

03. Dezember 2018

BOOT & FUN BERLIN mit erfolgreichen Abschlüssen

Berliner Boots- und Freizeitmesse BOOT & FUN BERLIN mit über 43.000 wassersportbegeisterten Besuchern an vier Tagen – 700 Aussteller – Aussteller melden gute bis sehr gute Verkäufe –

Höchster Wert an Geschäftsabschlüssen seit vier Jahren

Berlin, 3. Dezember 2018 – Vier Tage lang lag Berlin nicht nur im Zentrum von Europas größtem Wassersportrevier, sondern auch im Zentrum der Aufmerksamkeit der Wassersportbranche. Eine der wichtigsten Messen Deutschlands für den Binnen- und Küstenbereich präsentierte ein umfassendes Angebot, darunter mehr als 600 Segel- und Motorboote und rund 500 muskelbetriebene Boote und Boards.

Die mehr als 700 Aussteller berichteten von einer sehr positiven Resonanz und meldeten gute bis sehr gute Verkäufe. Einer von ihnen ist Armin Burchardi von Aquamarin Boote: „Neben den Besuchern ist es für uns vor allem wichtig, unsere Kunden zu treffen. Wir haben auch gut verkauft. Wir brauchen diese Messe, weil wir Hauptstadt sind – und eine Wasserstadt.“

Daniel Barkowski, Projektleiter BOOT & FUN BERLIN: „Der Aufwind im Wassersport war auf der diesjährigen Veranstaltung in den verschiedenen Segmenten deutlich spürbar. Das belegen auch die Zahlen der Ausstellerbefragung.“

Die Mehrheit der Aussteller ist mit der Veranstaltung 2018 zufrieden. So gaben zum Beispiel rund 90 Prozent der Aussteller an, zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrer Beteiligung zu sein. Weiterhin positiv hervorzuheben ist die hohe Zahl an Geschäftsabschlüssen. Hier wurde der höchste Wert seit vier Jahren erzielt.

Zum erfolgreichen Auftakt am Vorabend der Messe, der GALA DER BOOTE, und an den vier Messtagen kamen insgesamt über 43.000 Besucher zur Berliner Bootmesse.

Nach ihrer gelungenen Premiere findet die BOOT & FUN Inwater, die In Water Boat Show der BOOT & FUN BERLIN, vom 30. August bis 1. September 2019 in Werder (Havel) zum zweiten Mal statt.

Die BOOT & FUN BERLIN 2019 findet vom 21. bis 24. November 2019 statt, die GALA DER BOOTE am 20. November 2019.

[Hier](#) finden Sie druckfähige Fotos der BOOT & FUN BERLIN 2018.

Statements von Ausstellern zur BOOT & FUN BERLIN 2018

Susanne Wollin, Kielwasser:

„Für uns war die Messe wirklich erfolgreich. Wir konnten gute Kontakte sammeln, die wir dann nachakquirieren. Für uns zählt nicht die Masse, sondern die Qualität der Besucher und die ist hier sehr gut. Im Anschluss werden wir sicher noch Boote verkaufen.“

Thorsten Bergheim, BM-Yachting:

„Wir hatten gute Gespräche, auch mit Leuten mit Kaufabsichten. Daher sind wir sehr begeistert von der Messe. Auf uns hat die Messe den Eindruck gemacht, dass sehr viele Aussteller da sind, die sich auf Wachstumskurs befinden.“

Meik Lessig, Enjoy Yachting:

„Wir sind zum ersten Mal hier mit Cranchi-Motoryachten und die Messe läuft unerwartet gut. Wir haben zum einen Besucher, die vor vielen Jahren eine Cranchi-Yacht erworben haben und die sich jetzt freuen, mit uns für ihre Ersatzteile und ihren



29. Nov. – 2. Dez. 2018

Pressekontakt:

i.V.

Emanuel Höger

Pressesprecher
Geschäftsbereichsleiter Corporate
Communication
Unternehmensgruppe Messe
Berlin

www.messe-berlin.de
twitter.com/messedamm22

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit BOOT & FUN BERLIN:

Susanne Tschenisch
PR Manager
T +4930 3038-2295
tschenisch@messe-berlin.de

Geschäftsführung: Dr. Christian
Göke (CEO), Dirk Hoffmann
Aufsichtsratsvorsitzender:
Wolf-Dieter Wolf
Amtsgericht Charlottenburg Nr. 92
HRB 5484

Service einen Ansprechpartner in der Region zu haben. Zum anderen können wir die Marke einem neuen, interessierten Publikum bekannt machen.“

Jürgen Dross, Bootsservice Dross:

„Für uns ist die Berliner Messe ein Heimspiel und für die Region äußerst wichtig. Die Gespräche waren hervorragend und wir erwarten ein gutes Nachmessegeschäft.“

Christian Strand, BENTE Yachts:

„Eine tolle Messe, es hat wieder Spaß gemacht! Die BOOT & FUN BERLIN ist eine extrem wichtige Messe für die Region. Wir hatten bereits spannende Geschäfte und erwarten im Nachgang noch einiges.“

Armin Burchardi, Aquamarin Boote:

„Neben den Besuchern ist es für uns vor allem wichtig, unsere Kunden zu treffen. Wir haben auch gut verkauft. Wir brauchen diese Messe, weil wir Hauptstadt sind – und eine Wasserstadt. Sie gehört einfach zu Berlin.“

Frank Schaper, B1 Yachts:

„Mir hat diesmal das Flair sehr gut gefallen. Die Hallen wirkten schöner und das hat sich positiv auf unser Geschäft ausgewirkt. Emotion ist beim Bootskauf wichtig: Man will anfassen und testen und dafür muss das Ambiente stimmen. Das hat die Messe in diesem Jahr gut geschafft.“

Hasso-Christian Höher, Pantaenius Yachtversicherungen:

„Die Messe war gut besucht, besonders die Gala der Boote. Wir haben gute Gespräche mit interessierten Besuchern geführt, und auch bestehende Kunden nutzen die Gelegenheit, sich mit Fragen am Stand an uns zu wenden.“

Nadine Wieland, Marine Store 2000:

„Für uns ist die Messe absolutes Neuland. Wir sind zum ersten Mal hier und es hat uns gut gefallen, eine durchaus sympathische Messe. Wir haben von allem ein bisschen dabei und verkaufen gut.“

Marko Müller, Verein Seglerhaus am Wannsee:

„Wir haben auf der Messe als offizieller Partner versucht, das Thema eSailing voranzubringen, also virtuelle Segelwettbewerbe. Das steckt in Deutschland noch in den Kinderschuhen. Für uns ist der Messetermin ein Stelldichein. Oft ergeben sich im Nachhinein noch Kontakte.“

Patrick Dittmer, Kajakguru:

„Wir haben viele Kajaks verkauft, gute Kontakte geknüpft und konnten viele alte Kunden zurückgewinnen.“

Marc Bierwolf, Svendsen Sport (Savage Gear, Okuma):

„Für uns war diese Messe sehr erfolgreich. Wir haben ein großes, interessantes Publikum erreicht. Viele unserer Händler sind hier in Berlin ansässig. Dank der Messe können wir sie vor Ort unterstützen. In Deutschland gibt es nicht mehr viele Messen, wo für uns alles passt von der Organisation bis hin zu den Besuchern. Wir werden nur noch zwei bis drei Messen pro Jahr besuchen, und da gehört diese sicherlich dazu.“

Karuboats, Malte Schmidt:

„Wir sind zum ersten Mal auf der Messe und hatten viele interessierte Besucher, die viel Fachwissen hatten. Die Gala der Boote und das Wochenende waren besonders stark. Wir sehen die Messe vor allem als Multiplikator und hoffen, unsere Marke dadurch bekannter zu machen.“

USM Boote, Stefan Reifenrath:

„Mit dem ALUDOCK haben wir zum ersten Mal ein Konzept umgesetzt, bei dem mehrere Hersteller von Aluminiumbooten an einem Stand ausgestellt haben. Mit Konzepten wie diesen zeigt die Messe ihre Wandelbarkeit, obwohl sie traditionell ist und eine lange Geschichte hat. Sie ist sehr charmant und hat einen starken B2C-Charakter, was für uns toll ist.“

Angel Ussart, Ulli Beyer:

„Obwohl wir der größte Aussteller im Angelbereich sind, müssen wir uns die Bekanntheit auf der Messe als Erstaussteller erst noch erarbeiten. Ich habe die AngelWelt seit langer Zeit aus der Ferne als potentieller Aussteller beobachtet. Seit ein paar Jahren entwickelt sich die Messe in eine sehr positive Richtung mit wachsenden Besucherzahlen, sodass wir auf jeden Fall dabei bleiben wollen.“

Hecht & Barsch, Daniel Andriani:

„Für uns war die Messe extrem gut, die beste seit fünf Jahren. Es kommen kaufkräftige Besucher aus ganz Deutschland. Wir haben einige neue Produkte gelauncht, dafür war die Messe genau der richtige Ort.“