

IBO feiert den Frühling mit erlebnisreicher Einkaufsmeile

- **Persönliche Begegnungen, gute Geschäfte und positive Stimmung in den Hallen**
- **Verbrauchermesse zieht 56.400 Besucherinnen und Besucher an**
- **Über 500 ausstellende Unternehmen präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen**

Friedrichshafen – Das Gelände der Messe Friedrichshafen verwandelte sich in den vergangenen fünf Tagen in eine pulsierende und erlebnisreiche Einkaufsmeile und bot dem Frühling einen bunten Empfang. 56.400 Besucherinnen und Besucher (2025: 55.100) strömten durch die Hallen und konnten die Produkte und Dienstleistungen von über 500 ausstellenden Unternehmen entdecken. Das abwechslungsreiche Programm in seinen vielfältigen Themengebieten lud zum Verweilen und Mitmachen ein. „Die IBO hat ihre Rolle als Traditionsmesse und als Treffpunkt, der Menschen über Generationen hinweg verbindet, unterstrichen. Stark vertreten waren am Wochenende viele Familien, unter der Woche zogen vermehrt Freundeskreise verschiedenster Altersgruppen durch die Hallen. Bereits der erfolgreiche Auftakt mit geladenen Gästen hat gezeigt, welchen relevanten Stellenwert die Messe Friedrichshafen für die regionale Unternehmerschaft, Politik und Stadtgesellschaft hat“, beschreibt Messe-Chef Klaus Wellmann. „Die Stimmung in den Hallen war positiv, viele Aussteller berichteten in persönlichen Gesprächen von guten Kontakten und Geschäften. Besonders Mitmachangebote, Produktvorführungen und Vorträge erwiesen sich als Besuchermagneten“, zeigt sich auch Projektleiterin Meike Backes zufrieden mit dem diesjährigen Messeverlauf. Große Resonanz und volle Ränge erspielten die energie-geladenen Shows der Künstlergruppe Moving Shadows.

Messen bieten echte Begegnungen

„Wir brauchen als Menschen die echte Begegnung“, betonte Simon Blümcke, Oberbürgermeister der Stadt Friedrichshafen, in seiner Ansprache auf der IBO-Opening-Night. Diesen Eindruck bestätigten auch über die Messetage

zahlreiche Aussteller, wie beispielsweise **Uwe Lehmann, Messeorganisator der Norbert Woll Haushaltswaren**: „Wir machen hier gute Geschäfte, der Direktkontakt zu den Kunden ist uns wichtig. Das Internet ist unpersönlich, wenn man irgendwas wissen will, ist man in der Warteschleife oder die Antworten sind KI-generiert. Die Kunden haben meines Erachtens einen Beratungsstau. Hier bekommen sie alles erklärt.“ Den persönlichen Kontakt suchte auch Reisebloggerin **Marika Vencel, Founder & CEO von adVANTours**: „Die ersten Tage waren etwas ruhiger, aber die Besucher kamen sehr gezielt – vor allem zu unseren Vorträgen, die wirklich richtig gut gelaufen sind. Wir waren das erste Mal hier und sind sonst eher auf reinen Campermessen unterwegs. Die IBO war für uns eine Herausforderung, weil die Zielgruppe hier gemischer ist, aber wir sind insgesamt sehr zufrieden. Wir hatten viele Camper da, die sich für das Reisen interessiert haben. Wir nehmen viele Erfahrungen mit und überlegen schon, wie wir unser Konzept – vor allem das Vortragsthema – im nächsten Jahr noch weiter ausbauen können. Es hat uns richtig Spaß gemacht.“

IBO als regionales Schaufenster

So vielfältig wie das Publikum sind auch die ausstellenden Unternehmen, die aus ganz Deutschland und darüber hinaus an den Bodensee kommen. Ein bedeutender Anteil hat seinen Sitz in der nahen Umgebung und sieht genau darin den wesentlichen Grund, sich auf der IBO zu präsentieren. **Sabrina Neumann, Mitarbeiterin Marketing und Kommunikation der Flughafen Friedrichshafen GmbH** berichtet: „Wir hatten viele gute Kundengespräche und ein großes Interesse an unserem Standort in Friedrichshafen sowie an unseren neuen Zielen wie Berlin, Düsseldorf und Hamburg. Unser Stand war sehr gut frequentiert. Viele unserer Kunden kommen direkt hier aus der Region. Deswegen ist die IBO für uns eine der wichtigsten Messen, auf der wir vertreten sind, gerade wegen der starken regionalen Verankerung und der Nähe zu uns.“ Nicht nur Kunden, sondern auch neue Mitarbeitende akquirieren konnte das Start-Up von **Moritz König. Der Mitbegründer des Häfler Unternehmens Mein Helfair GmbH** erklärt: „Wir waren das erste Mal hier auf der IBO und es hat sich definitiv gelohnt. Mit unserem Stand konnten wir auf uns aufmerksam machen und haben sowohl neue Kunden gefunden als auch neue junge Leute, die bei uns arbeiten möchten. Einige kamen auch zu uns und haben erzählt,

dass sie schon oft von uns gelesen haben und sich nun freuen, uns mal persönlich kennenzulernen“.

Save the Date: IBO-Termin 2027

Die nächste IBO findet von Mittwoch, 17. bis Sonntag, 21. März 2027 auf dem Messegelände in Friedrichshafen statt. Weitere Informationen unter www.ibo-messe.de, www.facebook.com/ibomesse und auf www.instagram.com/deine.ibo

Pressekontakt:

Kerstin Rieger, Managerin Media Relations

Tel.: +49 7541 708-327

E-Mail: kerstin.rieger@messe-fn.de

Über die IBO

Die Internationale Bodenseemesse IBO ist die große Frühjahrsmesse in Friedrichshafen. Sie steht für einen Mix aus lebendiger Vielfalt, dynamischer Wandelbarkeit und gleichzeitig auch bewährter Tradition – seit ihrer Gründung 1950. Nationale und internationale Ausstellende präsentieren auf der IBO ihre Produkte und Dienstleistungen aus vielfältigen Bereichen wie Mobilität, Kinder- und Jugendliche, Bildung, Gastro und Genuss, Haushalt, Wohnen, Gesundheit, Sport und Kreativität sowie Freizeit, Reisen, Garten und Bauen. Events und Mitmachaktionen lassen den Messebesuch zum Erlebnis für alle Altersgruppen und Familien werden.

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.