

ZoorfExpo 2023

Text: Gabriella Ekström Foto: Laila Vestlie och Gabriella Ekström

ZoorfExpo 2023 är över. För elfte gången i ordningen har Skandinavien zootransch samlats för att nätverka, upptäcka nyheter och lära sig mer om produkterna, lyssna på föredrag och såklart för att beställa varor till sina butiker. Som alltid var det en glad skara grossister, tillverkare, leverantörer och butiker som möttes under de två helgdagarna.

Det känns alltid otroligt, när man ser den enorma mängd material som väntar på att bli uppackat, truckar som far omkring och hyllor och skyltar som reses, att detta ska bli en mäs

montrar och funderar över hur de allra bäst kan utnyttja ytan för att synas och höras bland alla andra. Strategierna är många. En del väljer att ställa upp ett bord och helt enkelt rada upp sina produkter där. Man brukar ju säga att man låter produkten tala för sig själv, men i verkligheten krävs det såklart att även företagsrepresentanten kan tala såväl för sig själv och produkten och att denne ger kunden ett varmt mottagande. Andra har

av naturliga skäl allt för många produkter för att kunna visa dem på ett bord, här krävs montrar så stora att det känns för besökaren som att denne kliver in i en helt ny produktvärld.

Trots röran när man bygger mässan blir det alltid klart. Redan på fredagskvällen börjar man ana hur bra det ska bli, och när mässpersonalen lägger ut de stora gångmattorna och börjar städa så framträder ett högst tillfälligt, men verkligt zoo-universum som under två dagar ska ge besökarna inspiration, utbildning och förhoppningsvis ett uppdaterat sortiment.

Utställare och besökare

73 företag från tio länder ställde ut på ZoorfExpo 2023, ett rejält hopp upp från 2021 års siffra, som av naturliga anledningar var decimerad då pandemin hindrade många utländska utställare att resa till Sverige. Även jämfört med rekordåret 2019 som såg 67 utställare är detta en ökning med 9%.

Även bland besökarna såg vi en rejäl ökning med 1100 individuella personer kopplade till branschen registrerade. Den största delen av besökarna kom från svenska butiker och företag, följt av Norge och sedan övriga nordiska länder. De mest långväga besökarna kom från Taiwan, och även länder som Ukraina, Tyskland, Nederländerna, Belgien och Polen noterades.

Mest långväga utställare var företaget Petfest som ställde ut sitt varumärke Dogfest. De hade rest ända från Dubai för att besöka Sverige och ZoorfExpo i sitt sökande efter en distributör.

”Vi ställde ut på ZoorfExpo för att demonstrera vårt varumärke inför en professionell publik,” förklarade Olga Moroz, försäljningschef på företaget. ”Den skandinaviska marknaden är ett väldigt attraktivt landskap för produkter



Föreningen Nationalkatten informerade om europékatten och lät alla besökare bekanta sig med den svenska nationalrasen.



Hallen kändes öppen och inbjudande, här fanns plats både för människor och djur.

som våra. Här finns en avsevärd mängd husdjur i kombination med ägare som bryr sig mycket om sina djur, och lovande tillväxtsiffror.” Hon berättar vidare att de under mässan nådde sina förhandsmål och att de hade produktiva möten med möjliga samarbetspartners.

”Vi är mycket nöjda med helhetsupplevelsen av mässan. Vi är erfarna utställare och önskar berömma arrangörerna för den höga professionella nivå de visade. Vår monter var byggd exakt enligt önskemål, vi stötte inte på några förseningar och det märktes att mässan var noggrant planerad.”

Ett företag som ställde ut på mässan för första gången var Humle och ägaren Tobias Helmin berättar att företaget är relativt nystartat. De har hållit på i tre år och deras produkter har sålts genom Spannfood.

”Nu tyckte jag det var dags att ta steget att bli mer kända. Poängen med att ställa ut på ZoorfExpo var dels att öka kännedomen om vårt varumärke och våra produkter, dels att lära mig mer om

branschen och att få snacka hund med trevliga människor.”

Efter mässan berättar Tobias att hans taktik var att engagera besökarna i hans produkter genom att ge ut prover och aktivt få i gång ett samtal om hundar och hundvård.

”Jag hade många prover med mig, och jag vände mig inte bara till företagsägare utan minst lika mycket till deras anställda, om inte mer. Det är viktigt att personalen känner till våra produkter och gärna använder dem själva.”

Efter mässan återkopplade han snabbt



En dag ska jag också bli omslagsrätta.



Sammanlagt 73 olika företag tog chansen att ställa ut på ZoorfExpo 2023.

till de som besökte hans monter, namn och telefonnummer tog han på plats.

”Vi har fått väldigt mycket ordrar redan, så jag är jättenöjd.”

Vidare berättar Tobias att det är viktigt att våga prata och möta folk för att engagera besökarna i ens produkter och i företaget. ”Det går inte bara att stå och vänta på att de går in i montern, utan du måste starta konversationen, fråga om de vill ha ett prov eller göra något som får dem att stanna upp.” Som helhet är Tobias mycket nöjd med att han deltog på mässan.

”Framför allt var alla så trevliga. Inte bara besökarna utan även andra utställare och all personal. Jag hade till exempel glömt benen till borden jag skulle använda hemma, men då hade mässan likadana ben som de kunde låna ut.”

Det gröna hörnet

Längst bak i lokalen hittade besökarna Zoorf som var lätta att känna igen i en helgrön monter. Utöver att närvara på mässan som arrangör så har Zoorf på senare år haft en egen monter och denna fyller flera olika funktioner. För utställare ska den kunna vara en samlingsplats dit man alltid är välkommen för att ta något att äta eller dricka, man kan sitta ner ett tag, och man kan be om hjälp eller ge feedback. Under mässans genomförande blir montern också en mötesplats för medlemmar och de som kanske inte är medlemmar ännu. Här kan man förhöra

sig om Zoorfs arbete och ställa frågor om vad ett medlemskap innebär. Under mässans gång kom frågor om såväl hållning av katt och hund, branschutbildningar och frågor om hur det går med nya L80 och när det lagförslaget ska vara klart.

I anslutning till Zoorfs monter kunde besökarna också träffa förbundets olika samarbetspartners, till exempel Säkra och Svedea som ser till att branschen har en innehålls- och prismässigt konkurrenskraftig försäkring. Det var många som under mässans gång tog chansen att förhöra sig om möjligheten att sänka sin nuvarande premie. Här fanns också pensionsexperten Monica Sjödin som gav tips och råd om vad man ska tänka på inför

framtiden och hur man planerar för sitt liv efter pensionen. Här hittade man även Lärande Partner som är de som praktiskt genomför alla Zoorfutbildningar. Med sig hade de båda dagarna elever som läser naturbruksprogrammet på realgymnasiet, och som är redo att arbeta i branschen efter avslutad examen. I ett speciellt event som kallades ”Möt framtidens arbetskraft” kunde arbetsgivare och elever lära känna varandra och förhoppningsvis paras ihop.

Runt om i lokalen fanns också en del monstrar där syftet inte var att sälja något utan att informera. Här fanns bland annat Kemikalieinspektionen som även har ställt ut på ZoorfExpo tidigare. De var



Ett proppfullt föreläsningsprogram väntade besökarna vid stora scenen.



Hur tråkig vore världen utan djur? Låt oss aldrig få veta.

intresserade av att lära känna branschen ännu bättre och att skapa den direkta kontakt som behövs för att företag ska vända sig direkt till dem vid framtida frågor. I en monter hittade vi också föreningen Nationalkatten som visade upp keliga europékatter, en unik ras i landet eftersom den har svenskt ursprung och även ett eget bevarandeprogram hos Jordbruksverket. I en stor monter klippte Sveriges Hundfrisörer hundar och pratade med besökarna om sin verksamhet, och i ett spännande mörkt tält hittade vi Tropikföreningen Alba som berättade om sin verksamhet och visade upp reptiler och diverse ryggradslösa djur.

Bredvid Zoorfs monter noterade besökarna också en tråkigt grå monter med en klocka som stannat på fem i tolv och en tom grå hundsäng. Denna monter representerade världen utan husdjur och en roll-up uppmanade besökaren att fundera på vem som behöver en zoobransch om vi inte har husdjur och djurägare framöver. Att få hålla husdjur är inte den självklarhet som vi kan tycka, utan vi måste ständigt ha i bakhuvudet att vi går i täten för en långsiktigt hållbar och ansvarsfull djurhållning och att hela vår bransch bygger på att vi lyckas förmedla detta.

Nära scenen fanns också en banderoll vars budskap förmedlade att Zoorf i sitt externa arbete av myndigheter och liknande anses representera hela branschen, och att de förändringar och beslut som Zoorf får till också gynnar hela branschen, men att det trots detta inte är hela branschen som är med i branschförbundet, eller ens känner till att det finns.



"Nykomlingen" Denjo Dogs tog en knapp tredjeplats i montertävlingen.



Trixie var ett av de tongivande företagen på mässan och vann montertävlingen i stor stil.



Hos Buddy Petfoods var det full fart, bland annat med musik och "after zoorf". Publikens favorit vann man också.

Föredrag och fest

Mitt emot Zoorfs monter fanns också en stor scen där sammanlagt elva föredrag hölls under helgen. Det mest kända namnet utåt sett var nog tidigare mottagare av stora journalistpriset Emanuel Karlsten som lärde oss mer om sociala medier och hur man kan tänka för att nå ut med sitt bidrag i det brus vi alltid befinner oss i. Mycket stor publik drog också etologen Emelie de Boussard som lärde åhörarna mer om stress hos djur, veterinären Babette Taugböl som berättade om allergier hos hund och katt, och djursjukskötare Karin Lundgren som berättade om supertrenden insektsfoder.

Imazo tog chansen att berätta mer om mottagande av djur, på temat att reducera stress och öka djurväl-färden. Åhörarna

fick också höra mer om några av de hot branschen står inför och Svein A. Fosså från NZB föreläste om de krafter i samhället som är emot hållandet av husdjur och hur en framtid utan djur skulle te sig. Tom Granheim som bland annat sitter i SPTUs styrelse pratade om motivation och ledarskap, och Trixies CEO Volker Haak pratade om trender och omvärlden. Naprapaten Tommy Wilén lärde åhörarna mer om hur man kan ta hand om sin kropp i en bransch som är så fysisk som vår, och Cecilia Gidlund pratade om sin egen resa och hur man som företagare kan stå stark genom tuffa tider.

På lördag kväll blev det som brukligt är fest. Hela entréhallen utanför mässan byggdes snabbt om till 340 sittplatser och en stor scen, och vid 19-tiden strömmade

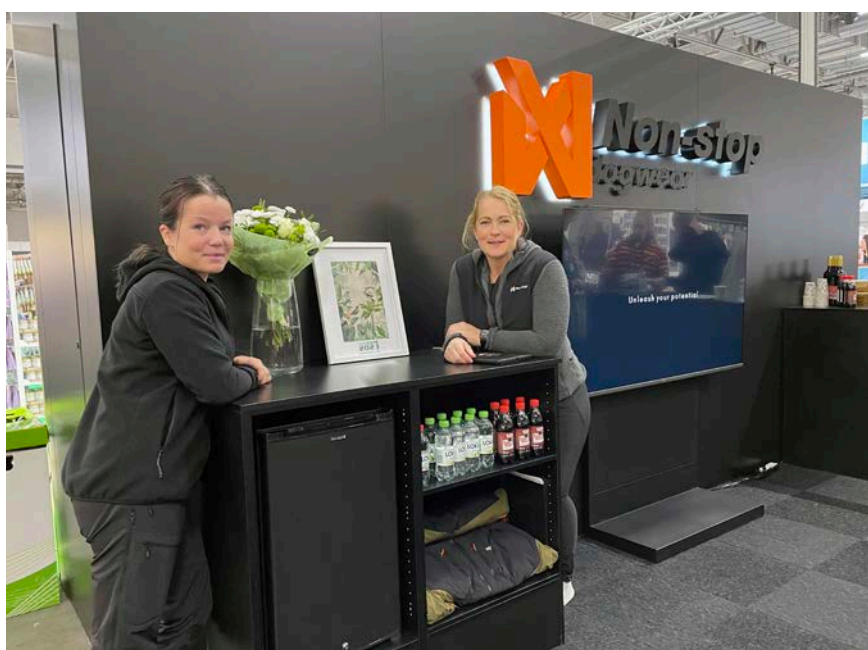
hundratals glada zoopersoner in genom dörrarna. Med något gott i glaset och en variation av buffé-rätter på tallriken kunde de närvarande njuta av en färgsprakande föreställning där bandet Made in Sweden bjöd på en rad imitationer av kända artister. Freddie Mercury, Depeche Mode, E-type och the Proclaimers var alla på plats och då och då hittade även Zoorfs styrelse upp på scenen för att dela ut pris.

Det är nämligen tradition att dela ut priser till de bästa monterarna, och någonstans mitt inne i all lekfullhet anar man ändå en stenhård prestige bland utställarna. En jury bestående av fyra personer, alla i olika åldrar och blandade kön bedömer flera monter var under lördagen. De utgår ifrån en rad kriterier, bland annat helhet, produktpresentation, information, nyskapande och intresse, monterpersonalens bemötande och hur mycket företaget har funderat kring och tagit ansvar i aktuella frågor som etik och miljö. Dessa röster sammanställs sedan och strax innan middagen står det klart vilka monterar som placerat sig högst.

Den här gången blev det en nykomling på mässan som knep tredjeplatsen, nämligen Denjo Dogs som i sin monter visade upp bäddar, halsband och koppel i behaglig färgskala. Det var en hård kamp om poängen och det skiljde endast ett poäng till den delade fjärdeplatsen som togs av Eldorado och Lupus. Med hög kvalitet och en god känsla för design exponeras produkterna i denna monter, löd motivering när Denjo Dogs välkomnades upp på scenen. Som tydlig tvåa i monter-tävlingen slutade Non-Stop Dogwear, deras svarta monter tilltalade många på mässan och motiveringen löd: Med engagemang och tydlighet exponerar företaget kvalitet och smarta lösningar. Här finns mycket snyggt och läckert för den aktiva hunden och människan.

Som överlägsen vinnare, med poäng från samtliga fyra jury-medlemmar hittade vi Trixie, och de välkomnades upp på scenen till publikens jubel med motiveringen: Här har vi en monter som med tydlighet presenterar såväl sina produkter som sitt värde. Montern bjuder på många rum och känns luftig trots sin mängd av varumärken.

"Det som betydde mest för oss var att det var "Team Trixie" som vann," säger Thomas Gripenstam, försäljningschef på Trixie. "Det är precis vad denna monter handlar om. Ett fantastiskt team av både tyska och svenska medlemmar som jobbat hårt för att på bästa sätt presentera våra



Gänget på Non-Stop Dogwear var stolta över sina produkter och sitt andrapris i monter-tävlingen.



Företaget Petfest hade rest ända från Dubai för att möta den skandinaviska marknaden och hitta en återförsäljare åt varumärket Dogfest.

produkter och varumärken.” På frågan varför Trixie återkommande ställer ut på ZoorfExpo svarar Thomas att de ser det som ett ypperligt tillfälle att nå de aktiva fackhandlarna i Sverige och Norden.

”Helt klart ett av de bästa tillfällena man kan få att knyta kontakter och förstärka sitt nätverk, men vi vill även försöka bidra till att stärka samarbetet generellt i branschen under Zoorfs regi.”

Gällande målen med mässan förklarar Thomas att det såklart är roligt att försäljningen går bra på mässan, men att huvudmålet är ändå att visa kunderna fördelarna och styrkan med att samarbeta.

”Vi pratar sortiment, nyhetsflöde, kampanjer och vår tro på skandinavisk fackhandeln. Hela vårt team har fullt fokus på att ta hand om våra kunder på bästa möjliga sätt. Vi vet att vi är bland de företag som kommer med mest personal, men vi tror på mässan och vårt koncept, där tid för kunden är det absolut viktigaste.”

Vidare berättar han att det inte finns något som slår möjligheten att träffa kunderna fysiskt på plats, och att de med hjälp av ZoorfExpo når många på ett effektivt och bra sätt.

”Att även få möjligheten till en trevlig kväll tillsammans är för oss av stor vikt och någonting som det annars sällan ges tillfälle till. Vi tyckte det var en mycket lyckad och trevlig mäsas, en bra mix av både etablerade och nya aktörer. Mässan överträffade helt klart våra förvänt-

ningar.”

Sist men aldrig minst så får även publiken utse en vinnare, och ”Publikens val” har inga andra kriterier än att de som röstar ska höra till besökarna och inte ha någon koppling till företaget i fråga annat än som kunder, och att de ska gilla montern. För andra året i följd tog Buddy Petfoods hem denna prestigefyllda titel, och det var en monter vars energi man inte kunde undgå. Motiveringen lød: En trevlig, prydlig och proffsig monter där man får ett mycket bra bemötande av en väldigt serviceinriktad personal.

Fokus på service

Under helgen gästades alla utställare av Zoorfs ordförande Cecilia Dannborg Wilson och en professionell fotograf som tillsammans med hundarna Bim och Blixt och ägaren Paulina tog fina bilder från monterarna. Dessa bilder kommer sedan att erbjudas alla utställare som en extra service.

Under uppbyggnaden och genomförandet av mässan ser Zoorf till att utställarna alltid har nära till en kopp kaffe och en smörgås om energin börjar kännas låg. Under fredagen bjöds det också på marinerade kycklingspett och bulgursallad med olika röror i Zoorfs monter, och detta var ett välkommet avbrott för många från det hårda jobb det är att bygga en monter.

Under själva mässans genomförande är det också många utställare som har svårt att lämna sina monter för att gå i väg

och äta, därför har Zoorf ordnat så att det med jämna mellanrum kommer en vagn med kaffe, te och smörgås till utställarna. Från Zoorfs sida är detta helt enkelt en förlängning av vårt dagliga arbete med att hjälpa medlemmarna och underlätta deras vardag i största möjliga mån.

Att hjälpa till var också det enda under-teknad tänkte på när en utställare plötsligt kom springande och sa att det luktade rök, tänk om det är något som brinner? Tillsammans hastade vi runt och sniffade intensivt i luften, och visst fanns där rök. Många tankar hann gå genom huvudet, var detta verkligen möjligt? Hur lång tid tar det att utrymma en mäsas? Kommer brandkåren att behöva komma? Det var dessutom omöjligt att säga exakt varifrån röken kom, då ventilationen kan göra att rök snabbt förflyttar sig i en så pass stor lokal som mässhallen. Mysteriet fick dock en oväntad lösning när en annan utställare knackade mig på axeln och berättade att montern på andra sidan skiljeväggen just nu grillade jättegoda panini i ett stort smörgåsjärn!

Antal utställare: 73
Antal länder utställarföretagen kom från: 10
Besöksstatistik:
1100 individuella besökare
Sålda kvadratmeter: 2200
Antal föredrag på stora scenen: 11