

**Weitere Informationen  
für die Redaktionen:**MESSE BREMEN · M3B GmbH  
Vanessa Ranft, T 0421 3505 - 323[vanessa.ranft@m3b-bremen.de](mailto:vanessa.ranft@m3b-bremen.de)[www.messe-bremen.de](http://www.messe-bremen.de)

## Premieren, neue Standkonzepte, starke Signale fish international übertrifft die Erwartungen der Newcomer

Freitag, 27. Februar 2026 · Mit vielen neuen Kontakten, konkreten Geschäftsanbahnungen und spürbarer Dynamik ist die fish international am Dienstag zu Ende gegangen. Besonders Neuausstellende berichten von großer Resonanz, während auch langjährige Teilnehmende die Fachmesse erneut als wichtigen Branchentreffpunkt bestätigen.

Die MESSE BREMEN hatte sich zum Ziel gesetzt, ein realistischer Spiegel des Marktes zu sein – nach Einschätzung vieler Beteiligten ist das gelungen: Ausstellende aus traditioneller Fischerei, Aquakultur, Verarbeitung, Handel sowie Hersteller alternativer Produkte trafen hier aufeinander und kamen miteinander ins Gespräch.

### Premieren mit Strahlkraft

Für viele Ausstellende war der Sonntag der besucherstärkste und geschäftlich erfolgreichste Messetag – so auch für Thierry Stauffenegger, Geschäftsführer Transgourmet Seafood. Besonders viel Aufmerksamkeit erhielt am Stand die neue Transportbox aus nachwachsenden Rohstoffen, in der beispielsweise Fisch und Meeresfrüchte gekühlt transportiert werden können. Die Box wurde gemeinsam mit Hersteller Papacks entwickelt. Die Resonanz sei „sehr positiv“ gewesen.

Manuel Leibrock, CMO bei Papacks, bestätigt das große Interesse: „Die Besucherinnen und Besucher waren begeistert, dass es nun eine neue Möglichkeit für den Transport gekühlter Ware gibt, die ebenso effektiv wie umweltfreundlich ist. Nach der Messe verschicken wir Muster – viele haben bereits angekündigt, dass sie die Box testen und voraussichtlich einsetzen werden.“

Deutsche See machte ähnliche Erfahrungen: „Wir haben die Messe im Ganzen als positiv wahrgenommen“, sagt Messe- und Eventmanagerin Julia Schneider. Das neue Standkonzept mit Showküche sei voll aufgegangen. „Wir hatten sehr viele gute Gespräche und haben Produkte erstmals vorgestellt, die gerade neu entwickelt wurden und die zum Teil noch gar nicht bestellbar sind.“

### Neuausstellende knüpfen Kontakte und erzielen erste Abschlüsse

Gerade für Unternehmen, die erstmals teilnahmen, zahlte sich der Messeauftritt aus. „Wir wollten unser Produkt verkaufen, bekannt machen und in Umlauf bringen – dieses Ziel haben wir erreicht“, sagt Pia Hillrichs von Neuaussteller Aquapurna, der mit seiner Marke Gamba Zamba ganz frisch auf dem Markt ist. „Wir haben nicht nur Kunden gewinnen können, sondern auch sehr gute Kontakte geknüpft. Unter anderem zu Partnern, die uns bei Verpackung und Technik unterstützen können und auf die wir bei Bedarf zurückgreifen können. Ein solches Netzwerk ist enorm wertvoll.“

Auch Peter Zwarthoed, Commercial Manager bei Zeelandia Garnalen und Aqua-Triton Mossel, berichtet von intensiven Gesprächen: „Diese Messe verbindet und die Menschen hier sind sehr interessiert.“

**Weitere Informationen  
für die Redaktionen:**

MESSE BREMEN · M3B GmbH  
Vanessa Ranft, T 0421 3505 - 323

[vanessa.ranft@m3b-bremen.de](mailto:vanessa.ranft@m3b-bremen.de)

[www.messe-bremen.de](http://www.messe-bremen.de)

Besonders eindrucksvoll verlief die Premiere für Neuaussteller Seaman Chips aus Dänemark, der erstmals auf einer deutschen Messe vertreten war: „Wir kamen ohne Erwartungen. Bereits am Sonntag um 11 Uhr war unser Stand komplett umlagert – und das blieb bis zum Abend so. Wir haben sogar schon Bestellungen erhalten. Ehrlich gesagt: Selbst, wenn wir danach sofort hätten abreisen müssen, wäre die Messe für uns schon ein Erfolg gewesen“, sagt Gründer Heine Max Olesen. Freudig überrascht zeigte sich das Unternehmen zudem über die Nutzung seines Produkts durch andere Ausstellende: „Unsere Chips wurden an mehreren Ständen spontan als Basis für Häppchen verwendet. Wir wollten eigentlich erklären, wie man sie einsetzen kann – hier ist das ganz von allein passiert.“

**Neue Dynamik in der Halle**

Neben konkreten Geschäftserfolgen wurde die fish international von vielen Teilnehmenden erneut als relevanter Branchentreffpunkt wahrgenommen. Im Mittelpunkt standen fokussierte Gespräche, eine gute Frequenz an Einkäufern und Entscheidenden sowie die Möglichkeit, Unternehmen und Innovationen in einem professionellen Umfeld sichtbar zu machen. „Die fish international wird in der Branche ernst genommen – als effizienter Business-Hub, der Unternehmen, Themen und Menschen zusammenbringt“, sagt Franziska Kinski, die die Messe in diesem Jahr erstmals als Projektleitung verantwortet hat. Zugleich sei die Atmosphäre vielfach als offen und freundlich beschrieben – als Ort für fachlichen Austausch ebenso wie für Begegnungen mit bekannten Gesichtern der Branche.

Insgesamt besuchten 12.761 Branchenvertreterinnen und Branchenvertreter das Messe-Duo aus fish international und GASTRO IVENT. Letztere setzte erneut auf ein Konzept, das in der Praxis zählt: kurze Wege, klare Themen und eine hohe Dichte an relevanten Kontakten. „Im Verbund mit der GASTRO IVENT entsteht eine Konstellation, die für viele Betriebe und Unternehmen besonders wertvoll ist – weil sich Themen und Zielgruppen sinnvoll ergänzen“, sagt Claudia Nötzelmann, Bereichsleiterin Fachmessen.

**Mehr Infos:** [www.fishinternational.de](http://www.fishinternational.de) und [www.gastro-ivent.de](http://www.gastro-ivent.de)

Ein Motiv, das für beide Fachmessen steht, [finden Sie hier](#). © M3B GmbH/ Sascha Wellenberg  
**BU:** Parallele Genusswelten: Während auf der fish international Seafood im Fokus steht, laufen im Begleitprogramm der GASTRO IVENT vier nationale Kaffee-Meisterschaften.