

Vertical Pro überzeugt als Branchen- und Szene-Plattform

- **Positive Stimmung: Besucher- und Ausstellerzuwachs auf vergrößerter Hallenfläche**
- **2 618 Besucherinnen und Besucher kommen trotz Wintereinbruch zur internationalen Kletter-Fachmesse**
- **Neues Networking-Event „Women at height“ und Sonderfläche Future Wall kommen gut an**

Friedrichshafen – Ob aus Leidenschaft, für den Beruf oder auf der Suche nach dem nächsten Höhen-Abenteuer: Die vierte Auflage der Vertical Pro brachte vom 22. bis 23. November 2024 über 2 618 Kletter-Begeisterte aus den Bereichen Seilzugangstechnik, Höhenarbeit und -rettung, Kletter- und Boulderhallen sowie Hoch- und Waldseilgärten trotz Wintereinbruch auf dem Messegelände in Friedrichshafen zusammen (2023: 2 269). Damit verzeichnet die Fachmesse einen Besucher- und Ausstellerzuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Der interdisziplinäre Austausch stand im vielfältigen Vortrags- und Live-Programm sowie in den qualitativ hochwertigen Fachgesprächen an den Ständen der Unternehmen und Verbände im Mittelpunkt.

„Das starke Interesse an der Vertical Pro als international renommierte Branchenplattform hat sich nicht nur an den hohen Ausstelleranmeldungen und der Flächenerweiterung auf drei Hallen gezeigt, es wurde auch durch einen gesteigerten Besuch bestätigt“, verkünden Messe-Chef Klaus Wellmann und Projektleiterin Sharon Kommer und freuen sich über den besonderen Community-Spirit in den Messehallen. Die Projektleiterin ergänzt: „Auch die neuen Formate haben überzeugt. So war die Resonanz zum „Women at height“ Networking-Event durchweg positiv und die Future Wall war bei den Ausstellenden sehr gefragt“.

Erweiterte Ausstellungsfläche für Erfolgsformat „Halls & Walls“

Erstmalig belegte die internationale Kletter-Fachmesse in Friedrichshafen drei Messehallen sowie das Foyer Ost. In den Hallen A6 und A7 war die Plattform „Halls & Walls“ für die Kletterhallenbranche zuhause. Der Partner Deutscher Alpenverein (DAV) fokussierte sich im Rahmenprogramm auf kreativen

Routenbau sowie das Thema Künstliche Intelligenz und zieht für die diesjährige Ausgabe eine positive Bilanz. „Die Vertical Pro war auch in diesem Jahr wieder der ideale Treffpunkt, um mit Ansprechpartnern der Kletter- und Boulderhallen ins Gespräch zu kommen. Die Stimmung auf der Messe war super und die Atmosphäre war geprägt vom fachlichen Austausch an den Ständen. Aufgrund der Vergrößerung der „Halls & Walls“ auf zwei Messehallen ist das Angebot für Kletter- und Boulderhallenbetreibende noch vielfältiger geworden. Wir würden uns freuen, wenn sich das Wachstum der Messe noch weiter fortsetzt“, resümiert Jennifer Lönz, Marketing künstliche Kletteranlagen vom DAV. Die bestehende Partnerschaft mit dem Deutschen Alpenverein konnten die Messe-Veranstalter bereits vor Veranstaltungs-Beginn um weitere zwei Jahre verlängern.

Internationale Plattform für Austausch und Wissenstransfer

Auf der Vertical Pro präsentierten rund 200 Ausstellende aus 30 Nationen ihre neuesten Produkte, Dienstleistungen und Trends rund um das Sportklettern- und das Professional-Segment. Wie wichtig die Internationalität der Fachmesse für die Unternehmen ist, unterstreicht Mark Englisch, Managing Director vom britischen Unternehmen Rockcity Industries: „Zur Vertical Pro kommen Besuchende aus Asien, den USA und Australien. Das ist für uns ein großer Vorteil. Hier zu sein ist für uns darüber hinaus eine ideale Gelegenheit, um unsere Kunden persönlich zu treffen und nicht nur digital zu kommunizieren.“

Neben der überregionalen Strahlkraft, sorgt auch das Fachpublikum für regen Austausch und Kontakte über die Messedauer hinaus. „Für uns sind vor allem gute Gespräche mit Kunden aus verschiedenen Branchen entscheidend, die sich wahrscheinlich positiv auf das Nach-Messe-Geschäft auswirken werden – und das hatten wir in diesem Jahr“, erklärt Buffi Gollhardt, Sales Manager DACH von Béal SAS.

Neu-Ausstellende und Rückkehrende ziehen ebenfalls eine positive Bilanz zu den beiden Messetagen. „Wir haben sehr viele interessante Gespräche geführt und konnten unsere Testschuhe erfolgreich präsentieren. Die Leute haben die Produkte ausprobiert und wollten danach noch mehr über unsere Marken erfahren“, berichtet Nina Lang, Commercial Manager Climbing Brands EU von Wildcountry und Evolv. Das Interesse an neuester Software spürte Maurice Schlößer von der yourBeez GmbH: „Wir waren als Start-Up zum ersten Mal auf

der Messe vertreten. Bislang kamen wir als Besucher nach Friedrichshafen und fanden es daher spannend, auch die andere Seite kennenzulernen. Vor allem für uns als Software-Dienstleister ist es sehr wichtig, mit Betreibenden von kleineren und größeren Hallen ins Gespräch zu kommen und dabei deren unterschiedliche Schwerpunkte und Interessen in Erfahrung zu bringen. 2025 wird unser neues Produkt an den Start gehen. Daher planen wir auch im nächsten Jahr auf der Messe vertreten zu sein.“

Die fünfte Auflage der Vertical Pro findet am 21. und 22. November in Friedrichshafen statt.

Vertical Pro Homepage: www.vertical-pro.de

Folgen auf Instagram: @verticalpro_official

Pressekontakt:

Mona Dimitrow, Managerin Media Relations

Tel.: +49 7541 708-328

E-Mail: mona.dimitrow@messe-fn.de

Über die Vertical Pro:

Die Vertical Pro vernetzt alle Höhenprofis miteinander – sowohl aus dem Sport- als auch aus dem Professional-Bereich. Die Fachmesse präsentiert Themen für Betreibende von Hoch- und Waldseilgärten, Kletter- und Boulderhallen, Höhenarbeitende sowie von Rettungs- und Hilfsorganisationen. Dabei liegt der Fokus vor allem auf Interaktion: Equipment wie Seile, Klettergriffe oder Karabiner sowie Sicherungssysteme können in der Demo- und Test-Area ausprobiert und verglichen werden. Das Rahmenprogramm bietet vielfältige Möglichkeiten zur Wissenserweiterung sowie Inspiration. Die Konzeptausrichtung der Vertical Pro schafft neue Synergien für Sport- und Industriekletternde und ist damit der ideale Szenentreff, um sich über Branchen- und Ländergrenzen hinaus auszutauschen.

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 Messengelände mit Messe-See in direkter Nachbarschaft zum Flughafen sowie Hallen mit Hangar-Toren vielfältige Nutzungsvarianten.