

news +++ Automechanika Frankfurt
08. - 12. September 2026, Frankfurt am Main



Automechanika „Lovers“: Internationales Kundenprogramm erzielt stolzes Zwischenergebnis

Frankfurt am Main, 10.09.2026. Über 2.500 Unternehmen führen inzwischen als Aussteller der Messefamilie Automechanika einen Blue-, Silver- oder Gold-Status. 51 von ihnen sind in diesen Tagen als „Gold Lovers“ auf der Automechanika in Frankfurt präsent. Bei einem Empfang auf dem Messegelände wurden sie heute persönlich für ihre Treue ausgezeichnet. Im kommenden Jahr geht das Programm in die nächste Runde.

Michael Johannes, Vice President Mobility & Logistics und Brand Manager Automechanika, würdigte die Gold-Status-Aussteller im Rahmen einer Reception und überreichte den Gästen individuelle Auszeichnungen. Dann folgte ein Ausblick auf den nächsten Programmzyklus 2026-2028 und die damit verbundenen Benefits. Das anschließende Networking bot Gelegenheit für persönliche Gespräche mit dem internationalen Automechanika-Team und anderen Gold-Status-Trägern. „Wer auf mehreren Automechanika-Veranstaltungen weltweit ausstellt, entscheidet sich immer wieder bewusst für unser Angebot und unser Netzwerk. Darin zeigt sich eine Verbundenheit mit der Marke Automechanika, die weit über eine einzelne Messeteilnahme hinausgeht. Mit dem Programm wollen wir genau dieses Engagement belohnen und unseren „Gold Lovers“ besonders danken“, sagt Michael Johannes,

Blue, Silver und Gold im weltweiten Automechanika-Netzwerk

Das Automechanika „Lovers“ Programm richtet sich an Aussteller aller Automechanika-Messen weltweit und startete im September 2022 als Pilotprojekt. Inzwischen zählen 1.860 Unternehmen zu den „Blue“, 567 zu den „Silver“ und 166 zu den „Gold Lovers“. Allein auf der Automechanika Frankfurt 2026 stellen 636 „Lovers“ aus. Je nach Status profitieren sie von unterschiedlichen Marketing-Leistungen und Services vor, während und nach der Messe. Dazu zählen Sichtbarkeit auf allen Kanälen der Automechanika sowie Nachlässe auf Branding- und Sponsoring-Angebote. Als globales Kundenprogramm soll es Aussteller langfristig und über verschiedene Messestandorte hinweg an die Marke Automechanika binden. „Viele unserer Kunden schätzen unser Markenversprechen und nutzen die Chance neue regionale Märkte für sich zu erschließen. Mit dem Lovers Programm können wir international aktive Aussteller über Ländergrenzen hinweg begleiten und bleiben in regelmäßigem Dialog. Nach unserem Kenntnisstand gibt es kein unmittelbar vergleichbares Ausstellerprogramm, das in dieser Form über ein internationales Messemarkennetzwerk angelegt ist“, sagt Sarah Lindsey, Director Business Development, Messe Frankfurt.

Mit dem neuen Zyklus wird das Kundenprogramm weiter ausgebaut. Das Leistungs- und Benefit-Portfolio aller drei Statusstufen soll künftig stärker über klassische Angebote rund um die Messeteilnahme hinausgehen und den „Lovers“ auch im Geschäftsalltag konkrete

Mehrwerte bieten. Damit entwickelt sich das Programm zunehmend zu einem ganzjährigen Angebot für die Kunden der Automechanika.

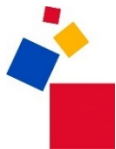
Stimmen der „Gold Lovers“ zur Marke Automechanika finden Sie hier: [Automechanika Lovers](#)

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.automechanika.com/presse

Automechanika @Social Media #AMF26

facebook.com/automechanika | instagram.com/automechanika_official | linkedin.com/showcase/automechanikafrankfurt | <https://www.youtube.com/messeffm>



Ihr Kontakt:

Dr. Ann-Katrin Klusak
Tel.: +49 69 75 75-5621
Ann-Katrin.Klusak@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information