

infa 2025 - Messe zieht positive Bilanz

19. Okt. 2025

Nach neun Messtagen ging die infa 2025 am Sonntagabend auf dem Messegelände in Hannover zu Ende. Rund 750 Aussteller präsentierten Produkte, Dienstleistungen und Trends aus den Bereichen Wohnen, Lifestyle, Genuss, Mode, Beauty und Weihnachten.

Der Besuch lag mit 102.000 Menschen knapp unter dem des Vorjahres, dennoch ziehen die Veranstalter positive Bilanz. Klaudia Kohl, Abteilungsleiterin Consumer Shows Deutsche Messe: „Trotz wirtschaftlich herausfordernder Rahmenbedingungen zeigte sich erneut, dass auch die nunmehr 71. infa ihren festen Platz in norddeutschen Veranstaltungskalendern behauptet.“

Vielfalt der Themenwelten

Die Vielfalt der Themenwelten war erneut eines der **Markenzeichen der Messe**. Von Einrichtungsideen und Küchenneuheiten über kreative Mitmachangebote bis hin zu Weihnachtsdekoration und Delikatessen bot die infa ein breites Spektrum, das zum Bummeln, Ausprobieren und Entdecken einlud. Besonders stark frequentiert waren die Wochenenden, an denen traditionell die thematischen Schwerpunkte wechselten und unterschiedliche Besuchergruppen ansprachen.

Bereits zum Auftakt sorgte die [infalino](#), die Messe für junge Familien, für reges Interesse. Hier drehte sich alles um Schwangerschaft, Baby- und Kleinkindausstattung, Ernährung und Baby-Gesundheit. Neben Beratungsangeboten und Produktneuheiten bot das Rahmenprogramm praxisnahe Vorträge und Mitmachaktionen. Zahlreiche Familien nutzten die Gelegenheit, sich umfassend zu informieren und direkt mit Herstellern und Fachleuten ins Gespräch zu kommen.

Auch die [infa kreativ](#) am zweiten Messewochenende, war ein Besuchermagnet für kreative Köpfe, hier stand alles unter dem Motto „Do It Yourself“. Die Besucher konnten sich über neue Materialien, Werkzeuge und Techniken informieren, an Workshops teilnehmen oder sich in offenen Mitmachbereichen kreativ betätigen. Von Handarbeiten über Basteln bis hin zu nachhaltigen Upcycling-Ideen reichte das Angebot. Besonders gut kam das neue Format „**Entkorkte Kunst**“ an, bei dem erstmalig gleichzeitig gemalt und kuratierte Weine verkostet wurden.

Ein besonderes Highlight gabs in diesem Jahr in der Weihnachtshalle [Christmas](#). Hier lud erstmals eine **Schlittschuhbahn** dazu ein, inmitten von Lichterketten, Tannenbäumen und weihnachtlicher Musik ein paar Bahnen zu drehen. Das neue Angebot wurde von knapp 1500 Menschen genutzt und sorgte für eine lebendige Atmosphäre in der Halle, die traditionell zu den stimmungsvollsten Bereichen der Messe gehört. Neben Dekoration, Geschenkideen und kulinarischen Spezialitäten war die Schlittschuhbahn ein Publikumsmagnet, der insbesondere Familien ansprach und den Erlebnischarakter der infa weiter stärkte.

Darüber hinaus engagierte sich die infa auch in diesem Jahr wieder für einen guten Zweck. Beim Spendenprojekt „**DIE!!! Weihnachtsfeier**“, das seit drei Jahren Bestandteil der Christmas ist, kamen insgesamt 15.000 Euro zusammen. Die Spenden werden verwendet, um bedürftigen Menschen in Hannover eine festliche Weihnachtsfeier im Dezember im Hannover Congress Centrum zu ermöglichen.

Für besondere Aufmerksamkeit sorgte in diesem Jahr das neue Veranstaltungsformat [Grow & Glow](#), das am Freitag erstmals auf der infa stattfand. Der Tag stand ganz im Zeichen von **Female Empowerment** und richtete sich an Frauen, die sich für Themen rund um Beauty, Gesundheit, Finanzen und Karriere interessieren. Die Resonanz war durchweg positiv und von Beginn an waren alle Plätze vor der Bühne in Halle 19 besetzt. Zu den prominenten Gästen zählte Schauspielerinnen **Wolke Hegenbarth**, die offen über Selbstfindung, berufliche Herausforderungen und persönliche Balance sprach. Ergänzt wurde das Programm durch Panels mit Expertinnen aus Medizin, Coaching, Mode und Lifestyle. Ziel des Formats war es, unterschiedliche Facetten des Frauseins zu beleuchten und Anregungen zu geben, wie Frauen selbstbewusst, gesund und gleichberechtigt ihren Alltag gestalten können.

infa-Chefin Klaudia Kohl zieht eine positive Bilanz: „Mit Grow & Glow haben wir wichtige Fragen rund um Frauengesundheit, Karriere, Liebe, Mode und Kosmetik in den Fokus gerückt, ein neues Netzwerk geschaffen und für ein Strahlen bei den Frauen gesorgt. Das war der erfolgreiche Beginn einer neuen Reihe, die wir im kommenden Jahr weiter ausbauen wollen.“ Geplant sei, so Kohl, die Grow & Glow künftig als festen Bestandteil der Messe zu etablieren und die Inhalte thematisch zu erweitern.

Neu in diesem Jahr war auch die **Genusslounge** mit zahlreichen Tastings sowie **spannende Workshops**, unter anderem mit Raheem Haidar („Das große Backen“) sowie zahlreiche **Mitmachaktionen** im Bereich Yoga, Pilates, Mental Health.

Vielzahl an Einkaufs- und Erlebnismöglichkeiten

Neben diesen Höhepunkten bot die infa 2025 erneut das gewohnte breite Spektrum an Einkaufs- und Erlebnismöglichkeiten. Die Themenwelten [Lebensart](#), [Beauty & Wellness](#), [Bauen & Wohnen](#), [Markthalle](#) und [Christmas](#) zeigten eine große Bandbreite an Produkten und Dienstleistungen – von hochwertigen Möbeln über Mode und Kosmetik bis hin zu kulinarischen Spezialitäten. Auffällig war, dass viele Aussteller vermehrt auf Nachhaltigkeit und Regionalität setzten – vorneweg im Sonderbereich [infa regional](#), der vom Verband Norddeutscher Direktvermarkter organisiert wurde. Aber auch das Thema Energieeffizienz spielte im Bereich Bauen & Wohnen eine zunehmende Rolle, wo Fachbetriebe Lösungen zu Sanierungsfragen, Heizungstechnik und Photovoltaik präsentierten.

Kludia Kohl: „Die infa hat sich erneut als Plattform erwiesen, die aktuelle Trends aufgreift und unterschiedliche Lebensbereiche verbindet. Sie steht gleichermaßen für Shopping-Spaß sowie für Austausch, Information und Inspiration.“

Es wurde erneut deutlich, dass vor allem die Qualität der Besucher hoch war und viele Aussteller von konkreten Verkaufserfolgen und einem regen Austausch sowohl mit Stamm-, als auch Neukunden berichteten (Siehe [Ausstellerstimmen](#)). Laut eines unabhängigen Marktforschungsinstituts haben 80 Prozent der Besucher auf der infa etwas gekauft oder bestellt.

Kludia Kohl sieht in diesen Ergebnissen eine Bestätigung des Messekonzepts. Das Bedürfnis nach realen Erlebnissen, persönlicher Beratung und direktem Austausch sei weiterhin groß, so die infa-Chefin. „Formate wie Grow & Glow, die Tastings, die Genussstouren, die Workshops bei der infa kreativ, die Kostproben in der Showküche unterstreichen, dass Messen heute mehr sein müssen als reine Verkaufsveranstaltungen – sie sind Orte der Begegnung und des Erlebens.“

Insgesamt zeigte die infa 2025, dass das Konzept einer vielseitigen Erlebnismesse nichts an Attraktivität für Aussteller und Besucher verloren hat. Die Mischung aus Information, Unterhaltung, Verkauf und gesellschaftlichem Engagement fand Anklang bei Ausstellern und Besuchern gleichermaßen. Und so blieb die Messe auch in ihrem 71. Jahr ein wichtiger Treffpunkt für Konsumenten, Händler und Branchenvertreter in Norddeutschland. Und beweist, dass Messen als reale Plattformen für Austausch, Inspiration und Gemeinschaft auch im digitalen Zeitalter nichts von ihrer Relevanz verloren haben.

Die nächste infa findet statt vom 10. bis 18. Oktober 2026 statt.

www.meine-infa.de