

Schl...



Schlussbericht (Fachpresse): Ausstellerrekord und 140.000 Besucher auf der Automechanika Frankfurt

20.09.2014

Rund ein Viertel der Aussteller präsentieren Produkte und Lösungen im Bereich Nutzfahrzeuge

Großes Interesse an Zukunftstechnologien u.a. im Bereich alternative Antriebe, Leichtbau und Energieeffizienz

Als Schaufenster für die Innovationen des internationalen Aftermarkets hat sich die 23. Automechanika vom 16. bis 20. September 2014 präsentiert. In diesem Jahr nutzten rund 140.000 Fachbesucher aus 173 Ländern die Chance, sich an fünf Messtagen über Produkte und neue Technologien rund ums Auto zu informieren[1]. Jeder vierte Besucher kam dabei aus dem Werkstatt-Umfeld. Einen neuen Rekord erreichte die Veranstaltung auf der Ausstellerseite mit 4.631 Unternehmen aus 71 Ländern. Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt: „Wir haben eine hervorragende Beurteilung von Seiten unserer Aussteller erhalten. Deutlich positive Impulse kommen dabei aus dem Ausland. Aber auch die deutschen Unternehmen schätzen die gegenwärtige Branchenkonjunktur besser ein als 2012.“

Die Zahl der internationalen Besucher stieg um fünf Prozentpunkte auf 60 Prozent. Großes Interesse zeigten die Messebesucher an Themen wie alternative Antriebstechniken, vollautomatisierte digitale Annahmeprozesse, Energieeffizienz, Leichtbaulösungen mit bislang nicht erreichter Nutzlast, Accessories, Customizing, Car Media und 3D-Druck. Detlef Braun: „Mehr denn je erweist sich die Automechanika in Frankfurt als Plattform wichtiger Zukunftstechnologien für künftige Entwicklungen im gesamten Automotive Aftermarket.“

Weltneuheiten und neueste Entwicklungen präsentierte die Messe auch im Bereich Nutzfahrzeuge. Dazu Detlef Braun: „Das Thema Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit spielt auch im Nutzfahrzeug-Segment eine überaus wichtige Rolle. So präsentierten Unternehmen hier erstmals Transporter mit bisher nicht erreichten Nutzlasten und gewichtsoptimierte elektrische Kühltransporter.“ Das große Potenzial der Aussteller im Bereich Nutzfahrzeuge, das unter anderem mit dem Label „Truck Competence“ an über 1.000 Ständen zu sehen war sowie die angegliederten Sonderschauen zur Truck Competence begeisterten die Besucher. Dazu Alexandra Sommer, Specialist Aftermarket Marketing, Knorr-Bremse Systeme für Nutzfahrzeuge GmbH: „Unser Messekonzept wird sehr gut angenommen und wir verzeichnen einen deutlichen Zuwachs an Standbesuchern im Vergleich zur Vorveranstaltung. Unser Simulator passt hervorragend in den Bereich Truck Competence der Automechanika Frankfurt. Wir freuen uns bereits jetzt auf 2016.“

Für eine hohe Aufmerksamkeit sorgte der „Schadentalk“, mit 600 Teilnehmern die stärkste Veranstaltung im Programm der Automechanika Academy. Branchengrößen aus dem Versicherungsgeschäft, u.a. HUK Coburg und der neu gegründete Bundesverband der Partnerwerkstätten (BVdP) sowie die Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) stellten sich vor. Gesponsert wurde die Veranstaltung von Lackherstellern, die nach 12 Jahren wieder auf die Automechanika zurückkehrten. „Wir haben das Vertrauen in das Marketinginstrument Messe zurückgewonnen und treffen die Welt in Frankfurt“, so Frank Forst, Vertriebsleiter bei Cromax.

Aus insgesamt 12 Ländern kamen mehr als 50 Pioniere aus dem Bereich alternative Antriebstechniken, die ihre Mobilitätskonzepte in der Halle 10 präsentierten. Gemeinsam mit Prins Autogassystemen und Neste Oil stellte der Deutsche Verband Flüssiggas e. V. am 16. September 2014 in einer Pressekonferenz Flüssiggas, so genanntes Liquefied Petroleum Gas (LPG), in der Bio-Variante vor. Das Besondere daran: Flüssiggas, oder Autogas wie der Energieträger als Kraftstoff genannt wird, wird es ab

2016 auch aus nachwachsenden Rohstoffen geben. So genanntes Biopropan kann dazu beitragen, den CO₂ Ausstoß weiter zu reduzieren.

Ein weiterer Besuchermagnet war die Galleria mit ihrem Angebot zum Thema Aus- und Weiterbildung. So nahmen über 650 Fachbesucher aus 36 Ländern an den praxisorientierten Workshops zum Thema Unfallschaden-Management teil. Dazu ein Teilnehmer: „Die Workshops haben meine Erwartungen nicht nur voll erfüllt, sondern übertroffen! Die Messe Frankfurt hat hier eine Plattform geschaffen, die nicht nur konkrete Hinweise zu aktuellen fachlichen Themen liefert, sondern es dem interessierten Fachpublikum unter Praxisbedingungen ermöglicht, sich in kürzester Zeit mit neuen Techniken vertraut zu machen.“

Dass soziales Engagement auch gebündelt auf einer Fachmesse zum Ausdruck gebracht werden kann, zeigt eine Initiative des Vereins TEILEn e.V. Über 50 renommierte Unternehmen des freien Ersatzteilmarktes und die Automechanika haben sich für den guten Zweck zusammengetan und für die Peter Maffay-Stiftung einen Scheck über 250.000 € gespendet. Der beliebte Künstler nahm die Spende auf der Messe persönlich entgegen und erwies sich als Besuchermagnet beim deutschen Werkstatt-Publikum.

Am Messesamstag und -Freitag nutzten die Besucher aus dem Werkstatt-Bereich das Angebot der „Automechanika-Werkstatt-Tage“. U.a. sorgten die Mitglieder des Verbandes VREI (Verein freier Ersatzteilemarkt e.V.) wie z.B. Schaeffler, ZF, Valeo u.a. für zahlreiche Technikpräsentationen, Werkstatt-Attraktionen und Wettbewerbe. VREI-Vorstand Thomas Fischer über die Initiative: „Gemeinsam mit unseren Mitgliedern haben wir es geschafft, das besondere Interesse der Werkstätten zu wecken.“

Die nächste Automechanika Frankfurt findet vom 13. bis 17. September 2016 statt.

Ausstellerstimmen:

„Wir erreichen mit der Automechanika Frankfurt nahezu alle unsere Kunden an einem Ort. Wir sind mit der Show dieses Jahr sehr zufrieden und begrüßen die Entscheidung, die Messetage auf Dienstag bis Samstag zu verlegen.“ (*José Guilherme Ferreira, Marketing Manager, Indústrias Metálicas VENEPORTE S.A.*)

„Wir haben zum ersten Mal auf der Automechanika Frankfurt ausgestellt und es war ein voller Erfolg. Die Messe ist für uns die perfekte Plattform, um unser Unternehmen zu präsentieren und bestehende sowie neue Kunden zu erreichen. Wir werden bei der Veranstaltung 2016 auf jeden Fall wieder dabei sein und freuen uns schon heute darauf.“ (*Armin Bolch, Geschäftsführer PETRONAS LUBRICANTS DEUTSCHLAND GmbH*)

„Für uns ist die Automechanika Frankfurt sehr erfolgreich verlaufen. Wir erreichen unsere Kunden und nehmen auch das Interesse der potenziellen Neukunden als sehr positiv wahr. Das ganze Team empfindet diesen Besuch in Frankfurt als besonders angenehm und das Gesamtpaket stimmt einfach.“ (*Wolf-Erik Schmitt, Leiter Marketing & IT, BlitzRotary GmbH*)

„Der Messeauftritt ist uns sehr wichtig, denn hier treffen wir bestehende und potenzielle Neukunden aus aller Welt an einem zentralen Ort. Wir sind sehr zufrieden mit der Qualität und dem Grad der Internationalität der Besucher.“ (*Susana Oliveira Basílio, Sales Assistant, João de Deus & Filhos, S.A.*)

„Wie auch in den Vorjahren sind wir sehr zufrieden mit unserem Auftritt auf der Automechanika Frankfurt. Der Zuspruch unserer Besucher war sehr positiv und die Entscheider der Branche waren in den vergangenen fünf Tagen hier vor Ort vertreten.“ (*Dr. Uwe Hartmann, VP Marketing Automotive Aftermarket, MANN+HUMMEL GmbH*)

„Die Werkstatttage am Freitag und Samstag sind für uns ideal, denn auch diese Gruppe möchten wir erreichen. Wir stehen für qualitativ hochwertige und langlebige Produkte und möchten den Besuchern

aus dem Werkstattbereich zeigen, dass sich deren Anschaffung wirklich lohnt.“ (*Chutima Schwarzwälder, Marketing & CRM Management, Otto Nußbaum GmbH & Co. KG*)

„Expect more“ war unser diesjähriges Motto, „mehr geliefert“ sagen unsere Kunden. Dementsprechend sind wir sehr zufrieden mit einem erfolgreichen Messeauftritt. Besonders die Zusammenführung unserer vier Produktwelten – LuK, INA, FAG und Ruville – unter einem gemeinsamen Messedach fand großen Anklang, sowohl bei Kunden als auch bei unseren Mitarbeitern.“ (*Rouven Daniel, Director Marketing & Communications, Business Division Automotive Aftermarket, Schaeffler Automotive Aftermarket GmbH & Co. KG*)

„BIZOL hat dieses Jahr an sieben Automechanika Veranstaltungen teilgenommen. Ab nächster Woche werden wir uns auf die Automechanika Shanghai vorbereiten und planen bereits unseren Auftritt auf der Automechanika Chicago. Die Anzahl und die Qualität der Teilnehmer und Besucher während der Automechanika Frankfurt 2014 ist für uns höher und besser als 2012. Dieses Jahr haben wir einen neuen Werbeservice und zwei neue Presse Services wahrgenommen und sind sehr zufrieden mit beiden. Wir danken dem Team der Automechanika 2014 für den exzellenten Service und die Unterstützung.“ (*Marcello Assandri, Chief Marketing Officer (CMO), BIZOL*)

„Aus unserer Sicht war dies unser bisher bester Stand und die Automechanika Frankfurt 2014 verlief für uns sehr erfolgreich. Wir konnten uns aufgrund von Erfahrungswerten optimal auf die Besuchergruppen der verschiedenen Tage vorbereiten und haben wichtige Kontakte geknüpft und gefestigt. Während der Werkstatttage haben wir ein besonderes Programm für die freien Werkstätten angeboten, das ebenfalls sehr positiv aufgenommen wurde.“ (*Hans-Peter Gorbach, Leitung Marketing, MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG*)

„Für uns als Hochschule war es das primäre Ziel unsere Forschungsprojekte in die Industrie zu tragen, was uns gelungen ist. Wir sind als Lehrstuhl für die Produktion von Elektromobilitätskomponenten somit auf der Automechanika Frankfurt ideal platziert. Bei einem relativ jungen Thema wie der Elektromobilität ist die Arbeit der RWTH Aachen mit ihren wegweisenden Projekten natürlich nicht wegzudenken.“ (*Ruben Förstmann, Wissenschaftlicher Angestellter, RWTH Aachen University – Chair of Production Engineering of E-Mobility Components*)

„Die Besucher haben sich bei uns sehr wohl gefühlt und wir hatten eine rege und konstante Beteiligung an unserem Stand. Wir haben genau die Besucher erreichen können, die sich auch gezielt für unsere Produkte interessiert haben und planen eine erneute Beteiligung bei der Automechanika Frankfurt 2016.“ (*Karl-Walter Eberlein, Geschäftsführer GESPA GmbH*)

„Die Automechanika Frankfurt 2014 ist für uns die wichtigste Messe und war für uns wieder sehr erfolgreich. Wir haben viele Kunden und potenzielle Neukunden aus den für uns relevanten Bereichen angetroffen und viel positives Feedback für unseren Stand erhalten. Wir hoffen natürlich, den Erfolg dieser Messe auch auf der Automechanika Frankfurt 2016 fortführen zu können.“ (*Pernille D. Lund, Export Assistant, JP Group a/s*)

„Für uns ist die Automechanika Frankfurt die Kernmesse im Bereich Automotive. Wir freuen uns sehr, unser 100. Jubiläum auf der Messe gefeiert zu haben. Wir sind sehr zufrieden mit den Kunden, die wir hier erreichen konnten und haben unsere Zielgruppe erreicht.“ (*Matthias Hagedorn, Senior Manager Global Marketing Communication, Philips GmbH BC Automotive Aachen*)

„Wir haben die Vielfalt an internationalen Besuchern sehr positiv wahrgenommen. Die Möglichkeit, unsere Kunden sowie Neukunden während der Automechanika Frankfurt persönlich zu treffen ist für uns sehr wichtig.“ (*Liao Wang, Marketing Specialist Europe, Exide Technologies SAS*)

„Für uns ist die Automechanika Frankfurt die Kernmesse der Branche. Als Global Player im Carwash Bereich profitieren auch wir vom positiven Image der Automechanika Frankfurt als weltweite Leitmesse der Automobilwirtschaft. Wir waren sehr zufrieden mit der Besucherqualität, die wir als sehr hochwertig empfunden haben, denn für uns ist die Messe ein wichtiger Branchentreffpunkt.“ (*Sonia Mañas, Corporate Marketing, ISTOBAL, S.A.*)

„Die Automechanika Frankfurt 2014 war für uns ein voller Erfolg. Unsere Produkte haben hier eine

Menge Aufmerksamkeit erhalten und wir wurden sogar mit dem Automechanika Innovation Award ausgezeichnet. Unser Ziel war es, mit den Entscheidern der Branche zusammen zu kommen und das haben wir erreicht.“ *(Björn Strid, Event- & Sponsorship Manager, Thule Sweden AB)*

„Die Automechanika Frankfurt ist für uns immer eine wichtige Veranstaltung. Die Anzahl der Besucher an unserem Stand war über die Messetage relativ konstant und durchgängig sehr professionell. Wir freuen uns, dass die Messe Frankfurt neben einer guten Betreuung auch für strahlenden Sonnenschein auf dem Freigelände der Car Wash City gesorgt hat.“ *(Otto Christ, CEO, Otto Christ AG Wash Systems)*

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit rund 545 Millionen Euro Umsatz und rund 2.000 Mitarbeitern eines der weltweit führenden Messeunternehmen. Die Unternehmensgruppe besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften und rund 50 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen „made by Messe Frankfurt“ statt. Im Jahr 2013 organisierte die Messe Frankfurt 113 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Die 578.000 Quadratmeter Grundfläche der Messe Frankfurt umfasst zehn Hallen. Weiterhin betreibt das Unternehmen zwei Kongresszentren.

Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: **www.messefrankfurt.com** (**<http://www.messefrankfurt.com>**)

[1] In 2012 kamen an sechs Messetagen 147.715 Fachbesucher (nach FKM).