

Ausstellerstimmen zur Interboot 2025:

Yannick Nürnberger, Geschäftsführer Europe Marine

„Wir hatten vor allem am Samstag einen extrem großen Andrang am Stand. Daran merkt man einfach, dass die ursprünglich zwei Wochenenden auf ein Wochenende gelegt wurden und dass zwei Drittel der Leute am Wochenende auf die Messe kommen. Dementsprechend hatten wir auch extra viele Verkäufer da, um jeden beraten und betreuen zu können. Seit Donnerstagabend hatten wir unsere Kosten bereits gedeckt und ich freue mich, dass wir ab Freitag unser Plus verzeichnen konnten. Ich würde das mal als „läuft gut“ bezeichnen. Man merkt, dass wir auf einer Messe sind, die im Süddeutschen Raum stattfindet, dementsprechend kann ich von einem sehr hochqualitativen Publikum sprechen und von sehr höflichen und sehr tollen Gesprächen, die man hier führt. Die Besucherinnen und Besucher sind kaufkräftig und ähnlich wie die Großstreckenhersteller es nach Cannes berichtet haben, verzeichnen auch wir einen beständigen kleinen Aufschwung. Es kam zu einigen Verkaufsabschlüssen und wir erwarten wie jedes Jahr ein gutes Nachmessegeschäft. Unseren Messestand in der B2 fanden wir super, auch wegen der Sonderschau „Mein erstes Boot“ in Zusammenarbeit mit dem float Magazin, wo wir ebenfalls zwei Einsteigerboote von uns ausstellen konnten.“

Sonja Meichle, Geschäftsführerin Ultramarin Meichle + Mohr GmbH:

„Wir sind mit sehr hohen Erwartungen hergekommen, weil das letzte Jahr gigantisch war und wir ein sehr positives Erlebnis aus der letzten Veranstaltung mitgenommen haben. Es ging dieses Jahr leider etwas schwächer los als erwartet, wir haben aber, wenn man sich die wirtschaftliche Lage von diesem zum letzten Jahr anschaut, trotzdem noch sehr gute Ergebnisse erzielt. Am Samstag war richtiges Messefeeling angesagt, die Gänge waren voll und die Leute waren da. Bei uns am Stand war viel fachkundiges Publikum. An den ersten Tagen hatten wir gerade bei den Booten sehr interessierte und informierte Kunden und wirklich gute Gespräche – auch in der Segelmacherei, das war durchaus positiv. Mit unserem Platz auf der Interboot waren wir sehr zufrieden. Wir haben hier eine große Vielfalt, die wir präsentieren. Außerdem war die Stimmung in der Halle gut, auch wegen der Vortragsreihen, die hier

angeboten wurden. Das hat die Leute in die Halle gelockt. Auch der AC40-Simulator wurde viel nachgefragt. Das Rahmenprogramm oder die Sonderschau „Mein erstes Boot“ waren ebenfalls gut. Da fehlt vielleicht noch ein Segelboot, was man im nächsten Jahr mitaufnehmen könnte. Außerdem fand ich das Programm für die Kinder eine gelungene Sache.“

Philip Schröder, Repräsentant Roto Nautica

„Die Interboot war sehr kurzweilig. Ich denke mit den fünf Tagen ideal. Die Besucherfrequenz war leicht ansteigend, also für uns ebenfalls ideal, weil man am Anfang nie alles fertig hat. Das Publikum war durchweg interessiert. Wir konnten unser Vorhaben die Marke zu promoten sehr gut umsetzen. Natürlich hätten es unter der Woche noch ein paar mehr Leute sein können, aber das ist bei jeder Messe so und wir waren sogar an den ersten Tagen überrascht über die Menge der Besucher. Wir hatten eigentlich mit leeren Hallen gerechnet, aber es war nie langweilig bei uns am Stand. Es kam sogar schon auf der Messe zu Vertragsabschlüssen, was sehr selten ist. Die Zeit der Impulskäufe ist eigentlich seit mehr als zehn Jahren vorbei. Aber es gab Leute, die waren so sehr vom Produkt überzeugt, dass sie sich das gleich vor Ort noch sichern wollten. Demnach sind wir sehr zufrieden mit dem Messeverlauf. Das Messegelände ist sehr gut zu erreichen und was wir besonders toll fanden, war die Sondershow für Einsteiger, die von den Leuten sehr gut angenommen wurde.“

Pascal Ernst, Geschäftsführer Neptun Yacht

„Die Interboot lief für uns gut und wir hatten gute Gespräche. Ein Boot haben wir jedenfalls auf der Messe verkauft. Ob es zu weiteren Abschlüssen kommt, können wir erst im Nachhinein sagen. Wir hatten bei uns am Stand wirklich sehr, sehr gutes Publikum und sehr interessante Gespräche, auch viele fachkundige und technische Fragen, die sich aufs Produkt bezogen haben. Da hat man gemerkt, dass die sich schon vorher mit dem Boot beschäftigt haben und sich jetzt mal vor Ort reinsetzen wollten. Das war echt gut. Das Messegelände ist sehr schön mit absolut tollem Flair.“

Luca Enderli, After Sales Ganz Yachting

„Für uns lief die Interboot sehr gut. Wir haben ein Boot verkauft und hatten generell sehr viele gute Interessenten bei uns am Stand. Wir machen nach der

Interboot auch noch Probefahrten und ich bin mir sicher, dass wir 10 bis 15 Leute durch die Messe gewonnen haben, die bei uns im Nachgang noch vorbeikommen. Wir waren mit der Messe sehr zufrieden und haben uns auch über unseren Platz gefreut. Wir waren das vierte Jahr in Folge hier in Friedrichshafen und ich denke auch, dass wir die nächsten Jahre kommen werden, weil es für uns einfach interessant ist. Wir haben auch vor uns nächstes Jahr mit einem Boot mehr zu vergrößern.“

Michele Antgilletta, Geschäftsführer Graf Hardenberg

„Die Besucherzahl war in den ersten Tagen eher verhalten, aber die, die da waren, waren qualitativ hochwertig und sehr interessiert. Am Wochenende war dann eher viel Laufpublikum auf der Messe unterwegs. Wir haben eine mündliche Zusage für ein kleineres Boot und vermutlich haben wir auch unsere 320er verkauft. Außerdem war noch jemand da für eine 280er, da fällt die Entscheidung in den kommenden Tagen. Wir sind zum ersten Mal hier auf der Messe gewesen. Für uns war es primär ein Image-Geschäft, um Präsenz zu zeigen und ich bin zufrieden, wie es gelaufen ist.“

Michaela Hörbrunner, Sales Managerin Star Clippers

„Ich war positiv überrascht, dass so viele interessierte Leute da waren und auch viele, die das Star-Clipper-Produkt bereits kannten. Wir hatten nicht nur Segler, sondern auch Wassersportaffine an unserem Stand, die sich über Bootstouren informieren wollten oder an den Klamotten interessiert waren – also ganz bunt gemischt. Bei uns kommt es eher im Nachgang zu Verkaufsabschlüssen, weil wir ein Produkt anbieten, was man jetzt nicht so auf die Schnelle abschließt. Was mir am Messegelände Friedrichshafen gefällt, ist, dass alles schön offen ist. Ich fand auch die Showbühne sehr interessant.“

Yves Bosshart, Geschäftsführer der Pro Nautik AG und Präsident der Interessengemeinschaft Gewerbe am See

„Wir hatten zwar weniger Besucher an unserem Stand, aber qualitativ Interessierte. Entscheidungsfreudig sind sie im Moment zwar nicht, das liegt aber an Faktoren wie der derzeitigen wirtschaftlichen Lage, oder dem Krieg, weswegen man mit einer Entscheidung lieber noch warten will. Die Messe, und

vor allem die Schweizer Halle, ist sehr schön und man spürt die Qualität hier.“

Jens Böckmann, Gründer und Berater von Yachtverband und Publikumsberater bei der Sonderschau „Mein erstes Boot“

„Da wir die Sonderschau in diesem Jahr zum ersten Mal angeboten haben, waren wir nicht sicher, wie das angenommen wird. Aber es war in der Tat so, dass ich jeden Tag eine ordentliche Anzahl an Gesprächen hatte – manchmal sogar so viele, dass ich das Mittagessen vergessen habe, weil der Andrang so groß war. Mir haben viele gesagt, dass es toll war, dass man so einen Service anbietet und alles fragen kann, was einen rund ums Thema Bootskauf so interessiert. Es kamen auch einige Leute, die sich für ein bestimmtes Modell interessiert haben, die dann zum entsprechenden Händler gegangen sind, um sich das Boot näher zeigen zu lassen. Ich finde es supergut, dass man die Boote in dem Preissegment bis 35.000 Euro zusammen nebeneinander präsentiert, sonst hat man die ja immer alle in den Hallen verteilt stehen. Das Messegelände in Friedrichshafen finde ich extrem gut und sehr kompakt aufgeteilt. Es gibt viele gute Anbieter hier und ein sehr gutes Fachpublikum. Für nächstes Jahr haben wir schon Ideen, wie wir die Sondershow noch ausbauen können.“

Lukas Hesse und Jesse Lindstädt, Teilnehmer des Youth & Women's Team beim America's Cup

„Es war richtig cool auf der Interboot. Wir hatten regen Besuch bei uns am Stand: Von kleinen Kindern, die schon Opti segeln, oder auch welchen, die noch nie gesegelt sind, bis hin zu Erwachsenen – wir hatten richtig viele Leute bei uns, die den Simulator ausprobieren wollten. Die meisten haben sich wirklich gut angestellt. Wir hatten auch jugendliche Segler da, die das Onlinegame dazu schon gespielt hatten. Wir haben mit vielen Leuten gesprochen und die Faszination vom Foilen und vom America's Cup weitergetragen. Unser Platz direkt neben der Vortragsbühne war super und die Halleninfrastruktur mit den hellen Glasfronten ist wirklich schön. Wir haben selbst zwei Vorträge am Tag gehalten, wo wir ein bisschen was erzählt oder den Simulator live präsentiert haben, das hat sehr gut geklappt. Vielleicht müsste man noch ein bisschen mehr Werbung für die Vorträge machen, denn da war, gerade unter der Woche, ein bisschen wenig los.“

Tobias Renz, Head of Sales Fender-Design

„Wir kommen ganz aus der Nähe und für uns rentiert sich die Interboot immer. Sie ist vom Aufbau her ideal und wirklich top, außerdem ist in Friedrichshafen viel Fachpublikum unterwegs – nur dieses Jahr ein bisschen zu wenig. Wir hatten auf der Messe Produkte dabei, die man sofort mitnehmen und die man in einem normalen Wassersportzubehör-Laden nicht kaufen kann. Meistens sind das Eigenentwicklungen. Aber primär waren wir hier, um Werbung für unsere Hauptprodukte zu machen. Messekunden haben bei uns am Stand auch einen 10%-Gutschein mitbekommen.“

Reell, Thomas Gebka, Head of Sales

„Wir freuen uns nach langer Zeit wieder auf der Interboot zu sein. Wir sehen unseren Auftritt hier bei der Messe generell als Spaß- und Promotion-Event an. Insgesamt war unter der Woche weniger los, da freut sich natürlich jeder über mehr Umsatz, aber in der Woche war es immer schon ein bisschen ruhig. Dafür war es am Wochenende echt sehr schön, es hat sich angefühlt wie früher und hat echt Spaß gemacht. Wir wurden wahrgenommen, die Frequenz am Stand und die Laune der Besuchenden war gut, da kann ich nichts Negatives berichten. Auch der Ausstellerabend und die gemeinsamen Events haben uns gut gefallen.“