

Starker Auftritt: Der internationale Automotive Aftermarket ist zurück in Frankfurt

Frankfurt am Main, 17.09.2022. Der Wendepunkt ist erreicht: Die neuen Formate und das umfangreiche Programm der Automechanika Frankfurt wurden von den internationalen Automotive Professionals sehr gut angenommen. 78.000 Besucher aus 175 Ländern kamen zur führenden Branchen-Plattform nach Frankfurt, um Produkte aus Werkstatt, Industrie und Handel live zu erleben. Seit dem Restart in Frankfurt war das Messegelände nicht mehr so ausgelastet wie an den letzten fünf Tagen.

Auf 19 Hallenebenen und auf dem Freigelände präsentierten sich 2.804 ausstellende Unternehmen aus 70 Ländern. Detlef Braun, Geschäftsführer Messe Frankfurt: „Es zeigt sich ein klarer Trend nach oben. Gemeinsam mit unseren Kunden und unseren internationalen Partnern blicken wir optimistisch in die Zukunft: Messen sind durch nichts zu ersetzen. Die hohe Internationalität seitens Aussteller aus 70 Ländern und Besuchern aus 175 Ländern zeigt klar: der internationale Automotive Aftermarket ist zurück in Frankfurt. Auch die neuen Networking-Möglichkeiten wurden von den Teilnehmern regen genutzt, um sich wieder persönlich zu treffen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen.“

Die hohe Besucherzufriedenheit von 92% zeigt, dass die Schwerpunktthemen der diesjährigen Automechanika auf eine große Resonanz stießen: die zunehmende Digitalisierung, Remanufacturing, alternative Antriebe und Elektromobilität ganz konkret, stellen viele Werkstätten und den Handel vor große Herausforderungen. Erstmals gab es ein Angebot von mehr als 350 Events, darunter auch Vorträge neuer Marktteilnehmer und kostenlose Workshops für Kfz-Profis.

Einen starken gemeinsamen Auftritt legten die CEOs der führenden Key Player beim CEO-Breakfast, unterstützt von ZF Aftermarket, am ersten Messetag hin. Die Formel1-Profis Mika Häkkinen und Mark Gallagher gaben in einem Fireside-Chat spannende Impulse für die Branche, die sich immer schneller transformiert. Dazu erklärt Detlef Braun: „Die Branche benötigt in diesen turbulenten Zeiten neue Impulse und Ideen. Schließlich geht es darum, allen Menschen auch in Zukunft eine sichere, klimafreundliche und möglichst nachhaltige Mobilität zu ermöglichen.“

Peter Wagner, Managing Director, Continental Aftermarket & Services:
„Zwei Sachen hat die Automechanika deutlich gezeigt. Erstens: Auch in einer immer digitaleren Welt kommt es auf den Menschen an! Das persönliche Gespräch, das Besuchen am Stand, das Wandeln durch die Hallen und auch das Händeschütteln, ist durch nichts zu ersetzen! Zweitens: Die Transformation der Branche hat deutlich an Fahrt aufgenommen, Themenbereiche wie zum Beispiel digitale Services für die Werkstatt oder alternative Antriebe werden immer wichtiger. Als Forum für solche Zukunftsthemen wird

die Automechanika in Zukunft immer wichtiger werden, denn Know-How ist für Werkstätten und Händler essenziell, um weiter vorne mitzuspielen."

Die neue Sonderschau ‚Innovation4Mobility‘ stieß bei den Besuchern auf großes Interesse. Themen waren dort u.a. Batterietechnologie, alternative Antriebe, Wasserstoff, Solartechnik, E-Commerce und die Vernetzung von Fahrzeugen.

Auffällig viele junge Besucher kamen auf die Messe, um sich über die Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten im Automotive Aftermarket zu informieren. Talents4AA, der gemeinnützige junge Verband, der es sich zum Ziel gesetzt hat, Fachkräfte und den Nachwuchs für den Automotive Aftermarket zu gewinnen, nahm zum ersten Mal an der Automechanika Frankfurt teil – und das mit großem Erfolg: der Verband konnte binnen der fünf Messtage seine Mitgliederanzahl signifikant steigern. Dazu erklärt Stéphane Freitas, General Secretary Talents4AA: „Die Messe war eine großartige Gelegenheit zum Networking und der Verband hat viele äußerst positive Rückmeldungen von den Branchenmitgliedern erhalten. Unter anderem sind die Unternehmen ADI, Bilstein Group, Continental, Misfat Group, NRF und SKF dem Verband Talents4AA während der Automechanika Frankfurt offiziell beigetreten. Nach der Messe werden wir sicherlich noch viele weitere neue Mitglieder willkommen heißen können.“

Peter Börner, Präsident Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik e.V. zieht ein positives Fazit: „Die Automechanika 2022 war endlich der ‚Restart‘ in die Aftermarket-Welt der Automobilindustrie. Das Wertvollste dabei ist das persönliche Zusammentreffen, das kein virtuelles Meeting ersetzen kann. Workshops, Schadentalk und das gemeinsame berühmte Bier nach vier zeigten endlich wieder einmal, dass die Branche lebt! In Zeiten des Fachkräftemangels war hier insbesondere der Kontakt zu potenziellen Auszubildenden in der Galleria besonders wichtig und beliebt.“ Gemeinsam mit den Branchenverbänden des KFZ-Gewerbes und der Fahrzeuglackierer konnten junge Menschen dort selbst eine Karosserie aus Blech herstellen, lackieren, mit einem Chassis inklusive Elektromotor zusammenbauen und das fahrende Modellauto dann mit nach Hause nehmen. „Die Nachfrage war riesig und die Zusammenarbeit mit der Messe Frankfurt hervorragend. Die Automechanika hat wieder einmal ihre Wichtigkeit für den Markt bewiesen“ so Börner weiter.

Detlef Peter Grün, Bundesinnungsmeister und Vizepräsident, Zentralverband des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK): „Als Bundesinnungsmeister und Vizepräsident des Zentralverbands des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes stehe ich für die Technologieoffenheit, die auch in der Zukunft eine individuelle Mobilität ermöglicht. Die Podiumsdiskussion ‚Alles außer fossil‘ sollte auch der Politik aufzeigen, dass es viele Möglichkeiten zur individuellen Mobilität gibt.“

Das deutsche Unternehmen GelKoh GmbH, das für sein neues Bergesystem für verunfallte E-Autos sowohl einen Automechanika Innovation Award als auch den Green Award gewonnen hat, hat das erste Mal an der Messe teilgenommen. Markus Kohten, Technischer Leiter, GelKoh GmbH, resümiert: „Die Messe ist für uns sehr gut gelaufen. Wir haben hier viele unserer Kunden getroffen, auch große Konzerne, wie Versicherungsgesellschaften, Autohäuser, Abschleppunternehmen, aber auch Feuerwehrleute – also 90% unserer Zielgruppen. Wir sondieren sehr genau, auf welche Messen wir gehen, und wir überlegen jetzt bereits, an der nächsten Automechanika wieder teilzunehmen.“

Tiemo Sehon, Geschäftsführer, Innovative Lackieranlagen GmbH: „In Partnerschaft mit der Firma Premiotherm haben wir auf der Automechanika eine Anlagentechnik präsentiert. Diese ermöglicht CO₂-Neutralität in Lack- und Karosserie-Zentren mit Lackieranlagen, die in der Regel einen sehr hohen Energieverbrauch haben. Vor dem Hintergrund der aktuellen Energie-Debatte ist das für alle Werkstätten ein wichtiges Thema. Die Messe war ein voller Erfolg für uns: Wir haben Besucher aus allen Ländern getroffen, die man sich vorstellen kann, und können nun dank der neuen Kontakte mit der internationalen Expansion unseres Geschäftes voll durchstarten.“

Weitere Zitate von Ausstellern:

Jens Schüler, Vorstand Automotive Aftermarket der Schaeffler AG:

„Der Restart der Automechanika ist aus unserer Sicht voll und ganz gelungen! In diesem Jahr haben mehrere Dinge sehr gut zusammen gewirkt: Das war zum einen das neue Format ‚CEO Breakfast‘, das sehr gut angekommen ist, das waren die richtigen Events und deutlich mehr Besucher in den Hallen, als wir erwartet hatten. Positiv überrascht waren wir auch von der Internationalität der Besucher und deren Qualität. Viele Besucher nutzten die Möglichkeit, ein Gefühl für die kommenden Herausforderungen im Aftermarket zu bekommen.“

Philippe Colpron, Leiter von ZF Aftermarket, Executive Vice President ZF Friedrichshafen AG: „Die Stimmung in unserer Branche war sehr positiv; wir haben gespürt, dass der Teilemarkt enger zusammengewachsen ist. Wir sind uns alle bewusst, dass wir große Aufgaben vor uns haben, und wir sind gemeinsam offen für Gespräche und Zusammenarbeit - vielleicht mehr als je zuvor. Diese persönlichen Gespräche mit unseren Kollegen und Partnern waren ein großes Highlight.“

David Mosch, Key Account Management, Professional Sales Automotive, Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH:

„Die Automechanika ist für Kärcher im nationalen wie auch internationalen Kontext von besonderer Bedeutung. Das neue Messekonzept, erstmals mit zwei getrennten Ständen aufzutreten, ermöglichte uns eine deutlich gezieltere Ansprache der jeweiligen Zielgruppen, was sich merklich in der Qualität der generierten Leads widerspiegelt. Zudem konnten durch zahlreiche internationale Besucher auch weitere wertvolle Exportkontakte geknüpft werden. Nach fünf spannenden, intensiven und erfolgreichen Tagen ziehen wir ein durchweg positives Fazit und freuen uns bereits auf die nächste Automechanika.“

Ferdinando Imhof, Chief Product Officer, LKQ Europe:

„Für LKQ Europe ist die Automechanika mit die bedeutendste Messe und bietet die perfekte Plattform für den Austausch mit unseren Partnern. Nach den pandemiebedingten Einschränkungen freut mich, dass die Automechanika 2022 so zahlreich besucht und für LKQ Europe ein voller Erfolg war.“

Jeroen Beterams, Group Marketing Manager, NRF:

„In gewisser Weise sind sich die Automechanika und NRF sehr ähnlich. Wir versuchen immer, kreativ und innovativ zu sein und einen Schritt voraus zu denken. In diesem Jahr hatten wir zum ersten Mal zwei Stände. Einen in Halle 3.0 und einen außerhalb mit Showcars und Live-Schulungen. Wir haben vier neue Produktgruppen gelauncht, die von ganz besonderen Gästen besucht wurden. In einer Woche hat unser Team aus 40 Kollegen mehr als 500 Kunden aus 80 Ländern weltweit getroffen. Vielen Dank an die

Automechanika für die Unterstützung, die unsere Präsenz auf der Messe zu einem großen Erfolg gemacht hat."

Ulrich Bethscheider-Kieser, Leiter Produkt- und Markenkommunikation, Skoda Auto Deutschland:

„Wir haben auf der Automechanika den batterieelektrischen ŠKODA ENYAQ iV präsentiert. Es gab ein reges Interesse seitens der Besucher an dem Fahrzeug und an Probefahrten, die rund um das Messegelände möglich waren. Die Automechanika war für uns eine gute Plattform, unser Elektromodell inklusive seiner praktischen Assistenzsysteme, die vor Ort getestet werden konnten, dem Fachpublikum vorzustellen.“

Dr. Florian Forster, Country Manager Germany, Alibaba.com:

„Der Kfz-Ersatzteilmarkt ist eine wichtige Sparte für Alibaba.com und wird in den kommenden Jahren wahrscheinlich weiter expandieren. Auf unserer Plattform haben wir eine Auswahl an Autoteilen und -zubehör von 40.000 Lieferanten aus der Branche. Als professionelle B2B-Beschaffungsplattform bietet Alibaba.com eine Reihe von digitalen Beschaffungslösungen für die gesamte Wertschöpfungskette der globalen Beschaffung. Wir hoffen, diese Botschaft über die Automechanika zu verbreiten, damit die deutschen KMUs wissen, dass wir ihr zuverlässiger Partner für die globale B2B-Beschaffung sind.“

Jörn-Bo Hein, Geschäftsleitung, Jutec:

„Wir sind mehr als überwältigt von dem Zuspruch auf der Automechanika. Wir haben bereits direkt wieder gebucht fürs nächste Mal. Warum? Die Automechanika ist eine Plattform, wo sich die verschiedenen Bereiche der Aftermarket-Branche treffen. Hier sind alle vertreten, die es möglich machen, dass die Hersteller ihre Fahrzeuge überhaupt bauen können. Sie haben auch die Sorge, was passiert, wenn ein E-Auto repariert werden muss, wenn es verschifft werden soll, wenn der Zustand unsicher ist oder die Batterie getauscht werden soll. Genau für diese Fälle braucht es Sicherungskonzepte wie unser Quarantäne-Hangar für Werkstätten oder Brandbegrenzungsdecken für Parkhäuser oder Ladepunkte.“

Alan Medcraft, Vice President, International Detailing Association (IDA):

„Ich möchte mich bei der Automechanika dafür bedanken, dass diese Veranstaltung, die wir so sehr brauchen, wieder stattgefunden hat. Die International Detailing Association (IDA) ist nach Europa gekommen und hat die Automechanika als Bühne genutzt. So hatten unsere European Chapter Presidents die Möglichkeit, sich zu treffen und auszutauschen. Die Automechanika Frankfurt ist dabei den Erwartungen mehr als gerecht geworden!“

Die Automechanika Frankfurt kehrt in ihren zweijährigen Turnus zurück; die nächste Messe für den internationalen Automotive Aftermarket findet vom 10. bis 14. September 2024 auf dem Frankfurter Messegelände statt.

Presseinformationen & Bildmaterial

www.automechanika.com/presse

Automechanika @Social Media #AMF22

facebook.com/automechanika

twitter.com/automechanika

linkedin.com/showcase/automechanikafrankfurt

instagram.com/automechanika_official



Ihr Kontakt:

Dr. Ann-Katrin Klusak

Tel.: +49 69 75 75-56 21

ann-katrin.klusak@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

www.automechanika.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Jahresumsatz 2021 betrug rund 154 Millionen Euro und war pandemiebedingt zum zweiten Mal in Folge deutlich geringer, nachdem 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Nachhaltiges Handeln ist eine zentrale Säule in unserer Unternehmensstrategie und definiert sich in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt. Eine weitere Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie.

Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com