



# Interzoo *digital* Daily

Review  
2021

Official Trade Fair Journal



## Organiser reaches positive conclusion

# Almost 10,000 visitors

The global pet sector had waited for Interzoo.digital with excitement. Now, the Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe has reported the figures for the trade fair. And these make for very impressive reading.

As the Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF), the organiser of the

trade fair, reports, the digital premiere of the leading global trade fair attracted 14,537 attendees on the platform, including 9,513 visitors. Over four days at the trade fair visitors found out about the latest nutrition and care products, accessories, trends and services for pets and made thousands of contacts.

**continued on page 2**

## Veranstalter zieht positives Fazit

# Fast 10.000 Besucher

Die globale Heimtierbranche hatte die Interzoo.digital mit Spannung erwartet. Jetzt meldet die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe die Zahlen zur Messe. Und die lesen sich durchaus beeindruckend.

Wie die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) als Veranstalterin der Messe mitteilt, zog die digitale Pre-

miere der Weltleitmesse 14.537 Teilnehmer auf die Plattform, darunter 9.513 Besucher. Die Besucher informierten sich an den vier Messetagen über die neuesten Nahrungs- und Pflegemittel, Zubehörartikel, Trends und Dienstleistungen für Heimtiere und knüpften tausende Kontakte.

**weiter auf Seite 3**

**CAT'S LOVE** | **DOG'S LOVE**  
FEINE KOST FÜR FEINE KATZEN | FEINE KOST FÜR FEINE HUNDE

**DER VOLLE GESCHMACK der Natur**

In den Alleinfuttermenüs von DOG'S LOVE und CAT'S LOVE werden nur die besten und bevorzugt regionale Rohstoffe verarbeitet. Alle Nassfuttermenüs werden in zu 100 % recyclebaren Weiblech-Dosen im grünen Herzen Österreichs hergestellt - der Umwelt zu Liebe!

[www.CatsLove.com](http://www.CatsLove.com) | [www.DogsLove.com](http://www.DogsLove.com)

PetCo GmbH | +43 1 795 10 | [hello@dogslove.com](mailto:hello@dogslove.com) | [hello@catslove.com](mailto:hello@catslove.com)





continued from page 1

"Interzoo.digital, which was realised with a pioneering spirit from all sides, was innovative, interactive and informative. The worldwide pet sector finally came together again in one place to present product innovations and trends and to enter into meaningful dialogue," summarises Gordon Bonnet, Managing Director of WZF and of Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF). In her welcoming address at the opening ceremony Julia Klöckner, Federal Minister for Food and Agriculture, described Interzoo as a "driving innovative force of the pet sector."

The Head of Trade Fairs at WZF, Dr Rowena Arzt, says: "We're very happy about the large number of interactions and the varied specialist discussions during Interzoo.digital. In addition to numerous presentations and discussions as part of our supporting programme, attendees exchanged about 130,000 chat messages and made about 2,300 person-to-person video calls. The company profiles were particularly well visited. More than 210,000 of about 445,000 call-ups were for exhibitor profiles."

After the now-completed actual trade fair phase, the digital range continues to be available. Profiles can still be visited, congress contributions watched and information called up until 30 June. Networking and even video calls are also still

possible for registered attendees. In this way the organiser WZF wants to offer the greatest possible benefits of the digital platform to all exhibitors, visitors and representatives of the media.

In addition to the company profiles and product presentations from the exhibitors, the supporting programme attracted great interest. The broadcast of the opening ceremony on the first day of the trade fair was watched almost 3,000 times by attendees from around the globe. 30 per cent of

these came from Germany. The other top visitor countries include the United Kingdom, the Netherlands and Italy, followed by Spain and France.

The speakers at the opening event primarily went into the rise in interest in dealing with pets since the pandemic and the responsibility of the pet sector for looking after animal companions in an animal-friendly manner. As the ZZF reported, the number of pets in Germany has risen by nearly one million to almost 35 million dogs, cats,

small mammals and exotic birds. The market research institution Euromonitor International forecasts worldwide sales for pet supplies will rise by over 7.5. per cent this year.

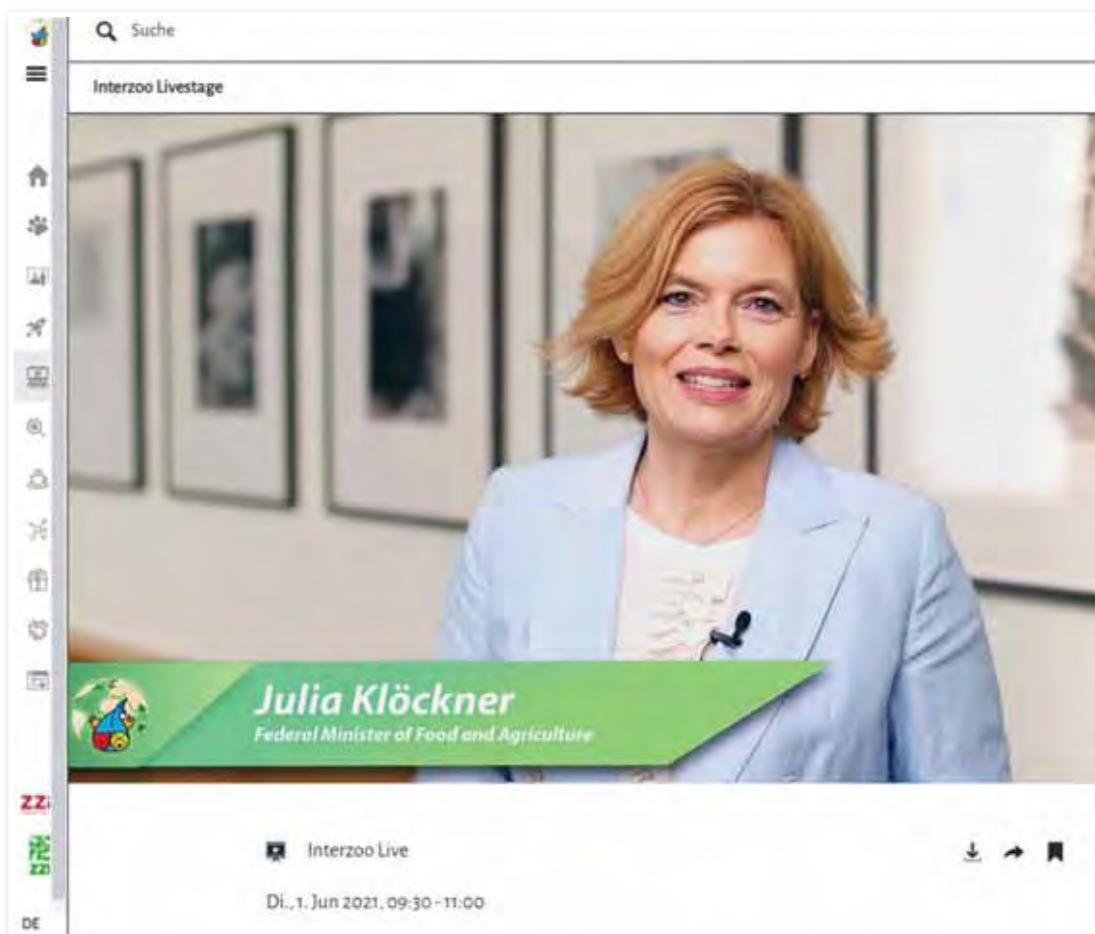
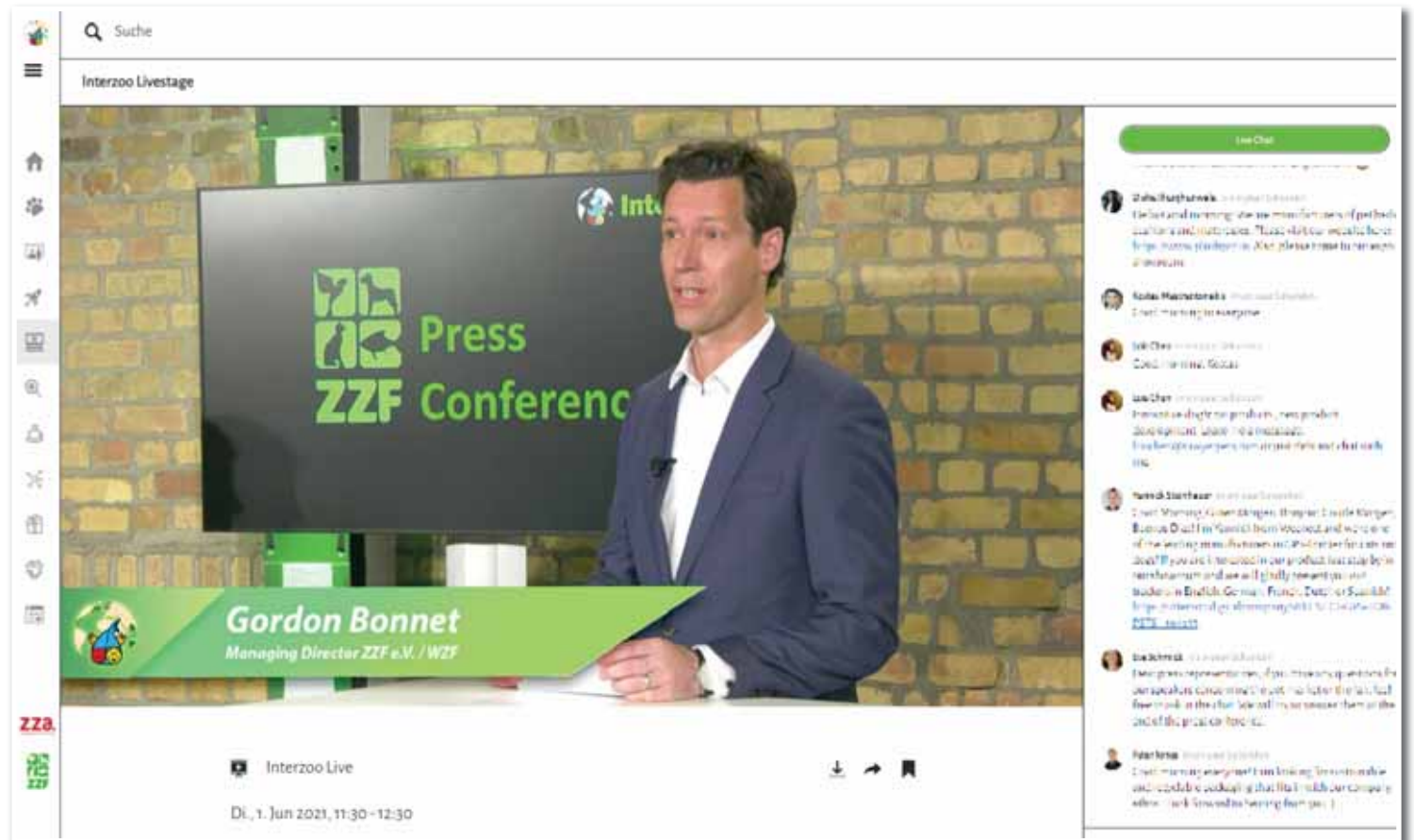
ZZF President Norbert Holt-henrich said: "If the importance of pets in society continues to grow, the expertise of the pet sector will be in demand. Therefore, we should clearly stand up for animal-friendly and sustainable animal retail and speak out against dubious dealers or farm breeders where the welfare of animals is not put in first place."

In her opening address, and in view of the rising number of illegal dealers, Julia Klöckner, Federal Minister for Food and Agriculture, called on the sector to pull together for more animal protection in pet retailing. Advising potential purchasers well was an important target, she added. That the pandemic had made the importance of pets even clearer, was also emphasised by

Dr Andrea Beetz, psychologist and President of the International Society for Animal Assisted Therapy, in her keynote speech. "Playing with pets means concentrating on the here and now. That can be very healthy. You don't have to worry about tomorrow or yesterday. Even if it's just a few minutes a day."

Alongside these important ethical and political topics, the varied supporting programme at Interzoo.digital included numerous presentations and discussions about trends in the sector, market developments, marketing opportunities, best practices, sustainability aspects, digitisation and much more.

The next Interzoo is taking place at the Nuremberg Exhibition Centre again from 24 to 27 May 2022. The WZF reports that a larger number of international exhibitors had already registered for this event.



## Interzoo.digital in figures

- 14,537 attendees from over 100 countries
- 9,513 visitors, about 30 per cent from Germany
- 336 exhibitors from 48 countries, 78 exhibitors from Germany
- 130,000 chat messages
- 2,300 person-to-person video calls
- About 445,000 call-ups from the portal in total
- Over 210,000 call-ups from exhibitor profiles
- Nearly 3,000 attendees at the opening event





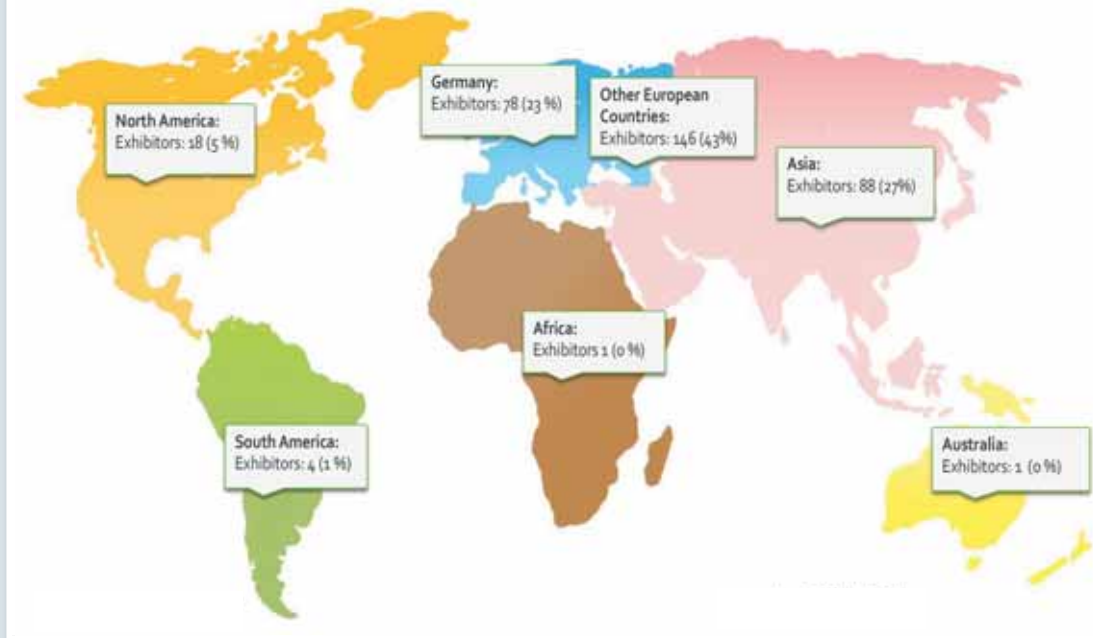
Fortsetzung von Seite 1

„Die von allen Seiten mit viel Pioniergeist realisierte Interzoo.digital war innovativ, interaktiv und informativ. Die weltweite Heimtierbranche kam endlich wieder zentral zusammen, um Produktneuheiten und Trends zu präsentieren und sich zu elementaren Themen fundiert auszutauschen“, bilanziert Gordon Bonnet, Geschäftsführer der WZF und des Zentralverbands Zoologischer Fachbetriebe (ZZF). Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, bezeichnete in ihrem Grußwort zur Eröffnung die Interzoo als „treibende Innovationskraft der Heimtierbranche“.

Die Bereichsleiterin Messe bei der WZF, Dr. Rowena Arzt, sagt: „Über die Vielzahl an Interaktionen und die vielseitigen, fachlichen Diskussionen während der Interzoo.digital sind wir sehr glücklich. Neben zahlreichen Fachvorträgen und Diskussionen innerhalb unseres Rahmenprogramms tauschten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer insgesamt in rund 130.000 Chatnachrichten und 2.300 Person-to-Person Video-Calls aus. Insbesondere die Unternehmensprofile wurden gut besucht. Mehr als 210.000 von rund 445.000 Aufrufen galten den Ausstellerprofilen.“

Auch nach der nun abgeschlossenen eigentlichen Messephase steht das digitale Angebot weiterhin zur Verfügung. Bis zum 30. Juni können noch Profile besucht, Kongressbeiträge angeschaut und Informationen abgerufen werden. Eine Vernetzung und sogar Video-Calls sind auch

## Exhibitors from six continents Aussteller aus sechs Kontinenten



jetzt noch für die registrierten Teilnehmer möglich. Der Veranstalter WZF will so den größtmöglichen Nutzen der digitalen Plattform für alle Aussteller, Besucher und Medienvertreter bieten.

Neben den Unternehmensprofilen und den Produktvorstellungen der Aussteller stieß das Rahmenprogramm auf großes Interesse. Bereits die Übertragung der Eröffnung wurde am ersten Messetag fast 3.000 mal von Teilnehmern aus aller Welt angeschaut. Diese kamen zu 30 Prozent aus Deutschland. Zu den weiteren Top-Besuchern gehören Großbritannien, die Niederlande und Italien, gefolgt von Spanien und Frankreich.

Die Rednerinnen und Redner gingen in der Eröffnungsveranstaltung vor allem auf das seit der Pandemie gestiegene Interesse am Umgang

mit Heimtieren und die Verantwortung der Heimtierbranche für eine tiergerechte Versorgung der tierischen Mitbewohner ein. Wie der ZZF mitteilte, ist in Deutschland die Anzahl der Heimtiere um knapp eine Million auf fast 35 Millionen Hunde, Katzen, Kleinsäuger und Ziervögel gestiegen. Das Marktforschungsinstitut Euromonitor International prognostiziert für dieses Jahr weltweit steigende Umsätze mit Heimtierbedarf über 7,5 Prozent.

ZZF-Präsident Norbert Holthenrich sagte: „Wenn die gesellschaftliche Bedeutung von Heimtieren weiter zunimmt, ist die Expertise der Heimtierbranche gefragt. Wir sollten deshalb eindeutig für einen tierschutzgerechten und nachhaltigen Tierhandel eintreten und unsere Stimme gegen unseriöse Händler oder Massenzüchter erhe-

ben, bei denen das Wohl der Tiere nicht an erster Stelle steht.“

Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, rief in ihrem Grußwort die Branche auf, angesichts der steigenden Anzahl illegaler Händler an einem Strang für mehr Tierschutz im Zoofachhandel zu ziehen. Dass poten-

zielle Käufer gut beraten werden, sei ein wichtiges Ziel. Die Pandemie habe die Bedeutung von Heimtieren noch einmal deutlicher gemacht, betonte auch Dr. Andrea Beetz, Psychologin und Präsidentin der International Society for Animal Assisted Therapy, in ihrem Impulsvortrag. „Das Spiel mit dem Heimtier heißt konzentrieren auf das Hier und Jetzt. Das kann sehr gesund sein. Man muss sich keine Sorgen über morgen oder gestern machen. Auch wenn es nur ein paar Minuten pro Tag sind.“

Neben diesen wichtigen ethischen und politischen Themen waren auf der Interzoo.digital in einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm zahlreiche Vorträge und Diskussionen zu Branchentrends, Marktentwicklungen, Marketingmöglichkeiten, Best Practices, Nachhaltigkeitsaspekten, Digitalisierung und vielem mehr zu finden.

Die nächste Interzoo findet vom 24. bis 27. Mai 2022 wieder auf dem Messegelände in Nürnberg statt. Eine größere Anzahl an internationalen Ausstellern habe sich bereits für diesen Termin angemeldet, teilt die WZF mit.

### Die Interzoo.digital in Zahlen

- 14.537 Teilnehmer aus über 100 Ländern
- 9.513 Besucher, davon rund 30 Prozent aus Deutschland
- 336 Aussteller aus 48 Ländern, davon 78 aus Deutschland
- 130.000 Chatnachrichten
- 2.300 Person-to-Person Video-Calls
- insgesamt rund 445.000 Aufrufe auf dem Portal
- über 210.000 Aufrufe von Ausstellerprofilen
- knapp 3.000 Teilnehmer bei der Eröffnungsveranstaltung

HUGRO®

# PRODUKTNEUHEITEN

Unser neuer Produktkatalog:

www.hugro.de

Our new Product catalogue: www.hugro.de




Von führenden Kleintieren empfohlen!





Hugro GmbH • Welpes Esch 1 • 48369 Saerbeck • www.hugro.de





## Three lessons from Interzoo.digital

That was quick. The pet sector met for four days on the Interzoo.digital platform. You'd hardly got used to the new technology and then it was already over. Luckily, the contents of the trade fair are still available.

Now, one important question is, was the trade fair a success? Initial comments indicate that it was and the figures for visitors and accesses also look good. However, the judgement of the exhibitors and visitors will be decisive. They are now analysing how the trade fair went for them. But we can definitely say some things already. Here are my three lessons about trade fairs, digital and the sector.

- Nature and technology go together. The fact that the topic of animals, with all its emotionality, can be conveyed via modern media has been clear since the success of cat videos in social media. Interzoo.digital was

also able to score here. Whether it's birds in a studio or the film about the Amazon, the connections between humans, animals and the environment were placed in wonderful settings at many points. Technological progress will continue to advance both in presenting sector topics and also in the product world itself.

- The pet sector and technology also go together. The sector is seen to have a sense of tradition and to be nature-loving, but not necessarily as having an affinity for technology. Nevertheless, exhibitors and visitors have shown flexibility and technical know-how, and that they are prepared to take new paths. Interzoo.digital has given some businesses and the sector as a whole a good digitisation boost. This is perhaps one of the most important results of the event and already a success in itself.

- The internet and real world can be dovetailed more closely. Now some will say that the internet is part of the real world too. That is true, but with regard to the formats of a digital and a physical trade fair there are dividing lines. Haptics are still missing on the web; I just can't feel the product. Conversely, however, many experiences we made during Interzoo.digital can be transferred into physical formats. One example I can think of is networking people and businesses.

There are many other things we can learn from the four days on the web. Which is why I say it's still not clear whether it was a commercial success for businesses. But it is already certain that all the effort paid off.

## Drei Lehren aus der Interzoo.digital

Das ging schnell: Vier Tage lang hat sich die Heimtierbranche auf der Plattform der Interzoo.digital getroffen. Kaum war man mit der neuen Technik vertraut, war es auch schon wieder vorbei. Gut, dass die Inhalte der Messe noch weiter verfügbar sind.

Eine wichtige Frage ist jetzt: War die Messe ein Erfolg? Erste Stimmen deuten darauf hin und auch die Zahlen zu Besuchern und Zugriffen sehen gut aus. Entscheidend wird jedoch das Urteil der Aussteller und Besucher sein. Die werden jetzt analysieren, wie die Messe für sie gelaufen ist.

Einige Dinge können wir aber durchaus schon jetzt sagen. Hier meine drei Lehren über Messen, Digitales und die Branche:

- Natur und Technik passen zusammen. Dass das Thema Tier mit all seiner Emotionalität über moderne Medien transportiert werden kann, ist seit dem Erfolg der Katzen-Videos in sozialen Medien klar. Hier konnte auch die Interzoo.digital punkten: Ob Vögel im Studio oder der Film über den Amazonas, die Verbindung von Mensch, Tier und Umwelt wurde an vielen Stellen wunderbar in Szene gesetzt. Die Technologisierung wird sowohl in der Darstellung der Branchenthemen als auch in der Produktwelt selbst weiter voranschreiten.

- Heimtierbranche und Technik passen auch zusammen. Die Branche gilt als traditionsbewusst und naturverliebt, nicht unbedingt als technikaffin. Dennoch haben Aussteller und Besucher Flexibilität und technisches Know-how bewiesen, und dass sie bereit sind, neue Wege zu gehen. Die Interzoo.digital hat einzelnen Unternehmen und der Bran-

che insgesamt einen ordentlichen Digitalisierungsschub gegeben. Das ist vielleicht eines der wichtigsten Ergebnisse der Veranstaltung und für sich genommen schon ein Erfolg.

- Internet und echte Welt können enger verzahnt werden. Jetzt wird mancher sagen, dass das Internet ja Teil der echten Welt ist. Das stimmt zwar, aber hinsichtlich der Formate einer digitalen und einer physischen Messe gibt es Trennlinien. Noch fehlt im Netz die Haptik; ich kann das Produkt eben nicht fühlen. Umgekehrt lassen sich aber viele Erfahrungen, die wir während der Interzoo.digital gemacht haben, in die physischen Formate übertragen. Ich denke da beispielsweise an die Vernetzung von Personen und Unternehmen.

Es gibt noch viele weitere Dinge, die wir aus den vier Tagen im Netz lernen können. Deshalb sage ich: Ob es ein wirtschaftlicher Erfolg für die Unternehmen war, ist noch nicht klar. Aber sicher ist schon jetzt, dass sich die Anstrengungen gelohnt haben.



Dominic Heitz



Sabine Gierok



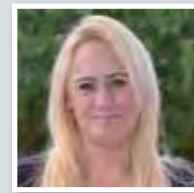
Hans Weber

The team of the official trade fair newspaper "Interzoo Daily" says good bye to their readers and advertising customers and is looking forward to seeing them all again on occasion of the Interzoo 2022 from Tuesday, May 24, until Friday, May 27, 2022.

Das Team der offiziellen Messezeitung „Interzoo Daily“ verabschiedet sich hiermit von seinen Lesern und Anzeigenkunden und freut sich auf ein Wiedersehen bei der Interzoo 2022 von Dienstag, 24. bis Freitag, 27. Mai 2022.



Fabrice Weber



Cindy Ivanovic



Susanne Schwarz

## Contribution about alternative nutrition can be called up

At 10 am on Friday, 4 June, a contribution about vegan and other alternative nutrition could be seen as part of the Petfood Forum series. Dr Andrew Knight from the University of Winchester spoke about this issue on the "Markets, Trends and Research" stage. Unfortunately, the broadcast was interrupted due to technical problems. Because many listeners have expressed their interest in the topic, the organiser of Interzoo.digital is pleased to announce that the entire presentation can be called up on the platform.

## Beitrag über alternative Ernährung ist abrufbar

Am Freitag, 4. Juni, gab es im Rahmen der Petfood-Forum-Reihe um 10 Uhr einen Beitrag über vegane und andere alternative Tiernahrung zu sehen. Dr. Andrew Knight von der Universität Winchester sprach hierzu auf der „Markets, Trends and Research“-Bühne. Leider brach die Übertragung aufgrund technischer Probleme ab. Weil sich viele Zuhörer für das Thema interessierten, weist der Veranstalter der Interzoo.digital darauf hin, dass der vollständige Vortrag auf der Plattform abrufbar ist.

# Grooming star Amy Manser with the ZZF pet groomers

In Amy Manser the ZZF pet grooming specialist group presented a real grooming expert in the salon at Interzoo.digital. The experienced groomer from Just4Paws in Bingham in the United Kingdom has already won several awards and has also taken first place in the largest competitions in Britain from fields of over 100 contestants.

On two afternoons ZZF showed half-hour videos of Amy Manser on the "How-to-and-Best-Practices" stage. She explained in detail how to trim the head of an American Cocker Spaniel. The shape of this breed's head is smaller and rounder than that of the English Cocker Spaniel and can be made particularly attractive by trimming. They also have very long ears. A number of different tools were used during the process, as well as a technique called "hand stripping". Here, the coat was pushed back on the top of the head and excess hair removed from the coat.

During hand stripping hair is removed from the roots so new hair can grow back. When carried out properly and at the right point in time trimming also helps the dog by reducing itching. For this reason and depending on the type of coat dogs should already become familiarised with dog hairdressers as puppies.

Amy Manser's second session was about the silky coat of the American Cocker Spaniel, which requires highly intensive grooming. Amy Manser showed how to remove the undercoat from the spaniel with a stripping knife and then plucked the coat using a finger and thumb technique. She uses special gloves to do this, enabling a better grip.

After both demonstrations there was a meet & greet in the Groomer Café with the speaker. These events were moderated by the two chairs of the ZZF specialist group, Martina Borchmann and Karin Witthohn.



They translated the detailed questions asked by café visitors into English and back. ZZF board member Melanie Schmidt also accompanied the meeting in the café and enhanced the discussion with some expert questions.

# Grooming-Star Amy Manser bei den ZZF-Heimtierpflegern

Mit Amy Manser präsentierte die ZZF-Fachgruppe Heimtierpflege im Salon auf der Interzoo.digital eine echte Expertin in Sachen Grooming. Die erfahrene Groomerin von Just4Paws in Bingham/Großbritannien wurde bereits mehrfach ausgezeichnet und konnte die größten Wettbewerbe in Großbritannien bei über 100 Teilnehmern für sich entscheiden.

und runder als die des Englischen Cocker Spaniels und wird durch das Trimmen besonders schön in Form gebracht. Außerdem hat er sehr lange Ohren. Bei der Behandlung kamen verschiedene Werkzeuge zum Einsatz sowie die Technik des „Hand-Stripping“ (Trimmen): Dabei wurde das Fell oben auf dem Kopf mit der Hand gezupft und so überschüssiges Haar aus dem Fell entfernt.

Beim Hand-Stripping entfernt man das Haar mit der Haarwurzel, so dass ein neues nachwachsen kann. Ein fachgerecht und zum richtigen Zeitpunkt ausgeführtes Trimmen verschafft dem Hund auch Erleichterung, indem es Juckreiz verhindert. Je nach Fellbeschaffenheit sollte daher bereits ein Welpe rechtzeitig an den Hundefriseur gewöhnt werden. In der zweiten Session von Amy Manser ging es um das seidige Haarkleid des Amerikanischen Cocker Spaniels, das sehr pflegeintensiv ist. Amy Manser zeigte, wie man dem Spaniel mit dem Trimmmesser die Unterwolle entfernt und anschließend mit einer Finger-Daumen-Technik das Fell zupft. Dafür trägt sie spezielle Handschuhe, die einen besseren Halt ermöglichen.

Im Anschluss an die beiden Vorführungen gab es ein „Meet & Greet“ im Groomer-Café mit der Referentin. Dabei moderierten die beiden Vorsitzenden der ZZF-Fachgruppe Martina Borchmann und Karin Witthohn. Sie übersetzten die Detailfragen der Cafébesucher ins Englische und zurück. Auch ZZF-Vorstandsmitglied Melanie Schmidt begleitete die Treffen im Café und bereicherte das Gespräch mit Expertenfragen.

Auf der Bühne „How-to-and-Best-Practices“ zeigte der ZZF an zwei Nachmittagen halbstündige Videobeiträge von Amy Manser. Dabei erläuterte sie detailliert, wie man den Kopf des Amerikanischen Cocker Spaniels trimmt. Die Kopfform dieser Rasse ist kleiner

## Publisher's Imprint - Impressum

**Publisher / Herausgeber:** Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH, Mainzer Straße 10  
65051 Wiesbaden, Phone: 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: 0049 (0) 611 / 44 75 53 23, E-Mail: heitz@zza-online.de  
Sabine Gierok, Phone: 0049 (0) 721 / 56 95 64 9, gierok@zza-online.de

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

**Advertisement / Anzeigen:** Cindy Ivanovic, Phone: 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 vom zza - das Fachmagazin für die Heimtierbranche





## Interview

# “Reflecting the warmth of Interzoo digitally”

Dr Rowena Arzt organised Interzoo.digital with her trade fair team from Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF), which hosted the event. In an interview she talked about the difficulties that had to be overcome, what she would do differently next time and the role a digital Interzoo could play in the future.

**Dr Arzt, four busy months of preparation and four exciting trade fair days are now behind you and the entire WZF team. Was it worth the effort?**

**Dr Rowena Arzt:**

Definitely. In Interzoo.digital we created a platform on which the sector can meet and talk. We are very pleased that it was well received.

**You are in close contact with exhibitors and visitors. How do these companies assess the digital premiere of Interzoo? What feedback have you had?**

We have overwhelmingly had very positive feedback. What was particularly praised is that it was possible to network so well, and also the numerous presentations and exhibitors, as well as the manner of the overall presentation. Also, that in a packed period of time it was possible to make contacts very efficiently. Of course, comparisons were also repeatedly made with a physical trade fair, where I can experience the products with all the senses. But at Interzoo.digital I could move from one exhibitor to the next much quicker. We will survey the complete range of views in an exhibitor and visitor questionnaire.

**You had very little time to get Interzoo.digital going. Which challenges did you have to master during this time? Which difficulties had to be overcome?**

Starting from scratch was definitely difficult and it was a learning process for everyone. The topic “digital trade fairs” was new to us. It began with looking for a suitable partner and continued with the question of how I tailor products, meaning which packages should I offer to exhibitors in order to meet their needs as far as possible. Which elements should I integrate in a digital event, which should I leave out? Or also the question of whether I should offer a 3D trade fair stand or stay in two dimensions, as we did. Taking all these decisions and then designing products out of them was not easy. Here, the good interplay

between full-time and voluntary employees and dialogue with the sector proved itself once again. But the entire project could only be brought about because the entire WZF weighed in, and fully and completely identified with Interzoo.digital. One particular challenge was bringing the emotionality of our sector into the digital world. We had a lot of ideas about this. We tried to make the topic of animals tangible on the platform and to reflect the warmth of Interzoo in a digital space. A lot was new territory and we had to say, OK, let's do it like that.

**Now, there has also been criticism, for example, from a German trade journal. They say retail was “insufficiently” present. What do you say about that?**

We've now seen that there were definitely representatives from a number of large retail chains there.

Also from smaller companies. However, we will now analyse that in detail. The question is: How do you come to make such a statement that retail was insufficiently present? We're going into that now.

**Many people have been talking about what a digital trade fair doesn't have in comparison to a physical fair. But conversely, what does Interzoo.digital have that the physical trade fair doesn't?**

The search mechanisms are much more sophisticated. I get from the search results to my target person or the stand of the company I want with one click. The speed, the possibility to take different paths to find new information, these are important aspects. The networking area is great too. The platform also provides more support for networking among the visitors. We didn't have the Lead Finder before at physical Interzoo, where I can enter my interests and present what I'm looking for or am offering. I will then be shown directly matching people. This wasn't just about contact between businesses and people, but about contact person to person. Linking contextual expertise to a product also worked well at the digital Interzoo, such as combining presentations given by businesses to their stands and products.

**Does it make any sense to compare the two formats of a physical and a digital trade fair with each other? Or should you expect different things from the two?**

I think the latter is correct. These are formats that can serve different needs differently. We'll have to see how you play the formats, use their synergies and combine them with each other to create value added for the sector. I don't think the digital event can replace the physical one. But I also don't think there'll be physical trade fairs in the future without digital elements. I definitely see coexistence there.

**After the experiences of the past few months: what would you do differently when preparing for the next digital trade fair?**

We had little time. With more time we would perhaps have done a complete test run with a group to see what it's actually all about. We have also identified that at some places during events the platform users need even more support. We provided a lot of information in advance, but this wasn't viewed by everyone with the same intensity. Which is why you'd have to communicate one or two things with more emphasis during the trade fair as well. Perhaps you could also reduce the complexity, meaning the paths on which you find your way from one area of the platform to another. We're happy with what we've achieved, but you can always do even better, of course.

**Next year, Interzoo is taking place at the Nuremberg Exhibition Center again. Which role could a digital Interzoo play for the global pet sector in the future?**

The digital format can provide outstanding support in providing contents to a larger target group. For example, a really large group watched the opening event. That was more people than it would have been at a physical Interzoo. Digital can create reach. The platform can also provide extra support for networking or also keep contents retrievable continuously. It makes sense to use digital in this direction. But now we're going to think about which digital elements help us and which we want to develop further. To do this we're using feedback from our customers, the exhibitors and visitors. Then we want to see how a digital Interzoo can best support the pet sector in the future.





Interview

# „Die Warmherzigkeit der Interzoo im Digitalen widerspiegeln“

Dr. Rowena Arzt hat mit ihrem Messe-Team die von der Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) veranstaltete Interzoo.digital organisiert. Im Interview spricht sie darüber, welche Schwierigkeiten es zu überwinden galt, was sie beim nächsten Mal anders machen würde und welche Rolle eine digitale Interzoo in Zukunft spielen könnte.

**Frau Dr. Arzt, hinter Ihnen und der gesamten Mannschaft der WZF liegen vier arbeitsreiche Monate der Vorbereitung und vier aufregende Messetage. Hat sich der Aufwand denn gelohnt?**

**Dr. Rowena Arzt:**

Auf jeden Fall. Wir haben mit der Interzoo.digital eine Plattform geschaffen, auf der die Branche sich treffen und austauschen kann. Dass das gut angenommen wurde, freut uns sehr.

**Sie stehen im engen Austausch mit den Ausstellern und Besuchern. Wie bewerten diese Unternehmen die digitale Premiere der Interzoo? Welches Feedback haben Sie bekommen?**

Überwiegend haben wir ein sehr positives Feedback bekommen. Besonders gelobt wurde, dass man sich so gut vernetzen konnte, aber auch die Vielzahl der Vorträge und Aussteller sowie die Art und Weise der Darstellung. Auch, dass man in einer gebündelten Zeit ganz effizient Kontakte knüpfen konnte. Es wurde natürlich auch immer wieder der Vergleich gezogen zur physischen Messe, wo ich die Produkte mit allen Sinnen erleben kann. Auf der Interzoo.digital konnte ich mich dafür viel schneller von einem Aussteller zum nächsten bewegen. Das vollständige Stimmungsbild werden wir noch in einer Aussteller- und Besucherumfrage abfragen.

**Sie hatten recht wenig Zeit, um die Interzoo.digital auf die Beine zu stellen. Welche Herausforderungen mussten Sie in dieser Zeit bewältigen? Welche Schwierigkeiten mussten überwunden werden?**

Schwierig war sicherlich, dass wir von null gestartet sind und es für alle ein Lernprozess war. Das Thema „digitale Messen“ war für uns neu. Das beginnt bei der Suche nach einem geeigneten Partner und geht weiter über die Frage, wie ich Produkte zuschneide, also welche Pakete ich den Ausstellern anbiete, um deren Bedürfnisse bestmöglich zu befriedigen. Welche Elemente integriere ich in eine digitale Veranstaltung, welche lasse ich weg? Oder auch die Frage, ob ich einen 3D-Messestand anbieten möchte oder in zwei Dimensionen bleibe, wie wir es gemacht haben. All diese Entscheidungen zu treffen und daraus dann Produkte zu designen, war nicht einfach. Hier hat sich das gute Zusammenspiel zwischen Haupt- und Ehrenamt und der Austausch mit der Branche einmal mehr bewährt. Das ganze Vorhaben war aber auch nur zu stemmen, weil die gesamte WZF sich stark eingebracht und voll und ganz mit der Interzoo.digital identifiziert hat. Eine besondere Herausforderung war, die Emotionalität unserer Branche ins Digitale zu bringen. Dazu haben wir uns sehr viele Gedanken gemacht. Wir haben versucht, das Thema Tier auf der Plattform erlebbar zu machen und die Warmherzigkeit der Interzoo in einem digitalen Raum widerzuspiegeln. Vieles war Neuland und wir mussten sagen: Okay, wir machen das jetzt so.

**Es gibt jetzt auch Kritik, zum Beispiel von einer deutschen Branchenzeitschrift. Dort heißt es, der Handel sei „unzureichend“ präsent gewesen. Was sagen Sie dazu?**

Wir haben gesehen, dass von verschiedenen großen Handelsketten durchaus Vertreter dort waren. Auch von kleineren Unternehmen. Wir werden das jetzt aber noch im Detail analysieren. Die Frage ist: Wie



kommt man zu einer solchen Aussage, dass der Handel unzureichend präsent gewesen wäre? Dem gehen wir jetzt nach.

**Viele sprechen darüber, was eine digitale Messe im Vergleich zu einer physischen nicht hat. Was hat denn umgekehrt die Interzoo.digital, was die physische Messe nicht hat?**

Die Suchmechanismen sind sehr viel ausgefeilter. Ich komme vom Suchergebnis mit einem Klick zur Zielperson oder zum Stand des Unternehmens meines Wunsches. Die Schnelligkeit, die Möglichkeit unterschiedliche Wege zum Finden neuer Informationen zu gehen, das sind wichtige Aspekte. Toll ist auch der Bereich des Networking. Die Plattform unterstützt auch das Netzwerken unter den Besuchern stärker. Den Leadfinder haben wir bisher bei der physischen Interzoo nicht, wo ich meine Interessen eingeben und darstellen kann, was ich suche oder biete. Dazu bekomme ich dann direkt passende Personen angezeigt. Es ging nicht nur um den Kontakt zwischen Unternehmen und Person, sondern um den zwischen Person und Person. Auch die Verknüpfung von inhaltlicher Kompetenz zu einem Produkt ist auf der digitalen Interzoo gut gelungen, etwa die Verbindung von Vorträgen von Unternehmen zu deren Ständen und Produkten.

**Ist es überhaupt sinnvoll, die beiden Formate einer physischen und einer digitalen Messe miteinander zu vergleichen? Oder sollte man unterschiedliche Dinge von beiden erwarten?**

Ich glaube Letzteres ist richtig. Es sind Formate, die verschiedene Bedürfnisse unterschiedlich bedienen können. Man muss schauen, wie man die Formate spielt, sie synergistisch einsetzt und miteinander kombiniert, sodass ein Mehrwert für die Branche entsteht. Ich glaube nicht, dass die digitale Veranstaltung die physische ablösen kann. Aber ich glaube auch nicht, dass es in Zukunft noch physische Messen ohne digitale Elemente geben wird. Ich sehe da durchaus eine Koexistenz.

**Mit den Erfahrungen der vergangenen Monate: Was würden Sie bei der nächsten Vorbereitung einer digitalen Messe anders machen?**

Wir hatten wenig Zeit. Mit mehr Zeit hätten wir vielleicht mit einer Gruppe einen kompletten Testlauf gemacht, um zu schauen, worauf es tatsächlich ankommt. Wir haben auch festgestellt, dass die Nutzer der Plattform an manchen Stellen während des Geschehens noch mehr Unterstützung benötigen. Wir haben im Vorfeld extrem viele Informationen zur Verfügung gestellt,

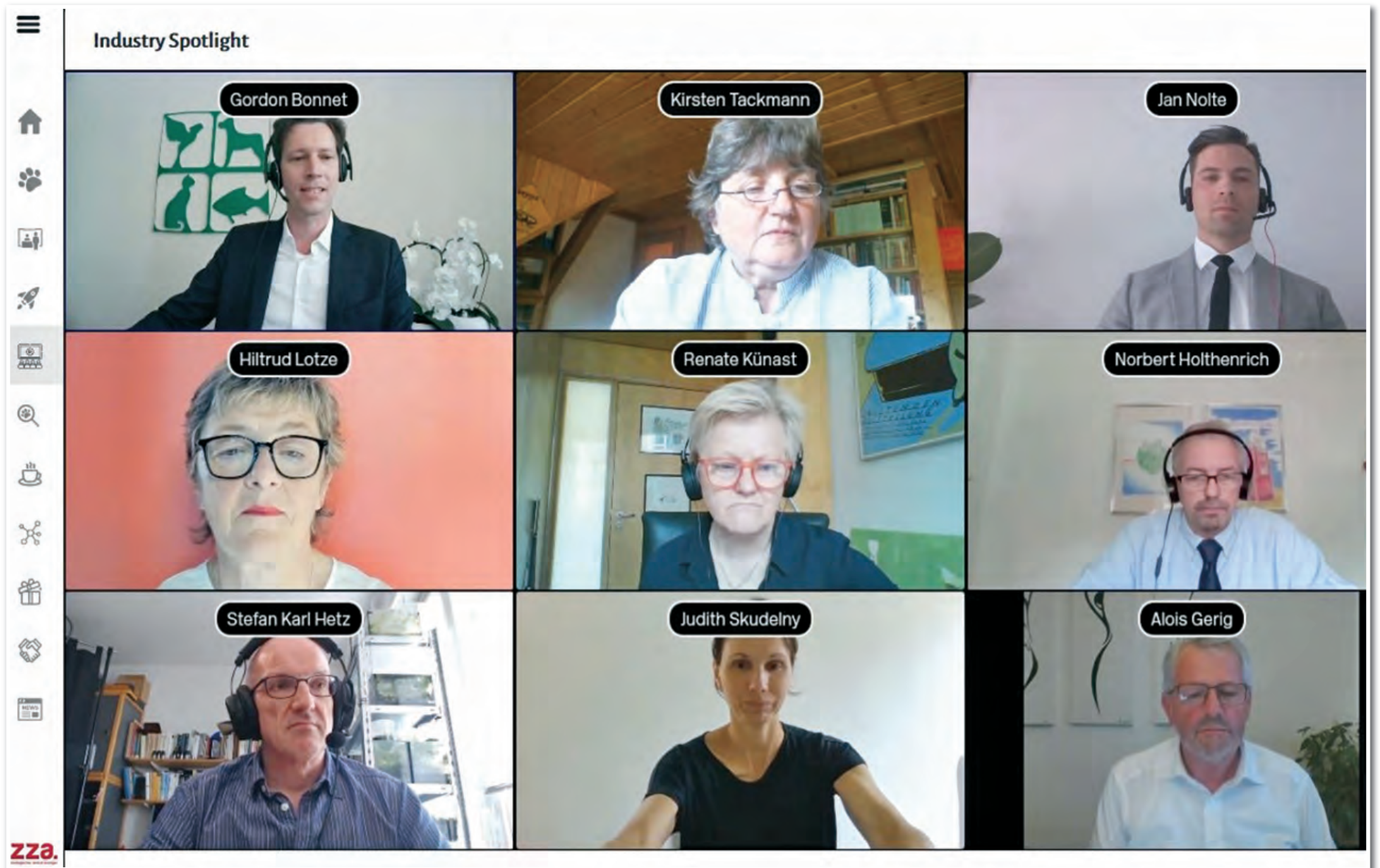
die aber nicht von allen in der gleichen Intensität gesehen wurden. Deshalb muss man auch während der Messe das eine oder andere stärker kommunizieren. Vielleicht könnte man auch die Komplexität reduzieren, also etwa die Wege, auf denen man von einem Bereich der Plattform zu einem anderen findet. Wir sind glücklich mit dem, was wir erreicht haben, aber natürlich kann man es immer noch besser machen.

**Im nächsten Jahr soll die Interzoo wieder in den Nürnberger Messehallen stattfinden. Welche Rolle könnte eine digitale Interzoo in Zukunft für die globale Heimtierbranche spielen?**

Das digitale Format kann eine hervorragende Unterstützung sein, um Inhalte einer größeren Zielgruppe zur Verfügung zu stellen. Die Eröffnungsveranstaltung hat zum Beispiel eine wirklich große Gruppe angeschaut. Das waren mehr Menschen, als das bei einer physischen Interzoo der Fall gewesen wäre. Das Digitale kann Reichweite schaffen. Die Plattform kann auch das Netzwerken weiter unterstützen oder auch Inhalte kontinuierlich abrufbar halten. In dieser Richtung macht es Sinn, das Digitale zu nutzen. Wir werden jetzt aber auch überlegen, welche digitalen Elemente uns helfen und welche wir weiter entwickeln wollen. Dazu nutzen wir das Feedback unserer Kunden, der Aussteller und Besucher. Dann wollen wir schauen, wie eine digitale Interzoo die Heimtierbranche in der Zukunft am besten unterstützen kann.

dh





### Who wants what?

## National politicians discuss keeping pets

The German general election in September cast its shadow over Interzoo.digital. The current parliamentary parties sent representatives to present their positions regarding the pet sector. The sector and electors will have been listening carefully.

Living with pets and the question, "What is your party's position in the election?" were at the centre of the round table, which was organised by Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) during Interzoo.digital. Alois Gerig (CDU/CSU), Renate Künast (Bündnis 90/The Greens), Hiltrud Lotze (SPD), Jan Nolte (AfD), Judith Skudelny (FDP) and Dr Kirsten Tackmann (Die Linke) were there as animal policy experts of the German parliamentary parties. ZZF Managing Director Gordon Bonnet and Dr Stefan K. Hetz,

the association's scientific expert for pets, grilled the politicians in a video conference accessible to all trade fair attendees on the issues of animal welfare, species conservation and animal retail.

ZZF President Norbert Holthenrich referred to the increasing importance of pets in Germany. According to a Skopos study, commissioned by ZZF annually together with Industrieverband Heimtierbedarf (German Industrial Association of Pet Care Producers, or IVH), pets now live in nearly every second household in

Germany and in 66 per cent of all households with children. "The Germans love pets. They look after them and feed them conscientiously, including in peculiar times like the current pandemic," explained Holthenrich.

For ZZF, taking responsibility for animal welfare has top priority. "The members of the association commit themselves to stricter rules than those set in law," emphasised the association's president. "Dubious pet retailers, especially those dealing in puppies, must be curtailed and an approach taken against cruel accessories is necessary," he said, detailing the central tasks for policymakers. However, the extent of regulation was greatly increasing, he added.

Accordingly, he continued, in view of the German general elections on 26 September 2021, it was interesting what the political par-

ties wanted to do to enable and support the keeping of pets in Germany. The politicians had an animated discussion about their attitudes to a permit list for keeping pets, a so-called positive list for online animal retail, and about testing expertise for pet retail as well as an animal owner's licence.

Renate Künast demanded that animals are treated properly and with care. She only made vague comments about introducing a positive or negative list - the party was still consulting on this, she said. What spoke in favour of a positive list was the benefits of efficiency at the administrative level, she continued. "We must reduce online retailing with animals," she emphasised. In her opinion, wild animals belonged in the wild. She added that specialist retail should be supported in terms of expertise and training and that pet owners should be advised to

take the expert and not the digital path when acquiring an animal, and also for general advice.

"Promoting pet ownership in Germany means rejecting positive lists," stated Jan Nolte. He demanded a "positive narrative" and that personal dislikes of certain kinds of animal should not determine policy. The experienced owner of snakes and reptiles emphasised the expertise of online retailers. "Advice can also be given online," said Nolte. The discussion should be about transporting animals instead, not about retail on internet platforms.

Dr Kirsten Tackmann thought the responsibility of pet owners was important and she wanted to focus more strongly on introducing the subject of pet ownership in schools. Pets were also a social factor that stabilised societies, she added. The qualified vet viewed online animal retail critically: "More light has to

What the parties say about the core concerns of ZZF in detail will be shown in the party position papers on key issues, which ZZF expects to receive during July.

The podium discussion was broadcast from 1.30 pm on 4 June 2021 live by Interzoo.digital. It can also be viewed on the ZZF YouTube channel at: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_R7U4mG4E7E](https://www.youtube.com/watch?v=_R7U4mG4E7E)





be thrown into the dark corners," she stated. Tackmann firmly praised ZZf's attitude towards prohibiting cruel breeding and also demanded a clear political debate on the matter.

Hiltrud Lotze stated you had to know where animals come from. Therefore, registration was essential. "We would like to see proof of expertise, ideally for all pet owners," she continued. She added that proof of expertise had been implemented for pet retail, so the SPD was satisfied for the time being. She referred here to the draft regulations for an animal welfare retail permit, which had been presented by the Federal Ministry of Food and Agriculture in December 2020. "We see both a positive and a negative list positively," she continued. In response to a question, she stated that for her personally lizards, snakes and monkeys did not belong in private households. "They belong in a zoo instead," she said.

Judith Skudelny, who is also the environmental spokesperson of her parliamentary party, demanded clear definitions of the terms 'wild animal' and 'exotic species'. "A lot of terms get mixed up here," she said. There were many animals that were seen as 'wild animals', but that had actually been bred, she continued. "The breeding of endangered species by private breeders also contributes to species conservation," emphasised Skudelny. The necessary controls of illegal retail were missing and also in legal retail, such as with puppies, not everything was in order, she added. The state had to "put its money where its mouth is" in terms of implementation and set up checks, you could not "place the burden solely on pet owners", she concluded.

Alois Gerig, Chair of the Committee for Food and Agriculture in the German Bundestag, spoke in support of a "fair negative list". "We are in favour of pragmatic solutions and only just as much regulation as necessary," he stated. It was not all about regulatory policy, he added. He continued that there was trust in pet retail and in pet owners, which was also 90 per cent justified. "But there are also black sheep - we have to find these," said Gerig. Although this might be expensive, animals could not become "junk goods" under any circumstances, he concluded.

## Wer will was?

# Bundespolitiker diskutieren Heimtierhaltung

Die Bundestagswahl im September warf auf der Interzoo.digital ihre Schatten voraus: Die aktuellen Parlamentsfraktionen der Parteien hatten Vertreter geschickt, um ihre Positionen in Bezug auf die Heimtierbranche darzulegen. Branche und Wähler dürften aufmerksam zugehört haben.

Das Zusammenleben mit Heimtieren und die Frage „Wie positioniert sich Ihre Fraktion im Wahljahr?“ standen im Mittelpunkt einer Diskussionsrunde, die der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) während der Interzoo.digital veranstaltet hat. Als tierpolitische Expertinnen und Experten der Bundestagsfraktionen waren Alois Gerig (CDU/CSU), Renate Künast (Bündnis 90/Die Grünen), Hiltrud Lotze (SPD), Jan Nolte (AfD), Judith Skudelny (FDP) und Dr. Kirsten Tackmann (Die Linke) dabei. ZZF-Geschäftsführer Gordon Bonnet und Dr. Stefan K. Hetz, wissenschaftlicher Fachreferent Heimtiere des Verbandes, führten den Politikern in der für alle Messteilnehmer zugänglichen Videokonferenz zum Tier- und Artenschutz sowie Handel mit Heimtieren auf den Zahn.

ZZF-Präsident Norbert Holtz wies auf die zunehmende Bedeutung von Heimtieren in Deutschland hin: Laut einer Skopos-Studie, die der ZZF gemeinsam mit dem Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) jährlich in Auftrag gibt, leben Heimtiere inzwischen in fast jedem zweiten Haushalt in Deutschland und in 66 Prozent aller Haushalte mit Kindern. „Die Deutschen lieben Heimtiere. Sie pflegen und versorgen diese gewissenhaft, auch in besonderen Zeiten wie der aktuellen Pandemie“, erklärte Holthenrich.

Für den ZZF stehe die Verantwortung für das Wohl des Tieres an erster Stelle. „Die Mitglieder des Verbandes verpflichten sich zu strengeren Regeln als im Gesetz vorgegeben“, betonte der Verbandspräsident. „Der unseriöse Handel mit Heimtieren, insbesondere mit Welpen, muss ein-

geschränkt werden und ein Vorgehen gegen tierschutzwidriges Zubehör ist notwendig“, nannte er als zentrale Aufgaben der Politik. Das Maß der Regulierung nehme allerdings stark zu.

Entsprechend interessant sei es für die Heimtierbranche angesichts der Bundestagswahlen am 26. September 2021, was die politischen Parteien dafür tun wollen, um Heimtierhaltung in Deutschland zu ermöglichen und zu unterstützen. Lebhaft diskutierten die Politiker über ihre Einstellung zu einer Erlaubnisliste für die Heimtierhaltung, eine sogenannte Positivliste, über den Online-Handel mit Tieren und über eine Sachkundeprüfung für den Zoofachhandel sowie einen Tierhalterführerschein.

Renate Künast forderte einen achtsamen und artgerechten Umgang mit Tieren. Nur vage äußerte sie sich zur Einführung einer Positiv- oder Negativliste - hier berate man sich in ihrer Partei noch. Für eine Positivliste sprächen Vorteile der Effizienz auf der Verwaltungsebene. „Wir müssen den Online-Handel mit Tieren einschränken“, betonte sie. Wildtiere gehören ihrer Meinung nach in die Wildnis. In der Sachkunde und der Ausbildung wolle man den Fachhandel unterstützen und Tierhaltern kommunizieren, den fachkundigen und nicht den digitalen Weg zu gehen bei der Anschaffung eines Tieres und auch zur Beratung.

„Heimtierhaltung zu fördern, heißt in Deutschland, Positivlisten abzulehnen“, erklärte Jan Nolte. Er forderte „positive Narrative“ und dass nicht persönliche Abneigungen gegenüber bestimmten Tierarten die Politik bestimmten. Der erfahrene Halter

von Schlangen und Reptilien betonte die Expertise der Onlinehändler. „Auch online kann Beratung erfolgen“, sagte Nolte. Zu diskutieren sei eher der Transport der Tiere, nicht der Handel auf Internetplattformen.

Dr. Kirsten Tackmann findet die Verantwortung der Tierhalter wichtig und möchte die Heranführung an die Heimtierhaltung in den Schulen stärker fokussieren. Heimtiere seien auch ein sozialer Faktor, der Gesellschaften stabilisiere. Den Online-Handel mit Tieren sieht die ausgebildete Tierärztin kritisch: „Hier müssen die dunklen Ecken besser ausgeleuchtet werden“, erklärte sie. Tackmann lobte dezidiert die Haltung des ZZF zu einem Verbot von Qualzuchten und forderte hierzu auch politisch eine klarere Debatte.

Hiltrud Lotze erklärte, man müsse wissen, wo die Tiere herkommen. Eine Registrierung sei deshalb unabdingbar. „Wir wünschen uns einen Sachkundenachweis, am besten für alle Tierhalter“, erklärte sie weiter. Für den Zoofachhandel werde der Sachkundenachweis ja jetzt umgesetzt, damit sei die SPD erstmal zufrieden. Damit bezog sie sich auf den Verordnungsentwurf zur Regelung der tierschutzrechtlichen Handelserlaubnis, der im Dezember 2020 vom Bundesministerium für Ernährung und Land-

wirtschaft (BMEL) vorgestellt worden war. „Wir stehen sowohl einer Positiv- als auch einer Negativliste positiv gegenüber“, erklärte sie weiter. Auf Nachfrage bekannte Lotze, dass für sie persönlich bestimmte Echsen, Schlangen und Affen nichts in einem Privathaushalt zu suchen hätten. „Die gehören eher in den Zoo“, sagte sie.

Judith Skudelny, die auch umweltpolitische Sprecherin ihrer Fraktion ist, forderte klare Definitionen der Begriffe „Wildtier“ und „Exoten“. „Ganz viele Begriffe kommen hier durcheinander“, sagte sie. Es gebe viele Tiere, die als „Wildtier“ angesehen werden, die aber tatsächlich Nachzuchten seien. „Zum Artenschutz tragen auch Nachzuchten privater Züchter bei gefährdeten Tierarten bei“, betonte Skudelny. Beim illegalen Handel fehle es an der nötigen Kontrolle und auch beim legalen Handel, etwa mit Welpen, sei nicht alles im grünen Bereich. Der Staat müsse hier „Geld in die Hand nehmen“ für den Vollzug und Kontrollen einrichten, man könne nicht alles den „Tierhaltern aufs Auge drücken“.

Für eine „faire Negativliste“ und einen würdevollen Umgang mit Tieren plädierte Alois Gerig, Vorsitzender des Ausschusses für Ernährung und Landwirtschaft im Deutschen Bundestag. „Wir sind für pragmatische Lösungen und nur so viel Ordnung, wie nötig ist“, erklärte er. Es gehe nicht alles mit Ordnungspolitik. Man habe Vertrauen in den Zoofachhandel und die Tierhalter, die das auch zu 90 Prozent rechtfertigten. „Schwarze Schafe gibt es allerdings auch - die muss man finden“, so Gerig. Das könnte zwar teuer werden, aber Tiere dürften eben auch keinesfalls zur „Ramschware“ werden.

Was die Parteien detailliert zu den Kernanliegen des ZZF sagen, werden die Antworten auf die Wahlprüfsteine zeigen, mit denen der ZZF im Laufe des Julis rechnet. Die Podiumsdiskussion wurde am 4. Juni 2021 ab 13.30 Uhr live von der Interzoo.digital gesendet. Sie ist auch auf dem Youtube-Kanal des ZZF abrufbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_R7U4mG4E7E](https://www.youtube.com/watch?v=_R7U4mG4E7E)



Princess Maja von Hohenzollern

# “Implementing trends in animal products”

And there was also a real princess on the platform Interzoo.digital. Princess Maja von Hohenzollern is a passionate pet owner and has designed products for pets for eight years. In her presentation on the topic of “petfluencing” she spoke about how the pet sector can meaningfully use licences in marketing, what they will contribute and how to choose them correctly. Counting on licensed comic book characters may be funny, but it doesn't always fit the target group.

**Interzoo Daily:**  
**Where do you see future trends and developments in the pet sector?**  
**Prinzessin Maja von Hohenzollern:**

The increasing importance of design and the merger of animal products into living areas is a big trend. Consumers want dog beds, scratching posts and bowls to dovetail with their living areas in a modern way. Because I also have my own collections of furniture, bathroom furniture, home decoration and so on, I know current interior

trends inside out and so I know what end customers want. Because I know both worlds, furniture and the animal sector, I can implement hot trends as animal products very well. Materials and the issue of sustainability, up to packaging and CO<sub>2</sub>-neutral production, are also important. In retail, the strong movement online and to hybrid forms of distribution are a challenge for many companies. Changed consumer behaviour on the internet demands brands become more visible. Companies have to rethink their marketing and budgets here.

## Personal details

Maja Princess von Hohenzollern is an internationally prominent designer with her own licensed brand for lifestyle products. She was named “Designer of the year 2020” and won the “Asia Design Award Gold” in Shanghai/China as the best designer. The brand “Maja Prinzessin von Hohenzollern” has been on the international market for 17 years with a variety of product lines in bricks-and-mortar retail and online.

More information:  
[www.prinzessinvon-hohenzollern.com](http://www.prinzessinvon-hohenzollern.com)

**During the petfluencer presentation at Interzoo.digital you spoke about the benefits of licensing. How did you come to that?**

I have presented my pet products at Interzoo in the past few years and now I'm pleased the trade fair can take place digitally at least. I have many years of experience in licensing, product development and international retail. Which is why I wanted to pass on this expert knowledge in my presentation (<https://bit.ly/3gpdLpa>), because licensing offers great potential for companies in the pet market.

**You have been active in animal welfare for some time. How do both these issues fit together?**



Maja Princess von Hohenzollern drew attention to the benefits of licensing.

Photo: private

I've been involved in animal welfare for over 15 years and have my own foundation for rescuing street dogs. For me, profession meets vocation. I am a designer, licensed brand and animal welfare activist and I live with

20 animals myself. Including dogs, cats, horses and rodents. I can implement my expertise as a designer coupled with a love of animals very authentically in my own animal product lines. In the process I also let my

experience with animals flow into my product developments. It's important to create collections with clear and unique positions, which are animal-friendly and also take current design trends into account.





Prinzessin Maja von Hohenzollern

# „Trends in Tierprodukte umsetzen“

Und dann war da auch noch eine echte Prinzessin auf der Plattform Interzoo.digital. Prinzessin Maja von Hohenzollern ist passionierte Tierhalterin und entwirft seit acht Jahren Produkte für Heimtiere. In ihrem Vortrag zum Thema „Petfluencing“ sprach sie darüber, wie die Heimtierbranche Lizenzen im Marketing sinnvoll einsetzen kann, was sie bringen und wie man die richtigen auswählt. Auf lizenzierte Comic-Figuren zu setzen, mag zwar witzig sein, passe aber eben nicht immer zur Zielgruppe.

Lizenzmarke sowie Tierschützerin und lebe selbst mit 20 Tieren zusammen. Darunter Hunde, Katzen, Pferde und Nager. Die Kompetenz als Designerin gepaart mit der Liebe zu Tieren kann ich sehr authentisch in eigene Tierproduktlinien umsetzen. Dabei lasse ich auch die Erfahrung im Umgang mit Tieren in meine Produktentwicklungen einfließen. Es ist wichtig, Kollektionen mit klarer Alleinstellung zu kreieren, die artgerecht sind und auch aktuellen Designtrends entsprechen.

**Interzoo Daily:**  
**Wo sehen Sie zukünftige Trends und Entwicklungen in der Heimtierbranche? Prinzessin Maja von Hohenzollern:**

Die zunehmende Bedeutung von Design und der Verschmelzung

von Tierprodukten in Wohnräumen ist ein großer Trend. Verbraucher möchten, dass sich Hundebetten, Kratzbäume und Näpfe in ihre Wohnräume modern einfügen. Da ich auch eigene Kollektionen für Möbel, Bad-Möbel, Home Decoration und so weiter habe, kenne ich aktuelle Interior-Trends bestens und weiß daher, was Endkunden sich wünschen. Da ich beide Welten, Möbel- und Tierbranche kenne, kann ich angesagte Trends sehr gut in Tierprodukte umsetzen. Wichtig sind ebenfalls Materialien und das Thema Nachhaltigkeit, bis hin zu Verpackung oder der CO<sub>2</sub>-neutralen Produktion. Im Handel ist die starke Verlagerung zu Online und hybriden Vertriebsformen eine Herausforderung für viele Unternehmen. Das veränderte Consumer-Verhalten im Internet erfordert eine stärkere Sichtbarkeit von Marken. Unternehmen müssen hier im Marketing und bei Budgets umdenken.

**Wie kam es dazu?**

In den letzten Jahren habe ich meine Heimtier-Produkte auf der Interzoo präsentiert und nun habe ich mich gefreut, dass die Messe zumindest digital stattfinden kann. Ich habe langjährige Erfahrung im Bereich Licensing, Produktentwicklung und im internationalen Handel. Deshalb wollte ich dieses Expertenwissen durch meinen Vortrag (<https://bit.ly/3gpdLpa>) gern weitergeben, weil das Thema „Licensing“ große Potenziale für Unternehmen im Heimtiermarkt bietet.

eigene Stiftung zur Rettung von Straßenhunden. Bei mir trifft Beruf auf Berufung. Ich bin Designerin,

**Sie engagieren sich bereits seit einiger Zeit im Tierschutz. Wie fügen sich beide Themen zusammen?**

Ich bin seit über 15 Jahren im Tierschutz tätig und habe eine



Maja Prinzessin von Hohenzollern machte auf die Vorzüge von Licensing aufmerksam.

**Sie haben im Rahmen der Petfluencer-Präsentation auf der Interzoo.Digital über die Vorzüge von Licensing gesprochen.**

**Zur Person**

Maja Prinzessin von Hohenzollern ist eine international bekannte Designerin mit eigener Lizenzmarke für Lifestyle-Produkte. Sie wurde als „Designer of the year 2020“ und mit dem „Asia Design Award Gold“ in Shanghai/China als beste Designerin ausgezeichnet. Die Marke „Maja Prinzessin von Hohenzollern“ ist seit 17 Jahren mit verschiedenen Produktlinien am internationalen Markt stationär und online vertreten.

Mehr Info:  
[www.prinzessinvon-hohenzollern.com](http://www.prinzessinvon-hohenzollern.com)



**BÜNGENER PET HEALTH**




**Where tradition meets innovation**

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



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

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

[Büngener pet health](https://www.facebook.com/Buengenerpethealth)

[Buepethealth](https://www.instagram.com/Buepethealth)



## Atmosphere in the studio

# Parrot show causes high spirits

For Heike Mundt parrots and parakeets are a vocation. The founder of the Bochum Parrot Park and her daughter Eva presented these cute birds during Interzoo.digital. This caused high spirits in the studio.

The live session "Keeping parrots and parakeets" or the morning show on the last day of the trade fair was quite loud and cheerful. A white cockatoo, a grey parrot, a kea and a yellow-crowned Amazon were the stars of these broadcasts. And the enthusiasm for parrots Heike Mundt and daughter Eva have was communicated in a flash to presenters Dr Anja Wagner and Dr Rowena Arzt.

It's not just the different requirements each parrot species makes of their owners, they also show their different characters with their behaviour. While the ten-year old white cockatoo Zeus presented himself as a loud "show-off", the

twenty-year old yellow-crowned Amazon Berta was really laid back. On the other hand, the New Zealand kea Tia took every opportunity to explore the studio, during which neither the cameraman nor any objects lying around were spared. A real charmer, who flirted with the camera and for whom the show was an exciting game. After a brief period of familiarisation, grey parrot Maja found her voice again. Because according to Mundt these birds are very talented and understand what their words mean. But they only speak if they want to. "Parrots have the intellect of a three-year old child," the expert highlighted.

Keeping them was correspondingly demanding, she continued. In addition, they are usually partners for life, because they can live for a long time - on average 40 to 60 years, depending on the species. For this reason, at the Parrot Park Bochum, which is equally a specialist store, training centre and café, a sales talk lasts about six to ten hours. During this initiation phase they inform future owners not only about the requirements the birds have, but by asking the right questions they also find out which parakeets or parrots will be suitable for the customers. These social birds are usually sold in pairs. Mundt always wants to get a

comprehensive picture of the owners, whether they can provide enough time and space to keep the birds properly and whether all the members of the household are behind the idea. If this does not seem to be the case, she would rather do without the sale. In addition, the parrot expert only hands over completely socialised birds, which have lived in a flock for at least one year.

The great love for parrots Heike Mundt and her daughter have can be seen in the delight they take in interacting with the birds. There are currently about 500 birds in the Parrot Park, most of whom Mundt knows by name. They opened the

park café to enable more people to come into close contact with birds. It has even become a meeting place for disabled and non-disabled people - who share their enthusiasm. Anyone interested can watch the birds close up, feed them and take them onto their arm - which always brings smiles to faces. Like Heike Mundt, daughter Eva also grew up with birds. While friends never cease to be astonished, the noise and hubbub the birds like to make is normal for her. In contrast, if it becomes quiet and you cannot hear the birds caution is required, Heike Mundt observes, because something is mostly up then - just as it is with small children. **sg**



Heike Mundt from the Parrot Park Bochum with the white cockatoo Zeus.

Heike Mundt vom Papageienpark Bochum mit dem Weißhaubenkakadu Zeus.



Stimmung im Studio

# Papageienshow sorgte für gute Laune

Für Heike Mundt sind Papageien und Sittiche Berufung. Die Gründerin des Bochumer Papageienparks präsentierte mit Tochter Eva während der Interzoo.digital diese aufgeweckten Tiere. Die sorgten für Stimmung im Studio.

Ziemlich laut und fröhlich ging es bei der Live-Session „Papageien- und Sittichhaltung“ beziehungsweise der Morningshow des letzten Messtages zu: Ein Weißhaubenkakadu, ein Graupapagei, ein Kea und eine Gelbstirnamazone waren die Stars dieser Sendungen. Und die Papageien-Begeisterung von Heike Mundt und Tochter Eva übertrug sich in Nullkommanichts auf die Moderatorinnen Dr. Anja Wagner und Dr. Rowena Arzt.

Nicht nur, dass die Papageienarten jeweils andere Ansprüche an ihre Haltung besitzen, mit ihrem Verhalten zeigten sie auch ihre unterschiedlichen Charaktere. Während der zehnjährige Weißhaubenkakadu Zeus sich als lautstarker „Showmaker“ präsentierte, war die zwanzigjährige Gelbstirnamazone Berta dagegen tiefenentspannt. Der neuseeländische Kea Tia wiederum ließ keine Gelegenheit aus, im Studio auf Entdeckungstour zu gehen, wobei weder der Kameramann noch herumliegende Gegenstände verschont blieben. Ein echter Charmeur, der mit der Kamera flirtete und für den der Auftritt ein aufregendes Spiel war. Auch Graupapagei Maja fand nach kurzer Eingewöhnung seine Sprache wieder. Denn diese Vögel, so Mundt, sind sehr begabt und verstehen die Bedeutung ih-



Dr. Anja Wagner, expert Heike Mundt and Dr. Rowena Arzt presented parrot knowledge for platform visitors at the trade fair. Dr. Anja Wagner, Expertin Heike Mundt und Dr. Rowena Arzt stimmten die Plattformbesucher mit Papageienwissen auf den Messtag ein.

rer Worte. Wobei sie nur sprechen, wenn es ihnen beliebt. „Papageien besitzen den Intellekt eines dreijährigen Kindes“, hob die Expertin hervor. Entsprechend anspruchsvoll sei ihre Haltung. Außerdem sind es in der Regel Partner fürs Leben, da sie sehr alt werden - durchschnittlich

40 bis 60 Jahre, je nach Art. Im Papageienpark Bochum, der Fachgeschäft, Trainingscenter und Café zugleich ist, dauert ein Verkaufsgespräch deshalb in Summe etwa sechs bis zehn Stunden. In dieser Anbahnungszeit informiere sie die zukünftigen Halter nicht nur über

die Anforderungen der Tiere; mit den richtigen Fragen erfahre sie, ob und welche Sittiche beziehungsweise Papageien für die Kunden passend sind. In der Regel werden die geselligen Tiere stets paarweise verkauft. Mundt will sich immer ein umfassendes Bild von den Haltern machen, ob sie genug Zeit und Platz für die artgerechte Haltung aufbringen können und ob alle Haushaltsmitglieder dahinterstehen. Scheint das nicht gewährleistet zu sein, verzichte sie lieber auf den Verkauf. Außerdem gibt die Papageienexpertin nur vollständig sozialisierte Tiere ab, die mindestens ein Jahr in einer Vogelgruppe gelebt haben.

Ihre große Liebe zu Papageien merkt man Heike Mundt und ihrer Tochter im freudvollen Umgang mit den Tieren an. Rund 500 Vögel gibt es aktuell im Papageienpark, die meisten kennt Mundt beim Namen. Das dazugehörige Café hat sie eröff-

net, um mehr Menschen engen Kontakt zu Vögeln zu ermöglichen. Es ist sogar Treffpunkt von behinderten und nichtbehinderten Menschen - die Begeisterung verbindet: Interessierte können Vögel aus nächster Nähe beobachten, füttern und auf den Arm nehmen - das zaubere immer ein Lächeln in die Gesichter. Wie Heike Mundt ist auch Tochter Eva mit Vögeln groß geworden: Während Freunde aus dem Staunen nicht mehr herauskommen, ist für sie der Lärm und der Trubel, den die Tiere gerne veranstalten, Normalität. Im Gegenteil, wenn es zu still wird und man nichts von den Vögeln hört, dann sei Vorsicht geboten, macht Heike Mundt aufmerksam, dann sei meist etwas im Busch - eben wie bei kleinen Kindern. **sg**





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

### A variety of treats

Gimdog Train & Treat Snacks from Gimborn are treat snacks made of proteins, combined with different fruits, plants and herbs. Their small size, the soft consistency that makes them easy to

break into smaller pieces and their low fat content make them the

perfect training treat for dogs, according to the provider.



### Abwechslungsreiche Belohnung

Die Gimdog Train & Treat Snacks von Gimborn sind Belohnungssnacks, hergestellt aus Proteinen und kombiniert mit verschiedenen

Früchten, Pflanzen oder Kräutern. Ihre kleine Größe beziehungsweise die weiche Konsistenz, die sie leicht teilbar macht, und der geringe

Fettgehalt machen sie laut Anbieter zum perfekten Trainingsleckerei für Hunde.

### Fresh meat and drinks

Leonardo is taking new paths in cat nutrition with the new "Fresh Meat" line. There are three innovative recipes made of 85 per cent fresh meat and 15 per cent holistic ingredients. According to the provider, this is made possible by a particularly

careful production process. The quantity of carbohydrates has been precisely balanced to meet the needs of cats. Which is why the low-carb recipe contains



neither cereals nor potatoes, according to the producer. Other innovations are the stayfresh bag with buffalo as well as three "Drinks" for cats.

### Frischfleisch und Drinks

Mit der neuen „Fresh Meat“-Linie will Leonardo in der Katzenernährung neue Wege gehen: drei neuartige Rezepturen, die mit 85 Prozent frischem Fleisch und 15 Prozent holistischen Zutaten her-

gestellt werden. Möglich wird dies laut Anbieter durch ein besonders schonendes Herstellungsverfahren. Die Menge an Kohlenhydraten sei genau auf die Bedürfnisse von Katzen abge-

stimmt. Daher enthält die Low-Carb-Rezeptur weder Getreide noch Kartoffeln, so der Hersteller. Als weitere Neuheiten gibt es einen Frischebeutel mit Büffel sowie drei „Drinks“ für Katzen.

### Oasis of well-being for dogs

It's cosy and soft to lie down on fleece, says the company Maul, explaining its latest product development - the Buddelbox. A waterproof underlay stops damp penetrating the foam core. It also ensures the fleece can move easily so the dog doesn't cause any damage when digging. The foam core is made of

PU foam. The bed surface consists of Geltex foam. Pressure on dogs is relieved and they are supported firmly. According to the provider this lengthens the useful life. The Buddelbox is a fully-fledged bed and is avail-

able in different colours. The cover can be removed and is washable at 30 degrees.



### Wohlfühloase für den Hund

Webpelz sorgt für wohlig-weiches Liegen, erläutert die Firma Maul ihre jüngste Produktentwicklung - die Buddelbox. Darunter sei eine wasserdichte Einlage verarbeitet, die verhindere, dass Feuchtigkeit in den Schaumstoffkern dringe.

Zudem sorgt sie dafür, dass der Webpelz leicht in Bewegung kommen kann und der Hund beim Liegen keinen Schaden verursacht. Der Schaumstoffkern ist aus PU-Schaum gefertigt. Die Liegefläche besteht aus einem Geltex-

Schaumstoff. Der Hund liegt druckentlastet und mit viel Halt. Dies fördert laut Anbieter die Liegedauer. Die Buddelbox ist ein vollwertiger Schlafplatz und in unterschiedlichen Farben lieferbar. Der Bezug ist abziehbar und waschbar bei 30 Grad.

### Hände frei

Das ukrainische Unternehmen Collar Company präsentierte seine Waudog-Linie, zu der auch die neue preisgekrönte, einziehbare Leine gehört. Bei dieser, so der Hersteller, ist der Schwerpunkt auf den Griff verlagert, um

die Belastung in der Hand zu reduzieren. Die Leine wird am Handgelenk befestigt, damit der Halter die Hände frei hat. Sie ist nach Herstellerangaben für Hunderasen bis 40 Kilogramm geeignet.



### Hands free

The Ukrainian Collar Company presents its Waudog line, which also includes the new, award-winning retractable leash. According to the manufacturer, it shifts the centre of gravity to the handle in order

to reduce pressure on the hand. The leash is attached to the wrist so the owner has their hands free. It is suitable for dog breeds weighing up to 40 kilograms, states the manufacturer.

### Handgeflochtene Elemente

Die Solid Education-Kollektion von Hunter wurde nun ergänzt. Mit dem unlängst erfolgten Relaunch gingen laut Hersteller Optimierungen wie die Verwendung einer noch besseren Lederqualität einher. Die Produktfamilie umfasst nun erstmals auch eine Re-

trieverleine sowie neue trendige Farben und Varianten. Solid Education ist zwar für Ausbildung und Hundesport entwickelt worden, sei aber auch alltagstauglich. Charakteristisch, so Hunter, sind die in Handarbeit geflochtenen Elemente.

### Hand-woven elements

Additions have been made to the Solid Education collection from Hunter. The recent relaunch has brought optimisations such as the use of even better-quality leather, says the manufacturer. The product family now also includes a retriever leash for the first time as well as trendy new colours and variants. Although Solid Education has been developed for training and dog sport it is also suitable for everyday use. Characteristic, says Hunter, are the hand-woven elements.





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

### Bio-degradable dog bags

The Sustainable People has developed bio-degradable dog bags, 30 per cent of which is made of renewable materials. Thanks to their size (23 x 33 centimetres) and thickness (18 micrometres) the dog bags are particularly secure to handle,

states the manufacturer. The eight small rolls, each suitable for a jacket pocket or common leash clips, are kept together with

a sticker made of cardboard or paper, meaning it is also biodegradable.



### Biologisch abbaubare Hundbeutel

The Sustainable People hat biologisch abbaubare Hundekotbeutel entwickelt, die zu 30 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen her-

gestellt sind. Die Hundekotbeutel bieten durch ihre Größe (23 x 33 Zentimeter) und die dickere Ausführung (18 Mikrometer) ein sicheres Handling, so der Hersteller. Die acht kleinen Rollen, jeweils geeig-

net für die Jackentasche oder gängige Leinenclips, werden mit einem Sticker zusammengehalten, welcher aus Pappe beziehungsweise aus Papier hergestellt und daher ebenfalls biologisch abbaubar ist.

### Protection and safety

For more safety and comfort the Taiwanese company Demby recommends Yeagle Alternative Wheel Gate, a safety guard for dogs. It is attached to the wall with a special mechanism. It also has a door function and can be opened using a two-way locking system on both the left and the right side. The safety guard has two elements that can be positioned at different angles. The mounted wheels make positioning easier. When the safety guard is no longer needed, it can be easily demounted.



### Schutz und Sicherheit

Für mehr Sicherheit und Komfort empfiehlt das taiwanesisches Unternehmen Demby den Yeagle Alternative Wheel Gate, ein Schutzgitter für Hunde. Mit einem speziellen Mechanismus wird es an der

Wand befestigt. Außerdem besitzt es eine Türfunktion und kann über ein Zweiwege-Verriegelungssystem links- und rechtsseitig geöffnet werden. Das Schutzgitter hat zwei Elemente, die in verschiede-

nen Winkeln positioniert werden können. Die angebrachten Räder erleichtern die Positionierung. Wenn das Schutzgitter nicht mehr benötigt wird, kann es einfach abmontiert werden.

### Meets aesthetic requirements

With the market launch of the Scaperline aquarium, Oase is targeting professional aquascapers for the first time. Because aesthetic requirements are at the forefront when designing aquarium landscapes, the aquarium in which the aquascape stands should also meet the same high requirements, says

the company. This is precisely the approach Oase wants to support and provide a frame for artistically set-up underwater landscapes. Scaperline will be available in three sizes for volumes of 75 litres, 180 litres and 250 litres from autumn 2021.



### Genügt ästhetischen Ansprüchen

Mit der Markteinführung des Aquariums Scaperline richtet sich Oase erstmals an die professionelle Zielgruppe der Aquascaper. Da bei der Gestaltung von Aquarienlandschaften ästhetische Ansprüche im Vordergrund

stehen, sollte auch das Aquarium, in dem der Aquascape zu sehen ist, denselben hohen Ansprüchen Rechnung tragen, so das Unternehmen. Genau diesen Ansatz will Oase unterstützen und einen Rahmen für die kunstvoll einge-

richtete Unterwasserlandschaft liefern. Scaperline soll in drei Größen für ein Volumen von 75 Litern, 180 Litern und 250 Litern ab Herbst 2021 verfügbar sein.

### Innovative Inhaltsstoffe

Gemeinsam mit Tierärzten hat Vegdog drei Snacks mit innovativen Zutaten entwickelt: Die Veggies immune mit Sanddorn und Kurkuma sollen für ein starkes Immunsystem sorgen, während die Veggies skincare mit Kelpalge und Hanf Fell und Haut unterstützen. Die Dentals bieten Kauspaß mit Tapioka und Rote Beete. Die nachhaltig in Norddeutschland pro-

duzierten Leckereien für Hunde sind leicht zu teilen und eignen sich auch als Belohnung im Training.



### Innovative ingredients

Vegdog has developed three snacks with innovative ingredients together with vets. Veggies immune with sea buckthorn and turmeric ensure a strong immune system while Veggies skincare with kelp algae and hemp support the coat and

skin. The Dentals make chewing fun with tapioca and beetroot. These treats for dogs are sustainably produced in Northern Germany, easy to divide and are also suitable as rewards during training.

### Hat den Dreh raus

Leckerlies für unterwegs sind in der Snacktasche Multi Twist von Trixie gut aufgehoben. Der Clou an der Polyester Tasche sei der „Twist-Verschluss“, der ein einhändiges Eingreifen ermöglichte, ohne die Tasche zu öffnen. Durch unterschiedlich starkes Eindrehen des Stoffes kann der Zugriff reguliert werden; bei Nicht-Gebrauch verschließt sich die Ta-

sche von selbst, so der Anbieter. Die Snacktasche lässt sich mit einem Schultergurt am Körper oder mit einem Clip am Gürtel befestigen. Erhältlich mit Kotbeutelspender, Karabinerhaken, Außen-taschen und Reflektorelementen.

### Getting the hang of it

There's a great place to keep treats when out and about in the Snacktasche Multi Twist from Trixie. The highlight of the polyester bag is the "Twist Lock" which makes it possible to reach in with one hand without opening the bag. Turning the material with different degrees of force can regulate access. When not in use, the bag closes itself, says the provider. The Snacktasche can be worn with a shoulder strap or attached to a belt with a clip. Available with poop bag dispenser, snap hook, outer bag and reflectors.





## “Country Sessions”

# Sector trends in Western Europe and China

The “Country Sessions” gave interesting insights into developments and trends in the Western European and Chinese markets. Experts from the market research company Euromonitor International took a look at the effects of the Covid-19 crisis. The pandemic has not had the same effects everywhere.

Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF), the organiser of Interzoo, had first offered the “Country Sessions” in Nuremberg in 2018. Now, insights into worldwide developments in the pet sector on the basis of selected regions were also given at Interzoo.digital.

In his presentation about pet markets in Western Europe, Raphael Moreau from Euromonitor International showed that because the coronavirus had caused an increase in domesticity, interest in keeping pets and the relationship with pets had intensified. This could be seen from factors including the growing numbers of cats and dogs, rises in sales of pet supplies and increasing demand for healthy nutrition products, such as treats and mixers.

According to Euromonitor International, last year Germany was in second place in spending on pet supplies with sales of 5.5 billion euros. The United Kingdom was in top spot (5.6 billion euros) followed by France

(5 billion) and Italy (3.4 billion). Despite the unusually high growth in sales last year, the market researchers also expect positive growth from 2021 to 2025 and an increase in expenditure in Western Europe from 28.2 to 29 billion euros. According to Moreau, one driver of growth will also continue to be increasing demand for high-quality premium products, which have contributed to the resilience of sales in the pet market during the coronavirus crisis.

Proportionally, the sales channel e-commerce had gained above all, while despite a great deal of effort classic sales channels in retail had lost. As a result, many companies would have to count much more on multi- and omni-channel strategies, said Moreau. Individualised products, subscription and member-based customer loyalty schemes, as well as disruptive online business models, would play an elementary

role here, he continued. One central concern of consumers in the future, according to Euromonitor, will also remain the issue of sustainability and the ethical credibility of businesses. In the light of this, natural recipes and organic products would continue to gain importance.

1.4 billion people currently live in China. Many of them have a pet. Visitors to Interzoo.digital were able to find out how the pet market is developing in the Middle Kingdom at the “Country Session China”.

Miranda Zhou from Euromonitor International gave her listeners an overview of the Chinese pet market. In 2020, sales equivalent to about nine billion euros were made there, about 60 per cent of which was spent on dog and cat food.

However, in contrast to the German pet market, for example, the Chinese pet market has not grown as strongly during the Covid-19

pandemic. A general economic downturn and worries about their own tight incomes have led to the Chinese tending to put pets into the background. The cat population grew by about nine per cent in 2019, but in 2020 this was only about three per cent. The dog population even declined last year. If the Chinese economy slowly recovers in 2022, however, Zhou forecast more growth in pet populations again.

While the total Chinese market for pet food and supplies suffered during the pandemic, e-commerce had profited. As early as 2019, the majority of sales in the sector there were made via e-commerce. This share grew further during the coronavirus crisis. From 2019 to 2021, the share of sales of this distribution sector have grown by a healthy ten percentage points to 61 per cent. In 2021, only one quarter of

sales in China will be realised by bricks-and-mortar pet retail.

What’s also interesting is that young Chinese people living in cities have a high affinity for technology. The pet sector is following this target group and is developing more and more pet-tech for people and animals. These electronic devices can frequently be controlled with smartphones, thus fitting in with the everyday lives of Chinese pet owners. Miranda Zhou assumes there will be many new products to buy in this market segment in the future.

Other trends in the pet sector, according to Zhou, include high-protein nutrition, raw meat and frozen and air-dried products. Domestic providers are also gaining market share. These Chinese companies offer similar products to those imported to China from abroad, but at a lower price.







## „Country Sessions“

# Branchentrends in Westeuropa und China

Bei den „Country Sessions“ gab es für Interessierte Einblicke in Entwicklungen und Trends der Märkte in Westeuropa und China. Die Experten des Marktforschungsunternehmens Euromonitor International warfen auch einen Blick auf die Auswirkungen der Corona-Krise. Die Pandemie wirkte sich nicht überall gleich aus.

Die Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) als Veranstalterin der Interzoo hatte die „Country Sessions“ erstmals 2018 in Nürnberg angeboten. Auch bei der Interzoo.digital gab es nun Einblicke in die weltweite Entwicklung der Heimtierbranche anhand ausgewählter Regionen.

Raphael Moreau von Euromonitor International zeigte in seinem Vortrag über die Heimtiermärkte in Westeuropa, dass die Corona-bedingte Zunahme von Häuslichkeit das Interesse für Heimtierhaltung und die Beziehung zu Heimtieren intensiviert hat. Dies sei unter anderem erkennbar an der wachsenden Anzahl von Katzen und Hunden, den Umsatzsteigerungen im Heimtierbedarf und der zunehmenden Nachfrage nach gesundheitsfördernden Ernährungsprodukten wie zum Beispiel Treats.

Laut Euromonitor International lag im vergangenen Jahr Deutschland mit 5,5 Milliarden Euro Umsatz nach Großbritan-

nien (5,6 Milliarden Euro) auf Platz zwei bei den Ausgaben für Heimtierbedarf, gefolgt von Frankreich (5 Milliarden) und Italien (3,4 Milliarden). Trotz des außergewöhnlich hohen Umsatz-Wachstums im vergangenen Jahr, erwarten die Marktforscher auch für die Jahre 2021 bis 2025 ein positives Wachstum und eine Steigerung der Ausgaben in Westeuropa von 28,2 auf 29 Milliarden Euro. Ein Wachstumstreiber werde laut Moreau auch weiterhin die zunehmende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Premium-Produkten sein, die in der Corona-Krise zur Resilienz der Umsätze im Heimtiermarkt beigetragen haben.

Anteilig habe vor allem der Vertriebskanal E-Commerce zugelegt, während die klassischen Vertriebswege im Einzelhandel trotz vieler Bemühungen Marktanteile verloren hätte und daher viele Unternehmen in Zukunft verstärkt auf Multi- und Omnichannel-Strategien setzen müssten, so Moreau. Dabei würden individualisierte Produkte, abo-

nenbindungsmaßnahmen sowie disruptive Online-Geschäftsmodelle eine elementare Rolle spielen. Ein zentrales Anliegen der Verbraucher bleibt laut Euromonitor auch zukünftig das Thema Nachhaltigkeit und die ethische Glaubwürdigkeit von Unternehmen. Im Zuge dessen werden natürliche Rezepturen und Bio-Produkte weiter an Bedeutung gewinnen.

In China leben derzeit rund 1,4 Milliarden Menschen. Viele von ihnen haben ein Heimtier. Wie sich der Markt rund um Heimtiere im Reich der Mitte entwickelt, konnten Besucher der Interzoo.digital bei der „Country Session China“ erfahren.

Miranda Zhou von Euromonitor International verschaffte ihren Zuhörern einen Überblick über den chinesischen Heimtiermarkt. 2020 wurden dort umgerechnet rund neun Milliarden Euro umgesetzt, rund 60 Prozent davon für Hunde- und Katzenfutter.

Allerdings ist der chinesische Heimtiermarkt anders als beispielsweise der deutsche während der

Covid-Pandemie nicht so stark gewachsen. Ein allgemeiner wirtschaftlicher Abschwung und die Sorge um die eigenen knappen Einkommen führten bei den Chinesen dazu, dass Heimtiere etwas in den Hintergrund rückten. Wuchs die Katzen-Population 2019 noch um etwa neun Prozent, waren es 2020 nur noch rund drei Prozent. Die Hundepopulation schrumpfte im vergangenen Jahr sogar. Sollte sich die chinesische Wirtschaft im Jahr 2022 langsam erholen, prognostiziert Zhou jedoch wieder größere Zuwächse bei den Heimtierpopulationen.

Während der chinesische Gesamtmarkt für Heimtierernährung und -bedarf während der Pandemie litt, hat der E-Commerce-Bereich profitiert. Schon 2019 lief der Großteil des Umsatzes der dortigen Branche über E-Commerce. Während der Corona-Krise ist dieser Anteil noch gewachsen. Von 2019 bis 2021 ist der Umsatz-Anteil dieser Vertriebsparten um satte zehn Prozentpunkte auf 61 Prozent angewachsen. 2021

wird nur noch ein Viertel des Umsatzes in China vom stationären Zoofachhandel realisiert.

Auch interessant: Junge Chinesen, die in Städten leben, sind sehr technikaffin. Die Heimtierbranche folgt dieser Zielgruppe und entwickelt immer mehr Pet-Tech für Mensch und Tier. Diese Elektrogeräte lassen sich häufig über Smartphones steuern und fügen sich so in die Lebenswelt chinesischer Heimtierhalter ein. Miranda Zhou geht davon aus, dass es in Zukunft viele neue Produkte in diesem Markt-Segment zu kaufen geben wird.

Weitere Trends im Heimtierbereich sind laut Zhou etwa Nahrung mit hohem Proteingehalt, rohes Fleisch sowie gefrier- und luftgetrocknete Produkte. Auch gewinnen inländische Anbieter Marktanteile. Diese chinesischen Unternehmen bieten ähnliche Produkte an, wie sie aus dem Ausland nach China importiert werden, allerdings zu einem günstigeren Preis.





## Comments about Interzoo.digital

# There's really something going on here...

Interzoo.digital - four exciting days. Even if trade fair attendees didn't have to suffer from tired legs, it didn't mean there was nothing to do. On the contrary - most visitors and exhibitors were surprised how lively things were on the platform.

The opening, morning welcome, press conferences and video calls brought trade fair flair to working from home. Anyone eagerly using the functions and presentations offered by Interzoo.digital quickly noticed that they relatively easily generated activities and contacts

by doing so. So it was no wonder that some people found attending the trade fair digitally to be even more stressful than a real walk around a trade fair. Overall, however, most trade fair attendees were positively surprised at how eventful and international the platform was.

There were only a few really negative comments. Some think digital trade fairs in general are not yet fully developed. The technology caused problems here and there, but the severity of these problems was rated differently. Some thought it wasn't such a big deal if there was

the odd snag, because this also isn't any different from video calls. The majority of attendees were satisfied with events at the trade fair and thought their expectations had been met. And of course, the predominant opinion of trade fair attendees was that

meeting in person, social contact and experiencing things directly simply couldn't be replaced. Nevertheless, many of them wanted this format to be retained in some form.

### Voller Erfolg

Die digitale Ausgabe der Interzoo war für uns ein voller Erfolg. Wir hatten die Möglichkeit, einige neue Kontakte zu knüpfen und gleichzeitig nette Gespräche mit unseren Partnern zu führen. Zum ersten Mal seit langer Zeit konnten wir unsere GPS-Tracker wieder interessierten Messegängern zeigen. Die Präsentationen waren natürlich begrenzt auf kurze Video-Meetings, was uns aber nicht daran gehindert hat, die Produkte vorzuführen und alle aufkommenden Fragen zu beantworten. Wir konnten über 50 neue Kontakte für den deutschen Raum knüpfen. Aber auch in unseren anderen Partnerländern haben sich einige neue Möglichkeiten durch die Interzoo.digital ergeben. Unter anderem konnten wir neue Partner in Frankreich, Belgien, Italien, Spanien, Irland und sogar Estland finden. Zudem gab es im Programm der Messe einige sehr interessante Vorträge und Diskussionen, die wir verfolgt haben.



**Victor Voisin,**  
Business Development  
Manager Germany Weenect

### Complete success

The digital edition of Interzoo was a complete success for us. We had the opportunity to make some new contacts and hold discussions with our partners at the same time. For the first time in a long time, we were able to show our GPS Tracker to interested trade fair visitors again. The presentations were limited to short video meetings, of course, but that didn't stop us from demonstrating the products and answering all the questions that came up. We were able to make over 50 new contacts in German-speaking countries. And some new opportunities also opened up in our other partner countries through Interzoo.digital. Among others we were able to find new partners in France, Belgium, Italy, Spain, Ireland and even Estonia. In addition, there were some very interesting presentations and discussions in the trade fair programme, which we followed.

### Tinder für Tierbusiness

Bereits der erste Messtag war fantastisch. Ich weiß nicht, wie es bei anderen ist, aber ich genieße es. Tinder für Tierbusiness. Es ist Fakt, dass, wenn man nichts macht, auch nichts passiert. Wenn man aktiv ist, dann passiert viel.

### Tinder for animal business

Already the first day of the trade fair was fantastic. I don't know about anyone else, but I enjoyed it. Tinder for animal business. It's a fact that if you do nothing, nothing will happen either. If you're active, a lot happens.

**Eva Jarosova-Korte,**  
Founder Blepi Marketplace

### Great communication

As a start-up company Primofood was able to attend Interzoo for the first time and do so straight away in the Interzoo.digital format. Because this format was completely new for everyone involved, I'd like to say thank you to the entire online trade fair team for the great support. We received active and expert support in all questions and were thus able to master our first online trade fair attendance very well. The multitude of opportunities provided enabled us to have great communication with those interested in us. All communications - whether in the exhibitor room or in chat - worked flawlessly around the clock. Primofood learned to really appreciate digital Interzoo.

**Steffen Hock, Primofood**

### Tolle Kommunikation

Primofood durfte als Start-up-Unternehmen das erste Mal bei der Interzoo teilnehmen und das gleich in dem Format Interzoo.digital. Da dieses Format für alle beteiligten Personen völlig neu war, möchte ich mich für die tolle Unterstützung des gesamten Online-Messe-Teams bedanken: Bei allen Fragen wurden wir tatkräftig und kompetent unterstützt und konnten so unseren ersten Online-Messeauftritt sehr gut meistern. Die Vielzahl an bereitgestellten Möglichkeiten ermöglichte uns eine tolle Kommunikation mit unseren Interessenten. Alle Kommunikationen - ob im Ausstellerraum oder im Chat - haben rund um die Uhr einwandfrei funktioniert. Primofood hat die digitale Interzoo sehr schätzen gelernt.

### Would do it again

We had a really good trade fair and made some great contacts. International customers were also strongly represented. We would definitely do it again next time.

**Anke Domaske,**  
Manager Q-Pet



### Würden wieder mitmachen

Wir haben eine sehr gute Messe gehabt und tolle Kontakte geknüpft. Internationale Kunden waren auch sehr stark vertreten. Wir würden beim nächsten Mal auf jeden Fall wieder mitmachen.





Stimmen zur Interzoo.digital

# Ganz schön was los hier...

Interzoo.digital - das waren vier spannende Tage. Auch wenn die Messteilnehmer nicht unter müden Beinen zu leiden hatten, hieß das nicht, dass es nichts zu tun gab. Im Gegenteil - die meisten Besucher und Aussteller waren überrascht, wie lebendig es auf der Plattform zuging.

Eröffnung, Morning Welcome, Pressekonferenzen oder Videocalls sorgten für Messeflair im Homeoffice. Wer die angebotenen Funktionen und Präsentationen der Interzoo.digital eifrig nutzte,

merkte schnell, dass er dadurch relativ leicht Aktivitäten und Kontakte erzeugte. Kein Wunder also, dass einige die digitale Messepräsenz sogar anstrengender empfanden als den realen Gang über eine Messe.

Insgesamt waren die meisten Messteilnehmer aber positiv überrascht, wie bewegt und international die Plattform war.

Es gab es nur wenige wirklich negative Stimmen. Manche halten di-

gitale Messen grundsätzlich für noch nicht so ausgereift. Die Technik machte hier und da mal Probleme, was aber als unterschiedlich schlimm eingestuft wurde. Manche fanden es nicht weiter tragisch,

wenn es mal hakete, da man dies auch von Videocalls nicht anders kenne. Das Gros der Teilnehmer war mit dem Messegesehen zufrieden und sah seine Erwartungen erfüllt. Und natürlich, so die überwiegende Meinung der Messebeteiligten, sei das persönliche Treffen, der soziale Kontakt und das direkte Erleben einfach durch nichts zu ersetzen. Dennoch wünschten sich viele, dass dieses Format in irgendeiner Form beibehalten wird.

## Value added for the sector

The digital trade fair was really good but definitely not nearly as intensive as a physical trade fair. First of all, everyone has to understand the possibilities of the platform. However, the technical implementation was done really well. I really liked the networking aspect above all and long-term, it will definitely provide value added for the sector. Otherwise, I didn't have so much time to deal with everything intensively. After all, you're sitting in the office and everyday work also carries on there. And some of the big players, who are normally there, were missing, I think that's a real shame.

**Konstantin Kaysser,**  
Managing Director  
Kaysser Heimtiernahrung

## Mehrwert für die Branche

Die digitale Messe war ganz gut, aber sicherlich lange nicht so intensiv wie eine Präsenzmesse. Die Möglichkeiten der Plattform muss man auch erstmal alle verstehen. Allerdings war die technische Umsetzung wirklich gut gemacht. Vor allem der Aspekt der Vernetzung gefällt mir sehr gut und ist sicher auch langfristig ein Mehrwert für die Branche. Ansonsten hatte ich nicht so viel Zeit mich intensiv mit allem zu beschäftigen. Man sitzt eben im Büro und da geht der Alltag auch weiter. Und es fehlten viele Große, welche normalerweise da sind, das finde ich sehr schade.

## We are not dissatisfied

We are not dissatisfied, but this event did not meet the expectations we would have of a physical trade fair. Respect to the organiser for all the effort that went into arranging the event. There's definitely potential to optimise the platform. I think the idea should be developed towards setting up this platform as a permanent "shop window", so to speak, where the industry can show its products and specialist retailers have a compact information basis.



**Carsten Weerts,**  
Sales Manager Allico

## Wir sind nicht unzufrieden

Wir sind nicht unzufrieden, jedoch bleibt diese Veranstaltung hinter den Erwartungen einer Präsenzmesse zurück. Respekt vor dem Veranstalter für die Leistung, die zur Organisation der Veranstaltung erbracht wurde. Optimierungspotenzial auf der Plattform gibt es sicherlich. Ich denke, dass man den Gedanken dahingehend weiterentwickeln sollte, diese Plattform quasi als dauerhaftes „Schaufenster“ einzurichten, indem die Industrie ihre Produkte zeigen kann und die Fachhändler eine kompakte Informationsbasis haben.

## Einige haben nicht geantwortet

Leider hat uns die Interzoo digital nicht so gut gefallen, einige Firmen haben nicht geantwortet, viele Mitarbeiter waren nur stundenweise erreichbar. Die Bedienung der Seite war sehr schlecht, keine Angebote der Firmen auf den Seiten einsehbar, Anfragen wurden nur teilweise beantwortet. Die Seiten waren sehr unübersichtlich, man konnte nach dem Anklicken einer Firma, nicht da weitermachen, wo man aufgehört hatte, sondern die Seite startete wieder ganz von vorne. Es war sehr mühselig und zeitaufwendig.

**Firma Packbier**

## Some people didn't answer

Unfortunately, we didn't like Interzoo digital so much. Some companies didn't answer, many employees could only be reached by the hour. The way the site operated was very bad, no quotations from companies could be seen on the site, enquiries were only partially answered. The site was very confusing, after clicking on a company you couldn't carry on where you'd left off but had to start the page right from the beginning again. It was very cumbersome and time-consuming.

## Spannendes Experiment

Die erste Interzoo.digital war ein spannendes Experiment, auf das wir uns bei Oase alle sehr gefreut haben. Entsprechend haben wir viel Aufwand betrieben, um unseren digitalen Besuchern das bestmögliche Messeelebnis zu bieten, beispielsweise durch eigens produzierte Produktvideos. Leider gab es hier und da technische Schwierigkeiten im Messe-Portal und das persönliche Gespräch am Produkt kann eine digitale Messe nur schwer ersetzen. Auch waren wir überrascht, dass viele Hersteller aus der Aquaristik gar nicht an der Messe teilgenommen haben.

Für Oase ist jedoch klar, dass wir uns immer für eine lebendige Aquaristik-Branche einsetzen werden.



**Matthias Oetting,**  
Director Marketing Oase

## Exciting experiment

The first Interzoo.digital was an exciting experiment that everyone here at Oase was really looking forward to. Accordingly, we put in a lot of effort to offer our digital visitors the best possible trade fair experience, for example, by producing our own product videos. Unfortunately, there were technical difficulties here and there on the trade fair portal and it is very difficult for a digital trade fair to replace meetings in person about products. We were also surprised at how many aquarium manufacturers did not attend the trade fair at all. However, for Oase it is clear that we will always commit ourselves to maintaining a lively aquarium sector.



## Zahlreiche Standbesucher

Gemeinsam haben wir uns auf ein spannendes Experiment eingelassen. Wir haben uns davon überzeugen können, wie viel digitales Potenzial in unserer einzigartigen Branche steckt und was möglich ist, wenn äußere Umstände sowohl Unternehmen als auch jeden Einzelnen von uns zu kreativen Lösungen, neuen Kommunikationswegen und flexiblem Handeln herausfordern. Das Feedback der zahlreichen Besucher an unserem Stand, darunter eine erfreuliche Menge neuer Interessenten, war durchweg positiv.



**Jörg Kleinberg,**  
Head of International Sales  
and Marketing at Hunter

## Lots of stand visitors

We embarked on an exciting experiment together. We have been able to convince ourselves just how much digital potential there is in our unique sector and what is possible if external circumstances challenge companies and also every single one of us to find creative solutions, new communication paths and to act flexibly. The feedback from the numerous visitors to our stand, including a pleasing number of new potential customers, was thoroughly positive.

## Saves money and time

After some initial scepticism, I was positively surprised. Qualified enquiries were made and qualified partners were there. I like this. I'm convinced we will be able to combine stationary and digital well in the future. That will save money and, above all, time. Nevertheless, I am a friend of being able to see and feel products. The thing with feeling is still difficult to solve digitally. Which is why I believe in hybrid systems. The world is going hybrid and this is one of the first steps.



**Alexander Gerards,**  
Managing Director  
Dr. Clauder

## Spart Geld und Zeit

Nach anfänglicher Skepsis bin ich positiv überrascht worden. Es waren qualifizierte Anfragen und Partner unterwegs. Das gefällt mir. Ich bin davon überzeugt, dass wir in Zukunft stationär und digital in eine gute Kombination bringen können. Das spart Geld und vor allem Zeit. Dennoch bin ich ein Freund davon, Produkte sehen und fühlen zu können. Das mit dem Fühlen ist digital noch schwer zu lösen. Daher glaube ich an hybride Systeme. Die Welt wird hybrid und das ist einer der ersten Steps.

## Interessante Kontakte identifizieren

Wir gehören zur Gruppe derer, die von der Messe geradezu begeistert sind. Man muss zwar selbst einiges pro-aktiv tun, damit Bewegung reinkommt. Aber mithilfe der Besucherliste im Back Office, dem Lead Finder und so weiter kann man sehr gut filtern und interessante Kontakte identifizieren. Und man muss nicht mehr von einer Halle zur nächsten hetzen.



**Sören Meissner,**  
Marketing  
The Sustainable People

## Identifying interesting contacts

We are among the group of those who are really enthusiastic about the trade fair. Although you do have to do something proactive yourself to get things moving. But with the help of the visitors list in the Back Office, the Lead Finder and so on you can filter very well and identify interesting contacts. And you don't have to run from one hall to the next any more.



# Interzoo 2022

37. International Trade Fair for Pet Supplies



## SAVE THE DATE!

24 – 27 May 2022  
Nuremberg, Germany

[INTERZOO.COM](http://INTERZOO.COM)

FOLLOW US!



Admission granted to  
authorised trade visitors only.

Organizer



Honorary sponsor



Organization

NÜRNBERG MESSE