

Interboot verbindet neue Formate und Wassersport zum Mitmachen

- **36 100 Besucherinnen und Besucher kommen zur diesjährigen Veranstaltung**
- **Aussteller ziehen trotz geringerer Besucherfrequenz überwiegend positive Bilanz**
- **Neue E-Boat Area, Refit-Center und ausgebauter Eisteiger-Sonderschau setzen Akzente**

Friedrichshafen – Einsteigen, ausprobieren und Wassersport in all seinen Facetten erleben: Fünf Tage lang stand das Messegelände in Friedrichshafen bei der 65. Auflage der Interboot wieder ganz im Zeichen der maritimen Vielfalt. 36 100 Besucherinnen und Besucher informierten sich vom 23. bis 27. September über aktuelle Motorboote und Segelyachten, Zubehör und Trends der Branche. Im Mittelpunkt standen dabei insbesondere Angebote für Einsteigerinnen und Einsteiger sowie die Themen Nachhaltigkeit, Elektromobilität und Frauen im Wassersport. Mit der erstmals um Segelboote erweiterten Sonderschau „Mein erstes Boot“, der neuen E-Boat Area und dem Refit-Center setzte die internationale Wassersportmesse neue Akzente. Auch auf dem Messe-See und im Interboot Hafen hieß es wieder: selbst aktiv werden und Wassersport hautnah erleben. „Die Interboot bringt Menschen und Unternehmen zusammen, die eine gemeinsame Leidenschaft verbindet. Von Friedrichshafen aus finden Boote und neue Ideen ihren Weg in internationale Wassersportgebiete. Diese Mischung aus Branchentreffpunkt und Erlebnis für das Publikum macht die Veranstaltung aus und wollen wir auch in Zukunft weiter stärken“, resümiert Messegeschäftsführer Klaus Wellmann.

Projektleiter Felix Klarmann blickt auf seine letzte Interboot in dieser Funktion zurück: „Diese Ausgabe war für mich eine ganz besondere. Über die vergangenen Jahre haben wir gemeinsam mit unserem Team, den Ausstellern und Partnern die Interboot Schritt für Schritt weitergedacht und immer wieder neue Ideen entwickelt. Ich freue mich, die Messe nun in die erfahrenen Hände von Zuzanna Sroda zu übergeben.“

Gute Gespräche und konkrete Geschäfte

Trotz einer geringeren Besucherfrequenz als im Vorjahr berichten Aussteller von guten Gesprächen, konkreten Geschäftsabschlüssen und vielversprechenden Kontakten für das Nachmessegeschäft. Davor Panarese, Verkaufsleiter bei KIBAG: „Wir hatten leider nicht die Masse an Besuchern, die wir erwartet haben, das Messegeschäft war im Verhältnis dazu trotzdem okay.“ So verkaufte das Unternehmen drei Boote – darunter ein Elektroboot – und verbuchte darüber hinaus Aufträge bestehender Kunden für das Winterlager. Auch bei TB Yard stieß das Thema Elektromobilität auf Resonanz: „Wir sind im Großen und Ganzen zufrieden mit der Veranstaltung. Das Interesse von Seiten des Publikums war da, vor allem beim Thema Elektroboote“, sagt Ernst Houtman, Verantwortlicher für den Direktverkauf Europa. Für das Unternehmen steht bereits fest, auch im kommenden Jahr wieder auf der Interboot auszustellen. Eine positive Entwicklung beobachtet Dennis Pfister, Geschäftsführer von Boote Pfister, insbesondere bei Neueinsteigern: „Im vergangenen Jahr hatten wir viele ältere Bestandskunden bei uns am Stand. Mittlerweile sehen wir wieder mehr neue Gesichter und neue Kunden, mit denen wir auch Abschlüsse erzielen konnten. Man merkt, dass sich die bislang eher zurückhaltenden Interessenten langsam wieder trauen, etwas im Freizeitsegment zu kaufen.“ Für Dennis Pfister, der bereits zum zwölften Mal dabei ist, hat die Interboot einen besonderen Stellenwert: „Zum einen ist sie für uns Tradition, zum anderen ist der Bodensee ein wichtiges Einzugsgebiet. Fast 40 Prozent unserer verkauften Boote landen im Bodenseekreis. Die Interboot ist für uns also eine Pflichtveranstaltung.“

Interessiertes Publikum und wiederkehrende Kunden

Neben konkreten Verkäufen stand für viele Unternehmen auch die Qualität der Gespräche im Mittelpunkt. „Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Wir haben sehr gute Resonanz auf unser Produkt bekommen und das Publikum war sehr interessiert“, berichtet Günter Ambrosi, Vertriebsleiter von Sunbeam Watersports. Besonders die mitgebrachte Schwenkkiel-Variante sei angesichts des aktuellen Wasserstands am Bodensee gefragt gewesen. Auch die Gestaltung der Segelhalle A3 bewertet Ambrosi positiv. Ähnlich fällt die Bilanz bei Richard Mathias Furrer, Geschäftsführer von Nautica's Services, aus: „Es

waren zwar nicht so viele Besucher da, dafür war das Verhältnis zwischen Besuchern und konkreten Interessenten ziemlich gut.“ Auch wenn nicht durchgehend Gespräche stattgefunden hätten, hätten sich die geführten Gespräche für das Unternehmen aber gelohnt. Auch Vito Catalano, Vertriebsleiter von Alife & Kickin, hebt die Besucherinnen und Besucher und die hohe Zahl wiederkehrender Kunden hervor: „Das Publikum in Friedrichshafen ist in diesem Jahr wirklich top. Wir hatten außerdem viele Kunden vom letzten und vorletzten Jahr bei uns am Stand.“ Nach ruhigeren ersten Messetagen habe das Geschäft zum Wochenende hin angezogen. „Von daher lief die Messe für uns sehr gut.“

Mitmachen, ausprobieren, entdecken

Neben Produktneuheiten und Beratung spielte auf der Interboot auch das aktive Erleben eine zentrale Rolle. In den Messehallen ebenso wie auf dem Messe-See und im Interboot Hafen boten sich zahlreiche Möglichkeiten, Wassersport selbst auszuprobieren. Während das Motorboot-Frauenfahrtraining an allen Tagen restlos ausgebucht war, freute sich Olympionikin Alina Kornelli, die zum ersten Mal auf der Interboot zu Gast war, über die rege Teilnahme an ihrem Pumpfoil-Kurs auf dem Messe-See: „Ich war richtig überrascht von der großen Resonanz, denn schon im Vorfeld haben mich viele Leute angeschrieben. Das Interesse war sehr groß und die Teilnehmenden waren motiviert, mutig und am Ende alle happy. Auch mein Vortrag auf der Bühne war schön. Es macht Spaß, andere Menschen zu motivieren, selbst in den Wassersport einzusteigen.“ Bei den Besucherinnen und Besuchern kommt die Mischung aus Ausstellung und Erlebnis ebenfalls gut an. So berichtet Johannes aus Stuttgart: „Ich war zum ersten Mal auf der Interboot und muss sagen, dass es mir sehr gut gefallen hat. Es herrscht eine entspannte Atmosphäre auf dem Gelände und die Shows auf dem Messe-See waren super.“

Weitere Infos

Die Interboot 2027 findet vom 22. bis 26. September statt. Weitere Informationen gibt es 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 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, alternativen 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 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.