



Der Veranstalter der Zoomark, BolognaFiere, blickt positiv auf die vom 11. bis 14. Mai 2017 dauernde B2B-Messe in Bologna zurück. Die italienische Fachhandelsmesse, die alle zwei Jahre jeweils im interzoofreien Jahr stattfindet, zeigte ähnliche Produktrends wie sie auch im deutschen Markt zu finden sind. Ebenfalls auffällig war eine international geprägte Aussteller- und Besucher-Entwicklung.

Die Stimmung unter den Ausstellern war recht gut, der Betrieb in den Messehallen ordentlich. Wie viele Besucher letztendlich auf die Zoomark 2017 kamen, bleibt allerdings offen, da die Messe in ihrem Abschlussbericht keine konkreten Besucherzahlen bekannt gab. Man verwies lediglich auf eine steigende Zahl an internationalen Be-

suchern: Um 36 Prozent sei die Zahl der ausländischen Einkäufer und Branchenvertreter aus 100 Ländern gestiegen. In den fünf Messehallen mit einer Fläche von 50.000 qm präsentierten sich 735 Aussteller (+17% gegenüber 2015), davon kam mehr als die Hälfte (479) von außerhalb Italiens. Vertreten waren Firmen aus 42 verschiedenen Ländern, darunter China (116 Aussteller) USA (65), Großbritannien (51) Deutschland (51) und Frankreich (21) - ein Großteil davon präsentierte sich auf Gemeinschaftsständen.

ein deutlicher Fokus auf Hunde- und Katzenprodukte mit starker Tendenz zur Humanisierung: Festagessen, Weihnachtsstrümpfe, Hunde-Bier, Snack-Produkte, veganes Futter, Mode mit Swarovski-Steinen.... Hochwertiges Futter mit Rohstoffen in Lebensmittelqualität, hohem Fleischanteil und ge-



Hochwertige Hunde-Snacks sind auch in Italien sehr gefragt.

Einen ersten Überblick zu den Messehighlights bot die „Prodotti Novità“, die Produkt-Schau in Halle 14. Hier konnten die Aussteller ihre Neuheiten kompakt vorstellen. Die Entwicklungen sind vergleichbar mit deutschen Markttrends. Auch in Italien zeigt sich





Für deutsche Unternehmen ist Italien ein sehr interessanter Markt.

treidelfrei sowie Nahrungsergänzungen prägen ebenfalls das Angebot. Zunehmend Anwendungsmöglichkeiten findet das Thema Digitalisierung: ein sogenannter Smart Pet Bowl zur Kontrolle einer diätischen Ernährungsweise, ein GPS-Tracker, mit dem das Tier lokalisiert werden kann, oder Petcube, ein System, mit dem man Hunde und Katzen bespielen, trainieren oder einfach beobachten kann. Die Vernetzung - Heimtier 4.0 - ist vermutlich nur noch eine Frage der Zeit. Vielleicht ein wenig stärker vertreten, da vom italienischen Geschmack begünstigt, dürften Produkte aus Kunststoff sowie spezielles Lifestyle-Zubehör sein.

Für viele deutsche Unternehmen wie animonda, Bewital oder Vitakraft ist der Markt südlich der Alpen schon seit langem interessant, hat sich die Handelsstruktur dort bislang nicht so drastisch verändert wie hier zu Lande. Noch gibt es etliche kleine inhabergeführte Geschäfte, auch wenn die Entwicklung zu Ketten und Großflächen natürlich auch vor Italien nicht Halt macht. Andere Unternehmen, z.B. Pets



Lifestyle-Produkte für die Katze.

Nature, Hugro oder JR-Farm, die zum ersten Mal auf der Zoomark ausstellten, wollen ihre Aktivitäten in Italien künftig ausweiten.

Sonderfläche „Aqua Project“

Zum ersten Mal seit vielen Jahren gab es diesmal ein Schwerpunktthema „Aquaristik“ auf der Zoomark. Viele Aussteller stellten auf der Eventfläche in Halle 19 eingerichtete Aquarien zur Schau. Der Blickfang hier war ein beeindruckend großes und schönes Aquarium. Es wurde zu einem wahren Publikumsmagneten für alle Messebesucher. Neben Präsentationen zur Einrichtung von perfekten Scapes an vier Messetagen durch das Team ITAU, wurden auch die Möglichkeiten des Erlebnisshoppings und die Präsentation von Aquarien in Verkaufsräumen thematisiert. Aquaristik braucht Emotio-

In vier Tagen zum perfekten Scape war das Ziel! Worauf es bei der Gestaltung ankommt, lernten die Zuschauer bei den praktischen Vorführungen.

nen und muss die Sinne der Besucher ansprechen, sie muss technisch einfach sein und sollte zu einem eigenen, natürlich gestalteten Mikrokosmos im Wohnbereich werden. Hierzu konnten die Fachbesucher an allen Tagen Vorträge und Präsentationen namhafter Autoren hören und mit den Fachleuten ins Gespräch kommen.

Auch in Italien hat es in den letzten Jahren einen massiven Schwund an kleinen und mittelständischen Aquaristikbetrieben gegeben. Aufgefangen wurde dies nur zum Teil durch Gartenträgereien. Mit dem „Aqua Project“ wollten die Messeveranstalter den Fokus wieder ein wenig mehr auf das Thema Aquaristik in der Zoofachbranche lenken und spannten so einen Bogen zu alten Traditionen - denn die erste Zoomark 1989 in Florenz präsentierte sich fast ausschließlich mit Austellern aus diesem Segment. Ein bisschen mehr Aquaristik und Terraristik könnte die Messe schon noch gebrauchen, um neben Hund und Katze auch noch ein paar andere Bereiche des Zoofachhandels gut zu repräsentieren. sg/kg



Blickfang für alle Messebesucher war das Aquarium inmitten der Eventfläche der Halle 19.

Marktdaten Italien

Die 10. Ausgabe des ASSALCO Zoomark Report veröffentlichte die aktuellen Zahlen zum italienischen Heimtiermarkt: Der Hunde- und Katzenfutterbereich macht mit 2 Mrd. Euro (+2,7 % gegenüber 2015) das größte Geschäftsvolumen innerhalb des gesamten Petfood-Marktes aus und entspricht rund 560.000 t verkauftem Futter (+1,3 %). In den Haushalten leben über 60 Mio. Heimtiere: 7,5 Mio. Katzen, 7 Mio. Hunde, 12,9 Mio. Vögel, 1,8 Mio. Kleinsäuger, 30 Mio. Fische und 1,3 Mio. Reptilien.

