

Positive Stimmung auf der Interboot: Neues Konzept kommt an

- **Ausstellende Unternehmen loben fachkundiges und kaufkräftiges Publikum**
- **40.100 Besuchende kommen zur internationalen Wassersport-Ausstellung, viele auch aus der Schweiz**
- **Workshops im Interboot Hafen finden großen Anklang**

Friedrichshafen – Fünf Tage lang belegten Boote, Yachten, Trendsportgeräte, Zubehör und maritime Mode das Friedrichshafener Messegelände. 40.100 Besucherinnen und Besucher waren zur 63. Auflage der internationalen Wassersport-Ausstellung gekommen (2023: 41.200), um sich an den vielen Premieren, dem informativen Vortragsprogramm, den unterhaltenden Shows auf dem Messe-See und den Testfahrten am Interboot Hafen zu erfreuen. „Erstmals in komprimierter Form war die diesjährige Ausgabe der Interboot ein voller Erfolg“, resümiert Messegeschäftsführer Klaus Wellmann die vergangene Veranstaltung. „Die Stimmung bei den ausstellenden Unternehmen war überwiegend sehr gut. Viele konnten Geschäftsabschlüsse verzeichnen und erwarten ein gutes Nachmessegeschäft.“ Auch Projektleiter Felix Klarmann ergänzt zufrieden: „Die Bemühungen haben sich gelohnt. Wir haben viel am Konzept sehr viel verändert und sind glücklich, dass das neue Format der Interboot so positiv angenommen wurde.“

Viel Betrieb in den Messe-Hallen und beim Aktivprogramm

In acht Hallen inklusive Freigelände gab es vom 25. bis 29. September jede Menge zu erleben und zu entdecken. Die Zusammenführung des Eintrittstickets mit der Tauch- und Reisemesse InterDive sorgte für einen regen Publikumsstrom zwischen den beiden Wassersport-Ausstellungen. Mitmachen hieß es vor allem auf dem Messe-See und im Interboot Hafen sowie in der Interboard-Halle A5 und beim Trailertraining in der neuen Camping- und Zugfahrzeug-Halle B4. Während Influencer und Content Creator Ben Beholz sein Wissen Schnupper-Pumpfoilern mit auf den Weg gab und die Skimhomies ihre Tricks im Flachwasserpool auf dem kurzen Surfbrett zeigten, luden Testfahrten im Hafen zu einer Spritztour auf dem Bodensee ein. Bühnen-Vorträge im Travel & Sailing Center zogen zahlreiche

Zuhörerinnen und Zuhörer an, Workshops und Seminare im Rahmen der Interboot Academy waren teilweise schon vor Messebeginn ausgebucht. „Wir haben seit Jahren mal wieder die Messe besucht und waren begeistert“, schreibt ein User auf Google und ein anderer findet: „Viele Segel- und Motoryachten werden an ansprechenden Ständen mit äußerst kompetenter Beratung ausgestellt. Die seriösen und informativen Gespräche auf der Interboot sind ein Highlight und wir kommen wieder. Macht bitte weiter so!“

Ausstellende Unternehmen freuen sich über guten Messeverlauf

Durchweg positiv fällt auch das Fazit der Aussteller und vertretenen Firmen aus. „Wir sind sehr zufrieden mit der neuen Messelaufzeit von fünf Tagen. Einen Messetag wie den Samstag haben wir in all unserer Ausstellerzeit noch nie erlebt. Unfassbar, was hier ab 10 Uhr bis Messeende los war. Wir haben in vier Tagen bereits 81 Prozent vom letztjährigen Umsatz erreicht. Wir sind wirklich sprachlos“, freut sich Sonja Meichle, Geschäftsführerin von Ultramarin Meichle & Mohr. Rundum begeistert ist auch Michael Zupritt, Geschäftsführer von MIZU Marine. „Die Messe war für uns mega erfolgreich, wir haben beide Messeboote verkauft. Mittwoch, Donnerstag, Freitag war wirklich sehr gutes Publikum an unserem Stand – fachkundig und mit wirklichem Interesse an Bootskäufen. Wir haben jetzt schon für nächstes Jahr gebucht.“ Karsten Baas, Geschäftsführer der Hanse Vertriebs GmbH & Co KG ist schon lange ein Verfechter der komprimierten Laufzeit. „Die Besucher kommen konzentrierter und wir führen viele intensive Gespräche zu unserer neuen Hanse-Yacht.“

Kunden schätzen das erweiterte Messeangebot von Interboot und InterDive

Anke Heesen, Account Manager vom British Virgin Island Tourist Board ist ebenfalls Befürworterin der fünf Tage: „Die Reduzierung der Messelaufzeit hat mich sehr begeistert und ist personell und kostenmäßig besser machbar. Vom ersten Messetag an waren wir gut frequentiert und verzeichneten auch starken Zulauf von Schweizer Besuchern.“ Als ein weiteres Plus nennt Anke Heesen die Zusammenlegung der Interboot und InterDive. „Sie ergänzen sich sehr gut; viele unserer Kunden sind Taucher und schätzen das erweiterte Messeangebot.“ Beat Plüss, Geschäftsführer der SNG ist ein „Rückkehrer“ und sagt: „Wir hatten positive Gespräche und Kontakte. Besonders am Mittwoch und Donnerstag hatten wir viel interessiertes Publikum an unserem Stand. Friedrichshafen als Standort ist für uns Schweizer natürlich gut. Wir können den

süddeutschen Bereich akquirieren und dadurch neue Märkte und Kunden erschließen.“

„Eine gute Möglichkeit, sich in Süddeutschland zu präsentieren!“

Die neue Caravan- und Zugfahrzeughalle kam ebenfalls gut an: „Der Auftritt hier im neu geschaffenen Caravan-Areal auf der Interboot ist sehr, sehr gut“, findet Christoph Ruderer, Geschäftsführer bei Camperforyou. „Die Nachfrage ist bestens und wir haben bereits am ersten Tag ein Fahrzeug verkauft. Tolle Messe, gutes Publikum – wir sind sehr zufrieden und kommen auf jeden Fall wieder.“ Jens Falkenberg, Gründer und Inhaber von Stoked Zone, hat es vor allem der Messe-Standort angetan. „Die Nähe zum Bodensee, sprich zum Surfsport, ist super. Für uns aus Hamburg ist das eine gute Möglichkeit sich in Süddeutschland zu präsentieren.“ Jens Jung, Juniorchef von Wassersport Europa lobt außerdem den persönlichen Draht zum Interboot-Team: „Es geht sehr partnerschaftlich mit einem um, das ist schon toll und gefällt uns sehr gut. Ich denke, dass wir nächstes Jahr auf jeden Fall wiederkommen.“

Weitere Informationen:

Die Interboot 2025 findet vom 24. bis 28. September statt. Weitere Informationen im Internet unter www.interboot.de und auf www.facebook.de/interboot oder www.instagram.com/interboot.friedrichshafen.

Pressekontakt:

Mirja Raff, stellvertretende Leiterin Kommunikation, stellvertretende Pressesprecherin
Tel.: +49 7541 708-318
E-Mail: mirja.raff@messe-fn.de

Über die Interboot

Jedes Jahr im September ist die Interboot die zentrale Plattform für die Branche in der DACH-Region und hat die aktuellen Trends im Blick. Zahlreiche ausstellende Unternehmen präsentieren hier ihre Neuheiten zu den Themen Segelboot, Motorboot und Funsport. Außerdem gibt es eine breite Palette an Produkten und Zubehör zu erwerben. Auf der internationalen Wassersportmesse trifft sich die Community zum gemeinsamen Austausch. Neben zukunftsweisenden Themen wie Nachhaltigkeit, alternative Antriebsformen und E-Mobility, setzt die Interboot auch umfassend den Bereich Reise und Charter in Szene. Informative Vorträge, praxisorientierte Seminare und ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm komplettieren die Palette. Weitere wichtige Bestandteile sind der Messe-See und der Interboot Hafen. An beiden Standorten können Probefahrten unternommen und

Trendsportgeräte getestet werden. Keine andere Wassersportmesse kann die Kombination aus Ausstellung in den Messehallen und aktivem Testen in diesem Ausmaß anbieten.

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 bieten 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 vielfältige Nutzungsvarianten.