

## Interboot begeistert mit innovativen Trends und Sonderschau „Mein erstes Boot“

- **Ausstellende Unternehmen freuen sich über fachkundiges Publikum und sehr gute Verkaufsabschlüsse**
- **37.900 Besucherinnen und Besucher kommen zur internationalen Wassersportmesse**
- **Großer Andrang bei den Einsteigerbooten**

Friedrichshafen – Fünf Tage lang stand das Messegelände in Friedrichshafen wieder ganz im Zeichen des Wassersports: Motorboote, Segelyachten, Trendsportgeräte, Zubehör und maritime Mode lockten 37.900 Besucherinnen und Besucher zur 64. Auflage der Interboot (2024: 40.100). Im Fokus standen in diesem Jahr zukunftsweisende Themen wie nachhaltige Schifffahrt, Digitalisierung und Nachwuchsförderung. Ein besonderes Highlight war die Sonderschau „Mein erstes Boot“ in Zusammenarbeit mit dem float Magazin, die mehr als 20 Einsteigerboote in Halle B2 präsentierte und für reges Interesse beim Publikum sorgte. „Neben den starken Fachthemen haben wir mit der Sonderschau genau den Nerv der Besucherinnen und Besucher getroffen“, resümiert Messegeschäftsführer Klaus Wellmann die vergangenen fünf Tage. „Die Stimmung bei den ausstellenden Unternehmen war gut und es wurden zahlreiche Geschäftsabschlüsse vor Ort getätigt.“ Auch Projektleiter Felix Klarmann ist zufrieden und ergänzt: „Leider hat sich der Besucherrückgang aufgrund der wirtschaftlichen und geopolitischen Lage auch bei uns bestätigt. Dennoch wurde uns zurückgespiegelt, dass die Besucherqualität unverändert hoch war, was sich in den entsprechenden Kaufabschlüssen gezeigt hat. Wir haben viel Wert darauf gelegt, die Interboot für erfahrene Wassersportlerinnen und Wassersportler genauso attraktiv zu gestalten wie für Neueinsteiger. Die Resonanz hat gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

### **Einsteigerboote kommen beim Publikum gut an**

Erstmals bei der Interboot dabei war Jens Böckmann, Gründer und Berater von Yachtverband und Publikumsberater der Sonderschau „Mein erstes Boot“. „An manchen Tagen hatte ich so viele Gespräche, dass ich sogar das Mittagessen

vergessen habe“, berichtet Jens Böckmann, alias Dr. Einsteiger. „Der Andrang hier war wirklich groß und die Leute fanden es durchweg toll, dass wir diesen Service angeboten haben.“ Auch Yannick Nürnberger, Geschäftsführer von Europe Marine, kann nur Positives von der Sonderschau berichten: „Wir hatten selbst zwei Einsteigerboote dort stehen und fanden das eine gelungene Sache.“ Auch sonst zeigt sich Yannick Nürnberger mit dem Verlauf der Messe sehr zufrieden: „Wir hatten vor allem am Samstag einen extrem großen Andrang bei uns am Stand. Man merkt, dass wir auf einer Messe sind, die im Süddeutschen Raum stattfindet und dementsprechend kann ich von einem sehr hochwertigen und einem kaufkräftigen Publikum sprechen. Es kam zu einigen Verkaufsabschlüssen und wir erwarten wie jedes Jahr ein gutes Nachmessegeschäft.“ Ebenfalls begeistert von der Sonderschau zeigt sich Philip Schröder, Repräsentant bei Roto Nautica: „Die Einsteigerboote wurden von den Leuten sehr gut angenommen.“ Überrascht sei er davon gewesen, dass es sogar schon auf der Messe zu Verkaufsabschlüssen kam: „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.“

### **Digitales Segeln, informative Vorträge und gute Gespräche**

Viel Zuspruch fand auch der Segelsimulator AC40, der von den beiden America's Cup-Teilnehmern (Youth- & Women's Team Germany) Lukas Hesse und Jesse Lindstädt in der Segelhalle A3 präsentiert wurde. „Es war richtig cool auf der Interboot“, erzählen die beiden. „Unser Platz direkt neben der Vortragsbühne war super und die Halleninfrastruktur ist wirklich schön mit den hellen Glasfronten. 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.“

Sonja Meichle, Geschäftsführerin von Ultramarin Meichle + Mohr bestätigt: „Der AC40-Simulator wurde viel nachgefragt. Auch die Vortragsreihen haben die Leute in die Segelhalle gelockt. Leider ging es bei uns dieses Jahr insgesamt 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. Gerade bei den Booten hatten wir sehr interessierte

und informierte Kunden und wirklich gute Gespräche.“ Luca Enderli, After Sales bei Ganz Yachting berichtet ebenfalls von einem guten Kunden-Austausch: „Für uns lief die Interboot sehr gut. Wir haben ein Boot verkauft und hatten generell sehr viele gute Interessenten bei uns am Stand. Wir waren jetzt das vierte Jahr in Folge in Friedrichshafen. Nächstes Jahr haben wir vor, uns noch mit einem Boot zu vergrößern.“ Ein positives Messegeschäft vermeldet ebenso Pascal Ernst, Geschäftsführer von Neptun Yacht: „Wir haben ein Boot verkauft und hatten am Stand wirklich sehr, sehr gutes Publikum und viele fachkundige und technische Fragen, die sich aufs Produkt bezogen haben.“

### **Motorboot Fahrtraining – Ladies only stark nachgefragt**

Trotz weniger Sonnenstunden lockte auch der Interboot Hafen mit zahlreichen Testfahrten, Hafen-Gastronomie und einem abwechslungsreichen Show-Programm. Schon im Vorfeld der Interboot war das Motorboot Fahrtraining – Ladies only supported by Pantaenius und Boote Pfister so gut wie ausgebucht. Vanessa aus Kluffern war mit an Bord und berichtet begeistert: „Es war eine super tolle Möglichkeit für uns Frauen und es hat mir wirklich so viel Spaß gemacht. Ich habe mich direkt danach schon beim Intensivkurs angemeldet. Vielen herzlichen Dank, es war eine wirklich tolle Erfahrung.“ Ebenfalls beliebt waren die zweistündigen, kostenlosen Rundfahrten mit der MS Altenrhein. So schreibt Brigitte Zimmer auf Google: „Die Bootsfahrt mit der MS Altenrhein war ein echtes Highlight.“ Thomas aus Königsbrunn pflichtet bei Instagram bei: „Wir waren mittendrin, dank der unglaublich tollen Rundfahrt.“

Wer bei der 65. Auflage der internationalen Wassersportmesse wieder „mittendrin“ sein möchte, sollte sich den 23. bis 27. September 2026 schonmal vormerken. Da findet die nächste Interboot statt. Weitere Informationen gibt es im Internet unter [www.interboot.de](http://www.interboot.de) und auf [www.facebook.de/interboot](https://www.facebook.de/interboot) oder [www.instagram.com/interboot.friedrichshafen](https://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](mailto:mirja.raff@messe-fn.de)

### **Über die Interboot**

Jedes Jahr im September ist die Interboot die zentrale Plattform für die Branche in der Dachregion 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 stehen 87.500 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche verteilt auf zwölf Messehallen und zwei Multifunktions-Foyers sowie die beiden Freiflächen im Innenhofbereich mit 15.500 m<sup>2</sup> und dem Static Display mit 20.000 m<sup>2</sup> einzigartige Nutzungsmöglichkeiten für erlebnisreiche Messetage zur Verfügung. Das kompakt konzipierte Messengelände mit Messe-See in direkter Nachbarschaft zum Flughafen sowie Hallen mit Hangar-Toren bietet vielfältige Nutzungsvarianten.