Vos, Geschäftsführer des Futtermittelherstellers in dritter Generation, im Roundtable-Gespräch am Messestand. Ein Einsatz, der sich auszahlt, denn Mera wurde zum „Nachhaltigkeits-Champion 2022“ gewählt. Service Value hat im Auftrag der Zeitung „Die Welt“ 288.000 Tierhalter zu dem Thema befragt.

Laut Mera standen 17 weitere Unternehmen der Heimtierfutterbranche bei der Verbraucherstudie auf dem Prüfstand. „Verantwortung für die Umwelt bedeutet Verantwortung für die zukünftigen Generationen übernehmen. Deshalb ist Nachhaltigkeit unser Herzensprojekt“, so Voss. Außerdem habe das Unternehmen unter der Initiative „Mera tut Gutes“ seine sozialen Aktivitäten gebündelt, sagt Geschäftsführer Martin Spengler.

ler. Zum Beispiel wird damit das Bildungsprojekt „pro dogbo“ in Benin finanziert. „Nach der Nachhaltigkeit wollen wir künftig Beziehungen und Glück fördern“, kündigt Felix Vos. Das soll auch in den Mittelpunkt des Unternehmens gestellt werden. Erste Ideen - insbesondere Online-Projekte - werden derzeit unter dem Namen „Mera & Friends“ gesammelt.



Sustainability lies close to the hearts of the two Mera CEOs, Felix Vos (r.) and Martin Spengler. Für die Mera-Geschäftsführer Felix Voss (r) und Martin Spengler ist Nachhaltigkeit Herzenssache.

Entertaining aquascaping

The entertaining show by aquascaper Oliver Knott and Chris Lukhaup, shrimp expert, underwater photographer and entertainer, attracted an audience of about 50 to the stand belonging to the German Pet Trade & Industry Association (ZZF) in hall 4 on the first day of the trade fair. The two played a witty question-and-answer game in English. Oliver Knott added plants and rocks to an aquarium already filled with water and then placed houseplants like ferns and bromeliads above it in a vertical planting system. "This is a decorative way of making interiors greener and it creates its own eco system," commented Knott.

Once everything's set up, the plants won't require any watering because a pumping system will feed in water from the aquarium. Fish weren't yet in the aquarium during the demo, but would be improving the quality of the water with nitrate and phosphate through the food they ate. In turn, the plants extract these substances from the water. The result is a perfect balance in terms of the water cycle.

Lukhaup asked the experienced planner and aquascaper what it

would cost. "About 800 euros without the fish," guessed Knott. He went on to say that the above-water component, in other words the plants, accounted for most of the costs because 24 planted pots needed to be bought. He used specimens planted in potting soil during his demo, but hydroculture is also ideal for indoor plantscaping.

Since the start of the Covid-19 pandemic, the show at Interzoo was the first one for the Nuremberg-based aquascaper. Otherwise, Oliver Knott was something of a globetrotter beforehand throughout Europe, but also in the US and China.

Another show with Oliver Knott will feature today, Thursday, 26 May 2022 from 3.30 p.m. on the ZZF stand 311 in hall 4. This time, he'll be showing how aquarium plants can provide basil for pizzas or mint for cocktails.

To find out more about aquascaper Oliver Knott, click

www.oliverknott.com/

or visit his social media channels on Facebook or Instagram (@okisback).



Aquascaping mit Unterhaltungswert

Die unterhaltsame Show von Aquascaper Oliver Knott und Chris Lukhaup, Krabbenexperte, Unterwasserfotograf und Entertainer, hat am ersten Messtag rund 50 Zuschauer an den Stand des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe e.V. (ZZF) in Halle 4 gelockt. Die beiden lieferten sich in englischer Sprache ein witziges Frage-Antwort-Spiel, während Oliver Knott zunächst ein bereits mit Wasser gefülltes Aquarium mit Pflanzen und Steinen ausstattete und dann Zimmerpflanzen wie Farne und Bromelien darüber in ein vertikales Pflanzsystem einbaute. „Das ist eine dekorative Zimmerbegrünung und zugleich ein eigenes Ökosystem“, kommentierte Knott sein Arrangement.

Wenn alles eingerichtet ist, sollen die Pflanzen nach dem

Motto „Nie mehr gießen“ über ein Pumpsystem mit Wasser aus dem Aquarium versorgt werden. Fische waren bei der Vorführung zwar noch nicht im Aquarium unterwegs, würden aber durch ihr Futter das Wasser mit Nitrat und Phosphat anreichern. Die Pflanzen wiederum entziehen dem Wasser diese Stoffe. So findet sich für den Wasserkreislauf eine ideale Balance.

„Was würde das kosten?“, fragte Lukhaup den erfahrenen Planer und Einrichter von Aquarien. „Es wären rund 800 Euro ohne Fische“, schätzte Knott. Der Überwasser-Part, die Zimmerpflanzen also, seien dabei der größere Posten: Schließlich müsse man 24 Pflanztöpfe mit Inhalt kaufen. Er verwendete bei seiner Vorführung in Blumenerde gepflanzte Exemplare, aber auch das Pflanzen in einer Hydrokultur bietet sich für diese Art der Raumbegrünung an.

Seit Beginn der Corona-Pandemie war der Auftritt auf der Interzoo nun die erste Show für den Aquascapers aus Nürnberg. Vorher war Oliver Knott viel unterwegs - in Europa, aber auch in den USA und in China.

Eine weitere Show mit Oliver Knott geht am heutigen Donnerstag, 26. Mai 2022 ab 15.30 Uhr am ZZF-Stand 311 in Halle 4 über die Bühne. Diesmal wird er zeigen, wie die Aquarienbegrünung Basilikum für die Pizza oder Minze für den Cocktail liefert.

Infos über Aquascaper Oliver Knott finden sich unter www.oliverknott.com/ oder auf seinen Social-Media-Kanälen bei facebook oder instagram (@okisback)

Hungrig auf Messe

Nach den ersten beiden Tagen ziehen wir ein extrem gutes Fazit. Alle - Firmen wie Besucher - sind hungrig auf diese Messe. Die Interzoo war wirklich überfällig. Obwohl wir uns politisch gesehen ja in einer Krise befin-

den, sind unsere Besucher alle überaus positiv getimmt. Und alle bringen Zeit mit für Gespräche. Nach all den vielen Videokonferenzen schätzen die Menschen den persönlichen Austausch umso mehr.

Hungry for Interzoo

After the first two days, we're very pleased with how things are going. Everybody, companies and visitors, are hungry for this trade fair. It was high time for an in-person Interzoo. Although current politics are in crisis, our visitors are all in an optimistic mood. And everyone has got time to talk. After all those video conferences, people are embracing the opportunity to interact in person with others all the more.



Katharina Miklauz, Petco founder



Trade Show Impressions



Messe-Eindrücke

Messe-Impressionen



Trade Show Impressions

MIAU&WOOF

Halle 7a | Stand 236

MIAU&WOOF Professionelles Pflegesystem für Hundeliebhaber

Francisco de Assis Ferreira de Vasconcellos
Hundesalon Bornheim by Francisco „Bedlington Terrier“
TV Groomer HundKatzeMaus auf VOX

Q&A | Frage und Antworten zum Thema TÜV Rheinland
Qualifikation | Nele Hinrichsen und Anja Neubert
Dogingstation Francisegeber mit 4 Salons in Hamburg

Programm
Interzoo
2022
am
MIAU&WOOF
Stand

26.05.
14.00-16.00

27.05.
11.00-14.00

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

New branding

Grau Spezialtiernahrung is now called Grau Generation Pet. But it's not just the name that's new, the company has also announced a change in product branding. The new packaging features quirky line drawings, which differ according to product. What's more, the manufacturer reveals it has made the list of ingredients more transparent and summarised all key quality criteria. But Grau emphasises that there's no change to product quality because the animal's welfare comes first.

Hall 1, stand 216



Für eine flexible Fütterungsroutine

Der „Catit Pixi Smart“-Futterautomat von Hagen soll für eine flexible und unkomplizierte Fütterungsroutine sorgen. Der katzenförmige Futterautomat ermöglicht es, der Katze bis zu sechs Mahlzeiten pro Tag zu füttern. Dafür muss lediglich die Futter- schale mit den Trocken- oder

Nassfuttersorten beziehungsweise den Leckereien gefüllt werden. Der Futterautomat serviert die Mahlzeiten wie mit der kostenlosen „Catit Pixi“-App geplant. Zwei Kühlakkus helfen, das Futter frisch zu halten.

Halle 4 A, Stand 126

For flexible feeding routines

Hagen's Catit Pixi Smart automatic feeder aims to make the feeding routine flexible and easy. The cat-shaped automatic feeder gives the cat up to six meals a day. All pet owners need to do is fill the bowl with dry or wet food or treats. The automatic feeder serves the food as directed by the free "Catit Pixi"-app. Two cold packs help keep the food fresh.

Hall 4 A, stand 126



Neues Erscheinungsbild

Aus „Grau Spezialtiernahrung“ wurde „Grau Generation Pet“ – damit hat sich nicht nur der Firmenname geändert, sondern auch die Optik der Produkte, teilt das Unternehmen mit. Auf den

neuen Verpackungen finden sich gezeichnete „Wimmelbilder“, die sich je nach Produkt individuell unterscheiden. Außerdem hat der Hersteller nach eigenen Angaben die Zutatenliste transparenter

gestaltet und alle wichtigen Qualitätsmerkmale zusammengefasst. Was aber bleibt, so Grau, ist die Produktqualität, denn das Wohl des Tieres stehe an erster Stelle.

Halle 1, Stand 216

World-champion-style treats

North German food specialist Icepaw is adding to its range of snacks for dogs. Named after and co-developed by young Leonie Tetzner, a dog sledding world champion many times over, Leonies Treats are ideal rewards during training. Fortified with Arctic krill, all three varieties are rich in astaxanthin. According to the company, the antioxidant in krill is good for the immune system, stamina, and muscles. The treats come in 125 g packaging in a display of ten.

Hall 2, stand 628

Weltmeisterlich belohnen

Der norddeutsche Ernährungsspezialist Icepaw ergänzt sein Snack-Sortiment für Hunde. „Leonies Leckerlies“, benannt und mitentwickelt von der jungen mehrfachen Schlittenhundeweltmeisterin Leonie Tetzner, eignen sich zur Belohnung im Training. Angereichert mit arktischem Krill sind alle drei Varianten reich an Astaxanthin. Das im Krill enthaltene Antioxidant unterstützt vor allem Immunsystem, Ausdauer und Muskelleistung, so das Unternehmen. Erhältlich in der 125-Gramm-Packung im sortenreinen Zehner-Display.

Halle 2, Stand 628



Für Fellfreunde

Pro Pet Koller präsentiert mit „Joe & Pepper“ eine neue Futtermarke für Hunde, zu der er sogleich eine passende Story vermittelt: „Joe und Pepper heißen die Fellfreunde aus der Eifel, die zusammen durch die Wälder des Nationalparks Eifel streifen und spannende Abenteuer erleben.“ Gestartet wird mit fünf Produkten aus dem Nassfütterbereich. Orientiert an der na-

türlichen Ernährung und dem Verzicht auf künstliche Zutaten, bietet die Marke nach eigenen Angaben eine gesunde und ausgewogene Ernährung. Alle Produkte werden in der eigenen Produktionsstätte „Hofgut Eifel Land“ produziert. Regionale Zutaten und kurze Transportwege unterstreichen den Nachhaltigkeitsaspekt.

Halle 6, stand 206



Passgenaue Lösung

Josera stellt mit „Josera Help“ eine neue Veterinär-Linie vor. Mit wertvollen Inhaltsstoffen sowie in enger Zusammenarbeit mit Tierärzten, Ernährungsexperten und dem eigenen Labor, wurde

die neue Produktlinie für Hunde und Katzen entwickelt. Die Trockenfutter liefern passgenaue Lösungen bei gesundheitlichen Herausforderungen und hohen Ansprüchen, so der Hersteller.

Halle 1, Stand 336



Perfect solution

Josera's Josera Help is a new product line for vets. The new product line for dogs and cats is full of beneficial ingredients. It was developed following a collaboration with vets, nutrition experts and the company's own lab. The manufacturer explains that the dry food provides sophisticated solutions tailored to health problems.

Hall 1, stand 336

Food for furry friends

Pro Pet Koller's new food brand for dogs is called Joe & Pepper. And the company has the story to match: "Joe and Pepper are two furry friends who roam the forests of the Eifel National Park and have all sorts of exciting adventures together." On offer are five wet food products to start with. No artificial in-

gredients are used and the brand maintains that it offers a healthy and balanced diet. All products are made in the company's own Hofgut Eifel Land facility. Regional ingredients and short transportation routes cut the carbon footprint.

Halle 6, Stand 206

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



Multipurpose trimmer

Kerbl Pet is showcasing a multipurpose grooming device. The 4in1 Multitrimmer comes with four attachments for grooming fur and claws. For instance, it has shaver heads with 32, 20 and eight millimetre shaving widths, as well as an attachment for clipping claws. The device

is powered by a 2.4 volt battery, which can be recharged via a USB cable. Weighing just 120 g, the trimmer with its waterproof casing is easy to hold. The set also includes various attachment combs and a cleaning brush.

Hall 5, stand 308

Multifunktional

Kerbl Pet präsentiert eine multifunktionale Grooming-Maschine. Der „4in1 Multitrimmer“ ist mit vier verschiedenen Aufsätzen zur Fell- und Krallenpflege ausgestattet. Darunter befinden sich Scherköpfe mit 32, 20 und acht Millimeter Scherbreite sowie einem Aufsatz zum Krallenschleifen. Die Maschine wird

über einen 2,4 Volt Akku betrieben, welcher per USB-Kabel aufzuladen ist. Das Gehäuse des Trimmers ist wasserdicht und mit seinen nur 120 Gramm Gewicht liegt die Maschine leicht in der Hand. Im Set enthalten sind zudem diverse Aufsteckkämme sowie eine Reinigungsbürste.

Halle 5, Stand 308

Better immune systems

According to Canina Pharma, its Immun-Booster provides animals with easy-to-digest energy that's quickly available, a high concentration of vitamins and immunoglobulins. When animals are subjected to very stressful situations, such as giving birth, this paste is said to boost their bodies' own immune systems and speed up recovery. The manufacturer also

goes on to say that the lactic-acid-forming bacterium Enterococcus faecium ensures rapid colonisation of the intestine with lactobacilli. For puppies and kittens from the first day of life.

Hall 5, stand 120



Zur Stärkung

Der „Immun-Booster“ von Canina Pharma soll das Tier mit leicht verdaulicher, schnell verfügbarer Energie, Vitaminen in hoher Konzentration und Immunglobulinen versorgen. Besonders bei körperlichen Belastungen, wie zum Beispiel eine Geburt, unterstütze diese

Paste das körpereigene Abwehrsystem und die Erholungsphase der Tiere. Der milchsäurebildende Keim Enterococcus faecium sorgt, so der Anbieter, für die schnelle Besiedlung des Darms mit Lactobazillen. Für Welpen und Kitten ab dem ersten Lebenstag. Halle 5, Stand 120

A soothing effect

Ceva's latest innovation is called „Feliway Help!“ The starter set consists of a diffuser and pheromone cartridge. There's also a refill set with three more cartridges. The manufacturer says that the diffuser

works differently to other Feliway products. The cartridges contain a matrix that's impregnated with calming pheromones. Ceva explains that when placed in the diffuser, the cartridges heat up slightly, releasing

these natural chemicals into the air to keep cats relaxed. Ceva also comments that the product's designed for a brief period of use to help cats cope with temporarily stressful situations.

Hall 1, stand 339

Zum Wohlfühlen

„Feliway Help!“ heißt die neueste Innovation von Ceva. Das Start-Set besteht aus einem Verdampfer und einer Pheromonkartusche. Ergänzend gibt es das Nachfüllset mit drei Kartuschen. Der Verdampfer funktioniert, so der Hersteller, anders als die anderen Feliway-Produkte: Die Kar-

tuschen enthalten eine Matrix, die mit den Entspannungspheromonen imprägniert ist. Eingesetzt in den Verdampfer werden über ein leichtes Erwärmen der Kartusche die Entspannungsbotschaften in die Umgebungsluft abgegeben, erläutert Ceva die Funktionsweise. Es sei für den kurzfristigen Einsatz gedacht, um



Katzen in vorübergehenden Stress-Situationen zu unterstützen.

Halle 1, Stand 339

With horsemeat

Mamachris Petfood's „The Goodstuff“ brand is launching its Horse dry food. This is super-premium complete food for adult dogs of all breeds and sizes. According to the manufacturer, it's produced using

the freshly mixed method without grains, with lots of fresh horsemeat, regionally sourced fruit and vegetables, as well as omega-6 and

omega-3 fatty acids from natural sources like krill and thistle oil. Mamachris also points out that horsemeat is hypoallergenic, making it ideal for dogs with allergies.

Hall 7A, stand 215



Mit Pferdefleisch

Die Marke „The Goodstuff“ von Mamachris Petfood bringt mit der Einführung des Trockenfutters „Pferd“ ein Super-Premium Alleinfuttermittel für ausgewachsene Hunde aller Rassen und Größen heraus. Hergestellt

wird es nach der sogenannten Fresh-Mix-Methode ohne Getreide, mit viel frischem Pferdefleisch, regional verfügbarem Obst und

Gemüse sowie Omega-6- und Omega-3-Fettsäuren aus natürlichen Quellen wie Krill und Distelöl, so der Hersteller. Pferdefleisch ist laut Anbieter hypoallergen und damit für ernährungssensible Hunde geeignet.

Halle 7A, Stand 215

Typically Swedish

Bozita Single Protein is premium grain-free food with Swedish ingredients and only one type of animal protein. The manufacturer says that

the select ingredients and high meat content make it ideal for dogs with an intolerance to a particular animal protein or grains. The com-

plete food comes in a 400g can and in three flavours: elk, reindeer, and beef.

Hall 1, stand 206

Typisch schwedisch

„Bozita Single Protein“ ist ein getreidefreies Premiumnassfutter mit schwedischen Inhaltsstoffen und nur einer tierischen Proteinquelle. Durch die ausgewählten Zutaten und den hohen Fleischanteil ist es besonders für Hunde geeignet, die eine Unver-

träglichkeit gegen ein bestimmtes tierisches Protein oder gegen Getreide haben, so der Hersteller. Das Alleinfuttermittel ist in drei Geschmacksrichtungen - Elch, Rentier und Rind - in der 400-Gramm-Dose erhältlich.

Halle 1, Stand 206



Young companies introduce themselves • Junge Unternehmen stellen sich vor

A by-product used in petfood

"Global requirements for protein have been rising consistently for years. Which is why existing resources should be used efficiently," comments Fabiola Neitzel, CEO of Prom-

byx. The Giessen-based company was founded in 2021. It focuses on silkworm pupae, a high-quality source of protein for animal food producers. Neitzel explains that "Using silkworm

pupae for pet food solves several problems at once. But, to date, they've been a virtually neglected by-product of silk production."

She explains that the company had already developed and successfully trialed a recipe for hypoallergenic, wet dog food based on silkworms. And she adds that silkworm pupae are also nutritious for birds, fish and animals in terrariums.

Neitzel also points out that close liaison with suppliers in the countries of origin ensures consistent quality and production that's compliant with EU directives. Research and development underpin the firm's expertise in terms of analyses, processing and using silkworm products as food. Neitzel emphasises that "By using our products, animal food producers can make exceptionally sustainable, meat-free and hypoallergenic recipes."

Fabiola Neitzel will be presenting her version for sustainable sources of protein on the Fresh Ideas Stage in hall 11 on Thursday, 26 May from 12 to 12.30 p.m.



"Using silkworm pupae for pet food solves several problems at once," says Fabiola Neitzel.

„Die Nutzung von Seidenraupenpuppen für die Heimtierernährung löst mehrere Probleme auf einmal“, sagt Fabiola Neitzel.

Ein Nebenprodukt wird zum Rohstoff

„Der weltweite Proteinbedarf wächst seit Jahren stetig, daher sollten vorhandene Ressourcen optimal genutzt werden“, ist Fabiola Neitzel, Geschäftsführerin der Firma Prombyx, überzeugt. Das 2021 gegründete Unternehmen mit Sitz in Gießen konzentriert sich auf Seidenraupenpuppen, eine hochwertige Proteinquelle für Tierfutter-Produzenten. „Die Nutzung von Seidenraupenpuppen für die Heimtierernährung löst mehrere Probleme auf einmal“, sagt Neitzel, „doch bislang handelt es sich um ein kaum eingesetztes Nebenprodukt der Seidenproduktion.“

Für die Kunden habe man bereits eine Rezeptur für hypoallergenes Hundenassfutter auf Seidenraupenbasis entwickelt und in einer Fütterungsstudie erfolgreich getestet, teilt die Unternehmerin mit. Auch für Vögel, Fische

und Terrarienbewohner seien Seidenraupenpuppen ein wertvoller Futterbestandteil.

Durch engen Kontakt zu den Lieferanten in den Ursprungsländern wird, so Neitzel, eine durchgehende Qualitätssicherung und optimale Verarbeitung nach EU-Richtlinien sichergestellt. Forschung und Entwicklung bilden die Basis für das Know-how im Bereich der Analytik, Verarbeitung und Fütterung von Seidenraupen-Produkten. „Futtermittelproduzenten können durch den Einsatz von unseren Produkten besonders nachhaltige, fleischfreie und hypoallergene Rezepturen verwirklichen“, hebt Neitzel hervor.

Ihre Vision über nachhaltige Proteinquellen stellt Fabiola Neitzel am Donnerstag, den 26. Mai, von 12 bis 12.30 auf der Fresh Idea-Stage in Halle 11 vor.

Faszinierende Reise in die digitale Welt

Die Digitalisierung ist auch in der Heimtierbranche nicht mehr aufzuhalten. Insbesondere Jungunternehmer, die mit Mut und frischem Engagement die Ärmel hochkrempeln, tragen mit ihren Start-ups maßgeblich dazu bei. Die zu Jako Medien gehörende Online-Plattform „Blepi“ gehört dazu. Eva Jarosova-Korte startete Blepi im März 2018. Was als Tierbetreuungsplattform begonnen hat, hat sich zu einem ganzen Ökosystem für Tierliebhaber entwickelt, so die Unternehmerin.

Jarosova-Korte hat seitdem viele Erfahrungen gesammelt und nach eigenen Angaben eine steile Lernkurve hingelegt. Schließlich verfolge sie eine Mission: Sie ist davon überzeugt, dass Tierliebhaber, dank intelligenter Technologien, schneller individuelle Lösungen für fast je-

des Bedürfnis finden. Das wichtigste dabei sei, das Wohlergehen der Tiere im Fokus zu behalten.

Auf der Fresh Ideas Stage in Halle 11 erzählt die Unternehmerin am Donnerstag, 26. Mai, 10 Uhr, wie sie mit Durchhaltevermögen und Leidenschaft, die Herausforderungen meisterte. Sie will die Zuschauer mit auf eine faszinierende Reise in die Zukunft der digitalen Welt nehmen.

Eva Jarosova-Korte startete im März 2018 ihre Online-Plattform „Blepi“.



Eva Jarosova-Korte launched her online platform Blepi in March 2018.

A fascinating journey to the digital world

Digitalisation is an unstoppable force in the pet industry too. In particular, it's startups, run by young, bold entrepreneurs prepared to roll up their sleeves that are playing a key role. The Blepi online platform, which belongs to Jako Medien, is one of them. Eva Jarosova-Korte launched Blepi in March 2018. Eva explains that what was originally a pet-sitting platform has now morphed into a whole eco system for animal lovers.

Since then, she's gained a lot of experience and remarks that the learning curve has been a steep one. After all, she says she's like a dog with a bone, convinced that smart technologies will facilitate animal lovers' quests for customised solutions to virtually any requirement. But she emphasises that animal welfare must always take centre stage.

Eva will be on the Fresh Ideas Stage in hall 11 on Thursday, 26 May at 10 a.m. to talk about the perseverance and passion required to overcome challenges. She wants to take the audience on a fascinating journey to the digital world of the future.



Interzoo is about partying too.

Fröhlich feiern und tanzen gehören zur Interzoo dazu.

Photo: WZF

The party is on

The official Interzoo party will take place on the evening of the trade fair's penultimate day, on Thursday, 26 May at Nuremberg Messezentrum. If the weather's good, the 2022 event will be held outside in the park at the trade fair for the first time. Food, cocktails, and live music will conjure up that special summer fair feeling. So, from 6 p.m.,

the party will be welcoming partygoers back. A DJ, live band Ever'so, a photo booth, table football and much more will ensure the event goes with a swing.

Tickets cost 59 euros including VAT. The price covers food, wine, beer, and alcohol-free beverages. During Interzoo, a limited number of tickets will be available from the Mitte informa-

tion counter and, on the evening itself, from the box office at Eingang Mitte from 5.30 p.m. Exhibitors can also order and be invoiced for tickets in advance. On request, table reservations for exhibitors are possible for parties as of 12.

Further information here:



Die Party steigt

Die offizielle „Interzoo-Party“ findet am Abend des vorletzten Messtages, am Donnerstag, 26. Mai, im Messezentrum Nürnberg statt. Bei gutem Wetter soll das Ereignis 2022 erstmals als Open Air-Veranstaltung im Messepark gefeiert werden. Gemeinsames Essen, Cocktails und Livemusik werden für ein besonderes Sommermesse-Feeling sorgen. Ab 18 Uhr heißt es also: „Willkommen zurück!“ Für gute Laune und ausgelassene Stimmung dürfte dank DJ, Live-Band Ever'so, Fotobox, Tischkicker und mehr sicherlich gesorgt sein.

Die Einlasskarten kosten 59 Euro inklusive Mehrwertsteuer. Im Preis enthalten sind Speisen, Wein, Bier und alkoholfreie Getränke. Erhältlich sind die Karten - solange der Vorrat reicht - während der Interzoo am Info-Counter Mitte und an der Abendkasse ab 17.30 Uhr im Eingang Mitte. Aussteller können zudem im Vorverkauf per Rechnung bestellen. Tischreservierungen für Aussteller sind auf Anfrage ab zwölf Personen möglich.

Weitere Informationen hier:



What's my dog trying to tell me?

New toys and communications tools are designed to help dog owners connect with their animals even better. These aren't just fun items, they encourage bonding too.

Christina Hunger is a speech therapist, author of the bestseller "How Stella Learned to Talk" and founder of the "Talking Dog Movement". On social media, Hunger has impressed lots of dog owners worldwide with her four-legged friend Stella's skill. Stella was able to "talk" by pressing paw-sized buttons with different words written on them. Thanks to the officially licensed Hunger-for-Words range, dog owners can now embark on a journey communicating with their canine friends, says product supplier Learning Resources.

In addition to the "Hunger-for-Words" range, Learning Resources is also showcasing interactive toys from Brightkins. Brightkins has been developing educational toys for children for over 40 years. They now have a range of interactive toys and training tools for dogs, developed with animal experts. These products aim to give our furry friends mental stimulation, promote active play and teach them to eat their food in a controlled manner.

Family-run Learning Resources was founded in Chicago, Illinois/US and says that it offers over 1,000 products in over 80 countries. Learning Resources was founded in King's Lynn, Norfolk/UK to serve the European, Middle Eastern, African and Indian market in 1994.

Hall 6, stand 434

Was will mein Hund mir sagen?

Neue Spiel- und Kommunikations-tools sollen Hundebesitzer dabei unterstützen, mit ihren Tieren noch stärker in Kontakt zu treten. Das bringt nicht nur Spaß, sondern fördert auch die Bindung.

Christina Hunger ist Logopädin, Autorin des Bestsellers „How Stella Learned to Talk“ und Gründerin der „Talking-Dog-Bewegung“. In den sozialen Medien hat Hunger mit ihren Videos viele Hundehalter weltweit mit der Fähigkeit ihres Hundes Stella beeindruckt: Über pfoten große Tasten, die jeweils mit verschiedenen Wörtern belegt sind, konnte Stella „sprechen“. Mit dem offiziell lizenzierten „Hunger-for-Words“-Sortiment können Hundebesitzer nun selbst eine Kommunikationsreise zu ihren Hunden starten, so der Produktanbieter Learning Resources.

Neben dem „Hunger for Words“-Sortiment, zeigt Learning Resources außerdem die interaktiven Spielzeuge von

Brightkins. Brightkins entwickelt seit über 40 Jahren pädagogisch wertvolle Spielsachen für Kinder. Nun gibt es ein mit Tierexperten entwickeltes Spiel- und Trainingszubehör für Hunde. Dies soll den Vierbeinern geistige Anregung geben und ein aktives Spiel fördern beziehungsweise sie zu einem kontrollierten Fressverhalten bewegen.

Das in Chicago, Illinois/USA gegründete Familienunternehmen Learning Resources bietet nach eigenen Angaben über 1.000 verschiedene Produkte in mehr als 80 Ländern an. Für den europäischen, nahöstlichen, afrikanischen



und indischen Markt wurde 1994 Learning Resources in King's Lynn, Norfolk/Großbritannien gegründet. **Halle 6, Stand 434**



For animals in Ukraine

The mission of non-profit organisation "U-Hearts" is to help pets caught up in the war in Ukraine. Yuriy Tokarski, director of "U-Hearts", and Kateryna Kovalyuk, from the Ukrainian pet food manufacturer Kormotech, are promoting the project on their stand 241 in hall 7. They're seeking producers of pet food and accessories for dogs and cats who want to donate products and help animals in the war-torn

country. Tokarski comments that "U-Hearts" also has financial resources to purchase large quantities at a fair price. The organisation ensures that items are forwarded and distributed transparently to the over 900 animal shelters, breeders and other partners.

Scan here for the "U-Hearts" website



Für die Tiere im Krieg

Die Non-Profit-Organisation „U-Hearts“ möchte den Heimtieren helfen, die unter dem Krieg in der Ukraine leiden. Yuriy Tokarski, Geschäftsführer bei „U-Hearts“, und Kateryna Kovalyuk vom ukrainischen Tiernahrungshersteller Kormotech werben auf ihrem Stand 241 in Halle 7 für das Projekt. Gesucht werden Produzenten von Tiernahrung und Zubehör für Hunde und Katzen, die mit einer Warenspende dazu beitragen wollen, dass es den

Tieren in dem kriegsgebeutelten Land besser geht. „U-Hearts“ verfügt auch über finanzielle Mittel, um größere Mengen zu einem fairen Preis aufzukaufen, wie Tokarski sagt. Die Organisation sorgt transparent für die Überführung und Verteilung an die über 900 Tierheime, Züchter und andere Partner.

Hier geht es zur „U-Hearts“ Internetseite



Smart, healthy and organic – an industry keeping pace

Over the past few years, trends such as digitalisation, premium products and sustainability have gone mainstream and led to huge growth in manufacturers' ranges. At Interzoo, established brands and startups will present nearly 4,000 new products and highlights for dogs, cats, small mammals, pet birds, fish, creatures living in terrariums, horses and animals in the garden on floorspace of around 105,000 square metres. For the first time, the organiser, Pet Industry Services (WZF), will also provide a Fresh Ideas Stage to showcase innovations.

Current lifestyles, with people working from home and focusing more on their health, have had a major impact on the pet supplies market. Pet health is increasingly becoming a key issue and consumers also want ingredients and packaging to be sustainable. Consequently, the market has new pet food products with unusual recipes that combine scientific findings with sustainability and animal health. What's more, pet care products and digital offerings are also developing at breakneck speed.

Not all dogs are the same and that goes for cats too. Why is why the pet food sector now has products to suit animals of all ages and needs. The importance of alternative sources of protein, higher welfare meat and organic vegetables is growing. Artificial additives are no longer required. There's even food for pets with sensitive digestive systems.

Diets are becoming more varied. In addition to wet and dry food, options include, ice cream or smoothies for dogs, which are a mix of meat, fruit and vegetables. As a result, even animals with dental problems can eat food without experiencing any pain. Special immune system boosters following illness or very stressful periods are also available. Vitamins, immunoglobulins or hemp promise to recharge our pets' batteries.

What do digitalisation and technology have to do with keeping pets? Pioneering, creative companies are developing digital solutions to make the lives of man and beast easier. For example, there are automatic, app-based feeders with cold packs that dispense meals for cats alone at home. As a result, they receive their food reliably and on time. Multipurpose grooming devices with various attachments take care of fur and claws. Consequently, pets can be looked after just as profes-

sionally as humans. The industry also offers automatic door openers for chicken coops, water dispensers with programmed quantity control, self-cleaning cat litters, smart, portable stethoscopes and smart cat flaps. Some of these products even collect data on animals' levels of activity, drinking and eating behaviour. Once analysed, the data can log behavioural changes and identify signs of illness at an early stage.

Consumers have long realised that organic products don't mean going without. The pet market is also reflecting this trend more and more. Regionally sourced ingredients and short transportation routes in the name of sustainability are a real benefit. And dog harnesses made of natural materials, microbiological odour- and stain-removers, extra-light paper litters, recycling food waste and turning it into pet food are all planet friendly options and improve quality of life.



Yuriy Tokarski and Kateryna Kovalyuk.

Smart, gesund und öko: Eine Branche am Puls der Zeit

Digitalisierung, Premiumprodukte, Nachhaltigkeit: Die Trends der letzten Jahre erreichen neue Qualitäten und große Vielfalt im Produktangebot der Hersteller. Auf der Interzoo präsentieren etablierte Marken und Start-ups auf rund 105.000 Quadratmetern Brutto-Ausstellungsfläche knapp 4.000 Neuheiten und Highlights für Hunde, Katzen, Kleinsäuger, Ziervögel, Fische, Terrarientiere, Pferde und Tiere im Garten. Die Veranstalterin Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) bringt zusätzlich erstmals mit der Fresh Ideas Stage eine Bühne für Innovationen an den Start.

Der aktuelle Lebensstil mit vermehrtem Aufenthalt im Home-office und Besinnung auf die eigene Gesundheit hat auch deutliche Auswirkungen auf den Heimtierbedarfsmarkt. Die Gesundheit der Heimtiere rückt noch stärker in den Fokus, und auch der Nachhaltigkeitsgedanke spielt bei Zutaten und Verpackung eine immer wichtigere Rolle. So gibt es viele neue Futtermittel mit außergewöhnlichen Rezepturen, die wissenschaftliche Erkenntnisse mit Nachhaltigkeit und Tiergesundheit kombinieren. Die Pflegeartikel und digitalen Angebote entwickeln sich zusätzlich rasant weiter.

Hund ist nicht gleich Hund. Und Katze ist nicht gleich Katze. Deshalb bietet der Tiernahrungsmarkt inzwischen für alle Lebensphasen und Konstitutionen die unterschiedlichsten Produkte an. Auch die Bedeutung von alternativen Proteinquellen, von Fleisch aus „Tierwohl“-Produktion und von Bio-Gemüse nimmt zu. Künstliche Zusätze müssen nicht mehr sein. Für ernährungssensible Heimtiere gibt es ebenfalls für jeden individuellen Fall eine Vielzahl passender Angebote.

Und es wird abwechslungsreicher: Neben Nass- und Trockenfutter gibt es beispielsweise nun auch Eis oder Smoothies für Hunde, gemixt aus Fleisch, Obst und Gemüse.

Auch Tiere mit Zahnproblemen können so schmerzfrei ernährt werden. Spezielle Booster zur Stärkung des Immunsystems nach Krankheit oder hoher Belastung gibt es ebenfalls. Vitamine, Immunglobuline oder Hanf versprechen neue Energie für unsere Freunde.

Was haben Digitalisierung und Technik mit der Heimtierhaltung zu tun? Mit Kreativität und Pioniergeist entwickeln Unternehmen digitale Lösungen, die das Leben für Mensch und Tier erleichtern. So gibt es Futterautomaten mit Kühlakkus, die über eine App gesteuert zeitversetzte Mahlzeiten für alleingebliene Katzen freigeben. Auf diese Weise erhalten sie pünktlich und zu-

verlässig ihre Mahlzeiten. Zur Fell- und Krallenpflege gibt es multifunktionale Grooming-Maschinen mit variablen Aufsätzen, so dass die Heimtiere genauso professionell gepflegt werden können wie ihre Menschen. Außerdem werden automatische Türöffner für Hühnerställe angeboten, Wasserspender mit programmierter Mengenabgabekontrolle, selbstreinigende Katzen-toiletten, tragbare intelligente Stethoskope und vernetzbare smarte Katzenklappen. Manche dieser Produkte sammeln auch Daten zur Aktivität sowie zum Trink- und Futterverhalten der Tiere. Mit ihrer Auswertung können Anzeichen einer Erkrankung bei registrierten

Verhaltensveränderungen frühzeitig erkannt werden.

„Öko“ bedeutet nicht Verzicht. Das haben die Verbraucherinnen und Verbraucher schon lange erkannt. Immer stärker wird dieser Trend auch im Heimtiermarkt. Regionale Zutaten und kurze Transportwege im Sinne der Nachhaltigkeit sind ein starkes Plus. Und Hundegeschirr aus Naturmaterialien, mikrobiologische Geruchs- und Fleckenentferner, extraleichte Papierstreu, Lebensmittelabfälle recyceln und in Tierfutter umwandeln, all das sind Maßnahmen, die sowohl die Lebensqualität erhöhen als auch die Umwelt schonen.



Jean-Fred Noël (from the left), Sarah Noël, Dr. Matthias Kugler and Karin Neuwirth.

“We’re very pleased”

Jean-Fred Noël has been running his Dog Beauty Lounge in Filderstadt, south Germany, for 11 years. He was an Interzoo visitor for years, but has changed sides in 2022 and is showcasing his new company. He and his business partner, Dr Matthias Kugler, are launching Jean-Fred Noël International. Since December 2021, this startup has been offering its own line of dog

grooming products and a business model for dog groomers on a franchise basis. The two entrepreneurs’ plan is an ambitious one. They want to offer services and products for our four-legged friends in mobile and stationary dog parlours. Franchisees will be provided with the equipment, marketing and, if requested, bookkeeping services. The mobile dog parlours are what makes

the model so clever. Owners can book an appointment online and the groomer drives up with a fully equipped parlour. On the second day of the trade fair, Noël was delighted with how Interzoo was going: “We’re very pleased,” he said. He particularly liked the fact that visitors came from all over the world.

Hall 1, stand 109

„Wir sind sehr zufrieden“

Jean-Fred Noël betreibt seit elf Jahren den Hundesalon „Dog Beauty Lounge“ in Filderstadt. Jahrelang war er als Besucher auf der Interzoo, in diesem Jahr hat er die Seite gewechselt und stellt mit seinem neuen Unternehmen aus. Gemeinsam mit seinem Partner Dr. Matthias Kugler präsentiert er „Jean-Fred Noël International“. Seit Dezember 2021 bietet das Start-up eine eigene Produktlinie rund um die Hundepflege sowie ein Geschäftsmodell für Hundefrisöre und -frisörinnen auf Franchise-Basis. Die beiden Unternehmer planen den ganz großen Wurf: Mit mobilen und sta-

tionären Hundesalons wollen sie Services und Produkte rund um den Hund anbieten. Für Franchisenehmer stellen sie die Ausrüstung, das Marketing und wenn gewünscht auch die Buchhaltung. Der Clou an dem Modell sind die mobilen Salons: Hundehalter können online einen Termin buchen und der Frisör fährt mit einem voll ausgestatteten Salon vor. Am zweiten Messetag äußerte sich Noël durchweg positiv vom bisherigen Verlauf der Interzoo: „Wir sind sehr zufrieden“, sagte er. Gerade die internationale Vielfalt der Besucherschaft hat es ihm angetan. **Halle 1, Stand 109**



Hugro 40th anniversary party

Some 40 years ago, Günter Leugers (a keen judge and breeder of birds) was looking for a lightweight, absorbent litter. Back then, sand litters were customary, but he found an alternative in a natural litter made of hemp. This innovation laid the cornerstone for Hugro. Leugers founded the company in 1982 and called it Hugro560, or Hugro as it's known today. Since then, the range has grown to 350 products, but hemp litter remains the Saerbeck-based company's most important product up until today. In 2016, a large new wa-

rehouse with an adjoining production facility and offices were built there. This is where the products, which now also include food, accessories and other types of litter made of cotton, flax/linen, coconut, and recycled material, are packaged and shipped to the sector worldwide. Hugro will be celebrating its 40th anniversary at Interzoo. "Customers, staff, partners and friends are welcome to come to stand 320 in hall 5 and raise a glass of the famous and much-liked hemp beer to our success," comments Günter Leugers.

Hugro feiert Geburtstag

Als passionierter Vogelzüchter und -richter suchte Günter Leugers vor 40 Jahren eine leichte und saugfähige Einstreu. In der Naturstreu aus Hanf fand er die gewünschte Alternative zu der damals üblichen Sand-Einstreu. Das war der Grundstein für Hugro. „Hugro560“ nannte Leugers sein Unternehmen, das er 1982 gründete und das nun unter dem Namen „Hugro“ firmiert. Auch wenn die Produktpalette inzwischen auf 350 Produkte gewachsen ist, bleibt die Hanfstreu bis heute das wichtigste Produkt des in Saerbeck ansässigen Unternehmens. 2016 entstand dort ein neues,

großes Lager mit angeschlossener Produktion und einem Bürotrakt. Hier werden die Produkte, zu denen inzwischen auch Futtermittel, Zubehör sowie weitere Einstreu-Varianten aus Baumwolle, Flachs-/Leinen, Kokos und aus Recycling-Material zählen, verpackt und an den Fachhandel weltweit verschickt. Auf der Interzoo feiert Hugro nun seinen 40. Geburtstag. „Kunden, Mitarbeiter, Wegbegleiter und Freunde dürfen sich gerne bei uns am Stand 320 in Halle 5 treffen und mit dem beliebten und bekannten Hanf-Bier auf unseren Erfolg anstoßen“, lädt Günter Leugers ein.



Autogrammstunde mit Schlittenhunde-Weltmeisterin

Leonie Tetzner, Tochter des Inhabers der Futtermittelfirma Icepaw, ist mit elf Jahren zum sechsten Mal Weltmeisterin im Schlittenhunderennen in Alaska geworden. Inzwischen ist die Sportlerin zwölf Jahre alt und strebt den nächsten Titel an. Seit

ihrem dritten Lebensjahr steht sie auf dem Hundeschlitten und lebt mit ihren Eltern in Norddeutschland zusammen mit über 60 Schlittenhunden.

Am Messestand 628 in Halle 2 berät sie nicht nur Kunden - wenn es sein muss auch in Englisch - sie prä-

sentiert dort ihre eigenen Trainings-Snacks, die laut ihrem Vater extrem gut ankommen. Doch damit nicht genug: Viele Kunden, die Leonies außergewöhnliches Hobby kennen, fragen nach einem Autogramm von ihr, das sie natürlich bereitwillig gibt.



Autograph session with a world dog sledding champion

Leonie Tetzner, daughter of the owner of animal food company Icepaw, became a dog sledding world champion in Alaska for the sixth time at the age of 11. She's now 12 and working towards winning her next title. She's been on dog sleds since the age of three and lives with her parents in northern Germany along with over 60 huskies.

On stand 628 in hall 2, she provides advice to customers (in English if necessary) and presents her own training snacks too, which her dad says are very popular. But that's not all, lots of customers who are aware of Leonie's extraordinary hobby ask for her autograph, which she's happy to give of course.



Publisher's Imprint Impressum

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

Publishing management / Verlagsleitung:
Antje Schreiber

Editorial staff / Redaktion:
Dominic Heitz (responsible/verantwortlich)
Phone/Telefon: 0049 (0) 611 / 44 75 53 23
E-Mail: heitz@zza-online.de
Sabine Gierok
Phone/Telefon: 0049 (0) 721 / 56 95 64 9
E-Mail: gierok@zza-online.de
Andrea Linder
Phone/Telefon: 0049 (0) 176 / 72 15 63 82
E-Mail: andrealinder@hw-studio.de

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

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

Translations / Übersetzung:
Sally Maßmann

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

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

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

zza.
zoologischer fachbetriebe

