



Spürbar gute Laune herrschte drei Tage bei der 21. Ausgabe der Zoomark in Bologna.



Beeindruckendes Wachstum

Von smarterer Pet-Tech bis zu nachhaltigem Design: Die Zoomark 2025 zeigte in zehn Hallen, wie vielfältig, innovativ und global die Heimtierbranche heute aufgestellt ist.

Die 21. Ausgabe der Zoomark wartete erneut mit Superlativen auf: Die internationale Fachmesse für Heimtierernährung und -pflege im norditalienischen Bologna hat mit fast 31.000 Besuchern alle Erwartungen übertrafen, über 64 Prozent kamen aus dem Ausland. Bereits 2023 hatte die Messe mit knapp 28.000 Besuchern ihren Ruf als „Interzoo Italiens“ gefestigt.

Zum Erfolg der Zoomark trug nicht zuletzt die anregende, engagierte und produktive Atmosphäre während der drei Messtage bei. Von Klagen über

politische oder wirtschaftliche Unwägbarkeiten war nichts zu spüren – stattdessen herrschte eine trotzig-jetzt-erst-recht-Stimmung und spürbar gute Laune bei Ausstellern wie Besuchern.

Starkes Wachstum

Ein neues und modernes Konzept band die Besucher durch drei thematische Pfade und über 80 Veranstaltungen auf vier Bühnen in den zehn ausgebuchten Hallen stärker ein. Kaum war die Messe vorbei, gingen bereits die Buchungen der Aussteller ein –

die nächste Veranstaltung findet vom 10. bis 12. Mai 2027 statt.

In den letzten Jahren ist die Zoomark stark gewachsen, 2025 markierte einen weiteren Sprung: 1.268 Aussteller, darunter 43 Start-ups, belegten 90.000 m² – ein Plus von 23 Prozent bei den Ausstellern und 32 Prozent bei der Fläche im Vergleich zu 2023. Die Unternehmer kamen aus 56 Ländern, hauptsächlich aus Europa, aber auch aus den USA, Asien und dem Nahen Osten. Unter den Einkäufern aus 120 Ländern waren viele Einzelhändler, Zoofachhändler, Ketten und Importeure.



Foto: Dähne Verlag, Foto-Götz

Mit dem Greenmark-Pfad, entwickelt mit der Pet Sustainability Coalition (PSC), wurde ein Rundgang zu umweltfreundlichen Lösungen geschaffen. Der Pfad Italian Style hob Design, Qualität und Kreativität hervor, Tech for Future zeigte zukunftsweisende Ideen.

Wie gewohnt präsentierte die Zoomark das Beste aus der internationalen Heimtierherstellung: schonend gegartes Futter, alternative Inhaltsstoffe, Monoproteine, funktionelle Diäten und eine große Auswahl an Snacks. Natürlich waren auch Futter und Zubehör für Vögel, Kleintiere, Fische und exotische Heimtiere vertreten.

Auch die Länder-Pavillons waren beliebte Anlaufpunkte. Neben den USA waren Großbritannien, Polen und die Tschechische Republik, Südkorea, Indien und gleich fünfmal China vertreten. Bei den Kanadiern gab es großes Interesse beiderseits, mehr miteinander zu handeln. Die Stan-

dards bei dem bereits EU-zertifizierten Hunde- und Katzenfutter seien sehr hoch, betonte Christine Carrière, Präsidentin des Industrieverbands Pets Canada. Was für kanadische Hersteller spricht? „Vertrauenswürdigkeit, hohe Qualität und Stabilität.“

Sechs Sonderbereiche

Pet Vision war erneut das Herzstück der Veranstaltung. Der faszinierendste Sonderbereich bot etwa 500 neue Produkte. Bei einem Wettbewerb wurden die besten Produkte aus den vier Megatrends des Sektors ausgezeichnet.

Zu den innovativsten Produkten gehörten Zubehör und Produkte, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind und aus recycelten oder wiederverwerteten Materialien hergestellt werden, wie etwa eine Reihe von Geschirren und Leinen aus Kork, interaktive Spielzeuge und technologische Geräte wie das erste Smartphone für Haustiere oder automatische Futter- und Wasserspender, die mit den elektronischen Geräten der Haustierbesitzer verbunden sind. Aina Reljic aus Slowenien zeigte mit „Pawzler“ ein Hundepuzzle, das mit dem Slogan „wie Legos für Hunde“ beworben wurde – zur mentalen Stimulation und Verhaltensförderung.

Next 5.0 zeigte die spannendsten Pet-Tech-Ideen junger Startups, von Ernährung über Pflege, KI-Apps und Überwachung bis zu IoT, Spielen und Unterhaltung. Den Next Award for Pet Innovators gewann Mirko Bretto mit „Carepet“, einem smarten Hundebett mit Vitalsensoren und App-Anbindung.

Die Gewinner von Pet Vision

In der Kategorie Preis-Leistung setzte sich „Visiofocus Animal“ (Bild) durch, ein kontaktloses Infrarotthermometer der Firma Tecnimed, das die Temperatur direkt am Auge misst.

Green Transition: zu 100 Prozent Lunchboxen für Hunde und Katzen von Viozois, die keine Verbundstoffe enthalten und Umweltverträglichkeit, Benutzerfreundlichkeit und optimale Nahrungskonservierung kombinieren.

Gehirn & Gesundheit: Natsbi Steamed Dog von Gosbi Pet Food, ein Hundefutter mit einem hohen Fleisch- oder Fischanteil, schonend gedämpft, um die Nährstoffe zu erhalten, ohne dass es gekühlt oder eingefroren werden muss.

Mini Mania: „Linea Fien“i von Mantovani Pet Di Ausion, ein Sortiment an natürlichem Heu und Snacks für Nagetiere, hergestellt aus pflanzlichen Zutaten und sonnengetrocknetem Heu.



Foto: Dähne Verlag, Mengedöhr

Neu war der Bereich Factory, der Fachleute aus Einkauf, F & E und Produktion anlockte. Anspruchsvollere Einkäufer und Einzelhändler fanden auf der Sonderfläche Atelier exklusive, hochwertige und handwerklich gefertigte Produkte.

Ein großer Erfolg war auch die Sonderfläche Pawfect, die der Welt der Hundepflege gewidmet war. Auf einer Bühne fanden Pflegeseminare, Shows, Hundemasage und Auftritte der On Hair Dog Edition statt – dieses Format von Zoomark und Cosmoprof stellte die modernsten Pflegetechniken und -trends vor. Der Bereich Aqua Project in Zusammenarbeit mit der AIPA (Associazione Italiana Piccoli Animali) war den Aquarien und Terrarien gewidmet und zeigte die wichtigsten Innovationen in diesem Bereich. ■