

Wer ist der beste Lackierer?

Frankfurt am Main, 11.09.2022. Kreativ, präzise, technisch auf allerhöchstem Niveau – beim Lackiererwettbewerb Body & Paint zeigen die Teilnehmer einmal mehr, dass sie Künstler ihres Handwerks sind. In diesem Jahr haben sie Motorhauben zum Thema „Mobilität im Wandel“ lackiert. Wer gewinnt, wird am 16. September auf der Automechanika Frankfurt bekannt gegeben.

Nach dem Erfolg im vergangenen Jahr treten in der zweiten Runde des Body & Paint Wettbewerbs fünf Lack- und Karosserie-Profis gegeneinander an und designen Motorhauben zum Thema „Mobilität im Wandel“. Eine internationale Fachjury bewertet die lackierten Motorhauben nach technischer Perfektion, kreativem Design und handwerklichem Können. Michael Johannes, Vice President Mobility & Logistics der Messe Frankfurt: „Das, was wir zur Automechanika in den Hallen sehen, spiegelt sich ganz deutlich in den Designs der Motorhauben wider: Die Branche steht vor großen Herausforderungen, denn Mobilität wird sich in den nächsten Jahren stark verändern. Es ist beeindruckend, dass sich das mit den Werkzeugen der Lackierer so bildlich darstellen lässt. Hier sind wahre Künstler am Werk.“

Was ist das Ziel des Wettbewerbs? „Wir möchten der Berufsgruppe der Lackierer eine verdiente Bühne bieten. Die Automechanika ist die ideale Plattform für alle Autoberufe, auch für den des Fahrzeuglackierers“, sagt Wolfgang Auer, Chefredakteur der Fachzeitschrift fml und Mitglied der Jury. Mit Axalta, Glasurit und SATA konnten wieder namhafte Sponsoren aus der Branche für den Wettbewerb gewonnen werden.

SATA schickt den Lackierer Sebastian Schunder vom Betrieb Haas & Söhne aus Eckental ins Rennen. Auf seiner Motohaube stellt er mit modernen Zierstreifen und einem Farbschema aus dezentem Grau und kräftigem Rot die verschiedenen Epochen der Mobilität dar. „Da in der heutigen Zeit der ökologische Aspekt immer stärker wird, habe ich mich bewusst für eine gebrauchte Aluminiumhaube eines Audi A6 Avant entschieden.“ Sein Design hat er mit verschiedenen Techniken wie Airbrush-Lackierung, Perlmutter- und Metalllackierung umgesetzt.

Nach seiner Teilnahme im vergangenen Jahr geht Lackierermeister Holger Schmidt aus Hattingen wieder für das Team Glasurit an den Start. „Mit dem Wettbewerb kann ich mein Können präsentieren und den Bekanntheitsgrad steigern. Das hilft z.B. auch bei der Nachwuchsförderung. Außerdem ist es eine tolle Sache, sich mit anderen kreativen Lackierern zu messen und neue Kontakte zu knüpfen.“ Seine Motorhaube zeigt mit Kutschen, einer Eisenbahn und wasserstoffbetriebenen Autos die Entwicklung der Mobilität und ist mit Airbrush, sowie verschiedenen Lackiertechniken und -effekten gestaltet.

„Ich möchte beim Wettbewerb mit Botschaft und Handwerk überzeugen“, das ist Peter Litgers Intension für Body & Paint. Dabei wird der Geschäftsführer des Karosserie- und Lackcenters Rhein-Sieg von seinem Sponsor Axalta unterstützt. Als Kinofan nutzt er Visionen aus Film und Fernsehen, um den Wandel von Mobilität darzustellen.

So findet sich auf seiner Motorhaube das selbstdenkende und -fahrende Auto K.I.T.T aus der Serie „Knight Rider“, ein Motiv aus dem Steinzeit-Format „Flintstones“ oder ein Schriftzug „Back to the Future“ des gleichnamigen Films der 1980er-Jahre.

Lackierer Guido Folco von der Reustle GmbH aus Löchgau tritt für SATA an. Mit seiner Motohaube wirft er vor allem einen Blick in die Zukunft der Elektromobilität und zeigt durch sein Design die vielfältige Welt der Elektro-Autos. Das Besondere: Auch beim Lack setzt er voll auf „E“. „Nach ausgiebiger Recherche bin ich auf den sogenannten Elektrolack gestoßen, der meine Motorhaube zum Leuchten bringt. Mir war sofort klar, dass ich mich an diese neue Lackiertechnik wagen will, da diese meine Visionen von Mobilität am besten verkörpert.“

René Werl nimmt für Glasurit erstmals am Wettbewerb teil und möchte mit einer Motorhaube im Deep-Candy-Design punkten. Er ist schon 20 Jahre im Geschäft, arbeitet bei ALJO Lackierung in Harrislee und hat sich auf Formenbau, Restauration, Airbrush sowie Imitationsmalerei spezialisiert. „Meine größte Herausforderung war, das Motto klar und leicht verständlich für den Betrachter zu gestalten. Motive und Techniken sollten überzeugend sein und ein stimmiges Gesamtbild ergeben.“ Das Ergebnis ist eine Motorhaube mit lebendigem Design, die die Entwicklungsschritte des Automobils zeigt.

Für die Bewertung der Fachjury zeichnet sich schon jetzt ein enges Rennen ab. Michael Rehm, Chefredakteur des Lackiererblatts: „Technisch sind die Werke alle sehr komplex. In diesem Jahr waren echte Design-Profis am Werk, von denen sich einige sogar auf diese Facette des Lackiererberufs spezialisiert haben. Entsprechend vielseitig und raffiniert wurde das Motto umgesetzt.“ Der Gewinner wird am 16. September um 14:00 Uhr auf der Automechanika Frankfurt in Halle 11.1 bekannt gegeben. Dann wird auch der Publikumsfavorit gekürt, denn über ein Online-Voting kann jeder seine Stimme abgeben. Wer sich vorher live von den Designs überzeugen möchte, kann die Motorhauben im angrenzenden Networking-Areal, sponsored by SATA, besichtigen.

[Hier](#) geht's zur Online-Abstimmung Lackiererwettbewerb
(ab 12.9.2022 vormittags freigeschaltet)



Bildmaterial der Teilnehmer:

<https://cloud.messefrankfurt.com/index.php/s/s6NEdWyZkDy2yEx>

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:**

Marlene Döring

Tel.: +49 69 75 75-5514

marlene.doering@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

automechanika.messefrankfurt.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