

ABF & B.I.G. enden mit Besucherzuwachs

Nach fünf Messetagen sind die ABF und die B.I.G. am Sonntag, 15. Februar, erfolgreich zu Ende gegangen. Insgesamt kamen mehr als 83.000 Besucher aufs Messegelände in Hannover, rund 2,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Positive Bilanz entsprechend bei der Deutschen Messe AG als Veranstalterin sowie bei den meisten der rund 560 ausstellenden Firmen, die von guter Stimmung, hoher Aufenthaltsqualität sowie einer großen Abschluss- und Investitionsbereitschaft berichteten.

15. Feb. 2026

Hannover - Klaudia Kohl, Abteilungsleiterin Consumer-Shows bei der Deutschen Messe AG: „Das Messeduo ABF und B.I.G. markiert für uns im Februar den Auftakt der neuen Messe-Saison. Der Erfolg beider Veranstaltungen unterstreicht einmal mehr die Bedeutung von Messen als Plattform, um aktuelle Trends sichtbar zu machen und Produkte einem breiten Publikum wirkungsvoll vorzustellen, welches das Angebot auch direkt auf der Messe kaufen, bestellen oder buchen kann.“

Zu den Highlights gehörte unter anderem der Bereich Caravaning & Camping, der mit über 35.000 Quadratmetern nicht nur flächenmäßig am stärksten war, sondern auch auf sehr großes Besucherinteresse stieß. Reisemobile, Caravans, Kastenwagen und individuell ausgebaute Fahrzeuge wurden begutachtet, verglichen und direkt bestellt. Hinzu kam ein umfangreiches Angebot an Zubehör, technischer Ausstattung und Serviceleistungen. Viele Aussteller berichteten von konkreten Kaufabsichten und detaillierten Beratungsgesprächen, die über reine Informationskontakte hinausgingen.

Olaf Kulp, Caravan Tirge: „Wir sind voll und ganz zufrieden. Die ABF bietet uns im ausklingenden Winter die Möglichkeit, unsere Produkte in einer tollen Atmosphäre zu präsentieren. Die ABF-Besucher haben eine sehr hohe Qualität, sie informieren sich ganz gezielt und haben eine große Kaufbereitschaft.“

Uwe Filter, Ferientraumkreuzfahrten & Deister Wohnmobile ergänzt: „Wir haben sehr viel positives Feedback bekommen und haben auch direkt einige Besucher glücklich machen können mit Kreuzfahrten und auch mit Wohnmobilen. Wir sind sehr zufrieden.“

Neue Akzente bei Caravaning & Camping setzte auch Friso Richter („Der Camping Check“) mit seinem beliebten Podcast „Natural Born Campers“, den er zusammen mit Melli Ebeling und Martin Putz live auf der Camping-Bühne des DCC Deutscher Camping Club e.V. aufnahm.

Im Reisebereich sorgte in diesem Jahr die von Explorer Travel präsentierte Sonderschau „Faszination Asien“ für besondere Aufmerksamkeit. Die aufwendig gestaltete Fläche spiegelte beinahe alle Facetten des Kontinents wider – von kulturellen Traditionen über touristische Highlights und Naturerlebnisse bis hin zu kulinarischen Angeboten. Die thematische Bündelung schuf eine eigene Erlebniswelt innerhalb der Messe und wurde von vielen Besuchern gezielt angesteuert. Aussteller im Umfeld der Präsentation berichteten von einer spürbar erhöhten Frequenz und einer intensiven Nachfrage nach Fernreisezielen. Marco Hansen, Explorer World of Travel GmbH: „Faszination Asien war für uns ein großartiger Erfolg. Gemeinsam mit Schauinsland-Reisen und weiteren touristischen Partnern haben wir mit den Besuchern sehr viele konstruktive und wertvolle Gespräche geführt.“

Groß war auch das Interesse im Automobilbereich. Vor allem E-Fahrzeuge standen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Viele Besucher informierten sich detailliert über Reichweiten, Ladezeiten, Infrastruktur und Förderbedingungen. Die Gespräche waren von konkreten Fragestellungen geprägt, was die Aussteller als Indiz für eine gestiegene Markttransparenz und ernsthafte Kaufüberlegungen werteten. Besonders gut angenommen wurde erneut die Möglichkeit, die Fahrzeuge direkt außerhalb des Messegeländes zur Probe fahren zu können. Christian Hackerott, Autopark Hackerott: „Im Zeitalter von Internet, Social Media und Co. ist es für uns wichtig, auf der ABF mit über rund 83.000 Menschen aus der Region, aus der Metropolregion in Kontakt zu kommen. Das ist ein unschätzbare Wert.“

Sportliches Highlight war der 2. ABF RUN. Rund 300 Läufer absolvierten den bis zu 10,5 Kilometer langen Rundkurs über das Messegelände und erlebten Hallen und Freigelände aus einer ungewohnten Perspektive. Der Lauf hat sich damit nach seiner Premiere im letzten Jahr als ergänzendes Format etabliert.

Parallel zur ABF präsentierte die Bau- und Gartenmesse B.I.G. ein umfassendes Angebot rund um die Themen Bauen, Interieur und Garten. Neben klassischen Themen wie Inneneinrichtung und Gartengestaltung standen insbesondere Fragen zur Energieeffizienz im Mittelpunkt. Kay Glenewinkel, VIESSMANN: „Die B.I.G. war für uns ein voller Erfolg. Die Nachfrage nach Förderungen, Wärmepumpen und den ganzen Energiekrisen-Themen war ungeheuer hoch. Wir sind voll zufrieden.“

Zu den Highlights gehörte auch das Forum Wohnen & Energie mit informativen Fachvorträgen der Klimaschutzagentur Region Hannover sowie vom Energie Beratungszentrum Hildesheim (ebz) und vom Bundesverband Altbauerneuerung (BAKA).

Ein Publikumsmagnet war erneut die tägliche Grill-Show mit Tina Kirchhoff, alias BBQ-Tina, die unterhaltsame Vorführungen mit leckerem Grillgenuss kombinierte. Die viermal täglich stattfindende Grill-Show sorgte für zusätzliche Frequenz in der Halle und zeigte, wie sich Information und Unterhaltung auf der Messe sinnvoll ergänzen.

In der Gesamtschau bestätigen die gestiegenen Besucherzahlen und die positiven Rückmeldungen der Aussteller die stabile Position beider Messen im Veranstaltungskalender. Die Mischung aus fachlicher Information, einem großen Angebot, konkreter Beratung und erlebnisorientiertem Rahmenprogramm traf auch in diesem Jahr die Erwartungen des Publikums.

Klaudia Kohl, Deutsche Messe AG: „Mit diesem tollen Ergebnis starten wir voller Zuversicht und Freude in die Vorbereitungen für die ABF und B.I.G 2027.“

ABF & B.I.G. 2027 – 10. bis 14. Februar.

Quelle: www.abf-hannover.de