

Ausstellerstimmen zur IBO 2025

Marc Heimpel und Marlon Schätzle, Autohaus Rhein Bodensee

„Die Messe war gut gefüllt, viele Besucher schauten sich unsere Autos an, wodurch wir viele interessante und gute Gespräche führen konnten. Mit unserem Stand auf der IBO möchten wir vor allem Werbung für uns und unsere Autos machen sowie Neuheiten präsentieren. Wir sind nicht wegen der Verkäufe hier, denn diese tätigen wir ausschließlich bei uns im Haus. Unser Ziel ist vor allem das Gespräch mit den Menschen - wir möchten, dass die Besucher an unseren Stand kommen und ihr Interesse auch danach beibehalten. Die Stimmung können wir als offen und freundlich wiedergeben.“

Carsten Petzer, Autohaus Sehner

„Wir sind sehr zufrieden mit unserem Auftreten auf der IBO. Die Publikumsresonanz ist sehr gut. Unsere Darstellung des Hauses sowie der vier Automarken funktioniert hier auf der IBO sehr erfolgreich und erfüllt vollends unsere Erwartungshaltung an die Messe. Gerade mit unserem weiten Spektrum an Fahrzeugen haben wir ein sehr familientaugliches Portfolio, was genau der Zielgruppe der Messe entspricht. Auch das Feedback am Stand war durchwegs gut, wir sehen tolle Verkaufschancen im Nachmessegeschäft. Es gab viele angenehme Gespräche am Stand mit Besuchern, die begeistert waren und auch die Zusammenarbeit mit der Messe Friedrichshafen war immer positiv.“

Dr. Norbert Gäng, Balena GmbH

„Es ist uns auf der IBO ganz gut gelungen, unsere Pools zu präsentieren, auch mit Einbindung in das Gartenszenario. Von daher betrachtet bin ich sehr zufrieden mit unserem Auftritt hier. Jeder Pool wird individuell für sich gestaltet und ausgelegt, somit tätigen wir auf der Messe direkt keine Verkäufe, sondern hoffen auf ein gutes Nachmessegeschäft. Die Bodenseeregion gehört zu unseren absatzstärksten Märkten und zu den stärksten in Deutschland.“

Stefanie Lemp, Lemp´s Genussgarten

„Die Herausforderung, das erste Mal einen Stand hier auf der Messe aufzubauen, war riesengroß. Wir haben uns daher über das Ergebnis sehr gefreut. Der Unterschied vom eigenen Laden zur Messe ist, dass die Leute hier

nicht direkt wegen dir kommen – aber genau das macht es so interessant. Die Besucher strahlen beim Anblick unserer bunten Blumen. Die Erwartung an den Verkauf waren bei uns eher gering. Wir hatten intensive und angenehme Gespräche und durften sogar schon die ersten Interessenten in unserem Laden in Langenargen begrüßen. Die Stimmung hier war genial, und auch während der Messe war der Zusammenhalt in unserer Halle total schön, das nehme ich für mich positiv mit nach Hause.“

Roger Schell, tga bodensee

„Klar, es gibt immer gute und weniger gute Messetage. Insgesamt kann ich für uns nur positiv sprechen, wir hatten qualitative Gespräche mit stets gut gelaunten Messebesuchern. Unser Stand dieses Jahr ist eine klare Verbesserung, daher erhoffen wir uns, dass unsere Marke als technischer Gebäudeausrüster bekannter gemacht wurde und wir vom Nachmessegeschäft profitieren. Wir haben gute Gespräche geführt und sind positiv, dass diese auf das nachkommende Geschäft guten Einfluss haben.“

Monika Riegersperger, Gut Aiderbichl

„Die Lage der Messe Friedrichshafen im Dreiländer-Eck hat uns dazu bewogen, hier auszustellen und wir sind sehr zufrieden mit unserem Auftritt und der Besucherschaft aus Süddeutschland, Österreich, Schweiz und Liechtenstein. Uns ging es darum, auf unseren Gnadenhof aufmerksam zu machen, Besucher zu akquirieren und Patenschaften für unsere Haus- und Bauernhoftiere abzuschließen, was uns gelungen ist.“

Natascha Harlacher, db Region Baden-Württemberg

„Wir sind zum ersten Mal auf der IBO mit dabei und sind sehr zufrieden. Die Organisation seitens der Messe ist spitze und wir hatten regen Besuch bei uns am Stand. Vorrangig sind wir hier, um neue Mitarbeitende zu rekrutieren, sei es für Umschulungen oder Ausbildung. Wir konnten in unseren Gesprächen zu einem positiven Blick auf unser Unternehmen beitragen und hatten auch einen guten allgemeinen Austausch. Sehr beliebt bei Erwachsenen und Kindern war unser Zugsimulator, der die Tätigkeit als Lokführer real zeigt. Wir wissen, dass Marketingmaßnahmen nicht immer sofort greifen, sondern langfristig gedacht werden müssen, insofern blicken wir auf einen rundum gelungenen Auftritt.“

Vivien Tschugureff, Erwin Hymer Center

„Ehrlich gesagt, sind wir bisher nicht so zufrieden. Unser Gefühl ist, dass nicht so viel auf der Messe los ist, wie im vergangenen Jahr. Die Besucher, die hier sind, sind jedoch durchweg interessiert, haben gute Laune und wir führen tolle Gespräche. Ob unsere Messeaktion die gewünschte Wirkung zeigt, kann erst im Nachgang der Messe ausgewertet werden. Die IBO ist für uns keine Verkaufsmesse, aber sie ist eine gute Messe, um potenzielle Kunden zu akquirieren. Um uns zu zeigen und das Ansehen des Unternehmens zu stärken ist es hier definitiv top.“

Pressekontakt:

Kerstin Rieger, Managerin Media Relations

Tel.: +49 7541 708-327

E-Mail: kerstin.rieger@messe-fn.de

Über die IBO

Die Internationale Bodenseemesse IBO ist die große Frühjahrsmesse in Friedrichshafen. Sie steht für einen Mix aus lebendiger Vielfalt, dynamischer Wandelbarkeit und gleichzeitig auch bewährter Tradition – seit ihrer Gründung 1950. Nationale und internationale Ausstellende präsentieren auf der IBO ihre Produkte und Dienstleistungen aus vielfältigen Bereichen wie Mobilität, Kinder- und Jugendliche, Bildung, Gastro und Genuss, Haushalt, Wohnen, Gesundheit, Sport und Kreativität sowie Freizeit, Reisen, Garten und Bauen. Events und Mitmachaktionen lassen den Messebesuch zum Erlebnis für alle Altersgruppen und Familien werden.

Über die Messe Friedrichshafen

Die Messe Friedrichshafen GmbH zählt zu Deutschlands führenden Messegesellschaften und ist im Vierländereck am Bodensee zu Hause. 1950 zur Wirtschaftsförderung der Region gegründet, hat sie sich als Veranstalter und Vermarkter von Freizeit- und Fachmessen weltweit einen Namen gemacht. Kongresse, Firmen- und Sportveranstaltungen sowie TV-Produktionen und Live-Konzerte ergänzen das breite Portfolio. Jedes Jahr zieht die Messe Friedrichshafen hunderttausende Besuchende und tausende von ausstellenden Unternehmen aus mehr als 100 Nationen an den Bodensee. Insgesamt stehen 87.500 m² Ausstellungsfläche verteilt auf zwölf Messehallen und zwei Multifunktions-Foyers sowie die beiden Freiflächen im Innenhofbereich mit 15.500 m² und dem Static Display mit 20.000 m² einzigartige Nutzungsmöglichkeiten für erlebnisreiche Messetage zur Verfügung. Das kompakt konzipierte Messegelände mit Messe-See in direkter Nachbarschaft zum Flughafen sowie Hallen mit Hangar-Toren bietet vielfältige Nutzungsvarianten.

