

Oldtimer legen langsamer an Wert zu

Der durchschnittliche Wert von historischen Kraftfahrzeugen ist im vergangenen Jahr erneut gestiegen, allerdings mit etwas geringerer Geschwindigkeit. Der Deutsche Oldtimer Index, den der Verband der Automobilindustrie (VDA) herausgibt, wuchs 2014 um 4,5 Prozent von 2186 Punkte im Jahr 2013 auf 2285. Noch 2013 hatte er ein Plus von über acht Prozent erreicht.

Damit bestätigt sich ein Muster der vergangenen Jahre: Nach Phasen stärkeren Wertzuwachs folgen in der Regel Phasen mit einem geringeren Anstieg. Langfristig zeigt der Deutsche Oldtimer Index eine klar positive Tendenz nach oben. Im Jahr 2014 erreichte der Mercedes-Benz 300 SL (Flügeltürer) den höchsten Zuwachs. Im Vorjahr hatte die Sportwagen-Ikone noch auf dem zweiten Platz gelegen. Den hält jetzt ein US-Amerikaner. Der Chevrolet Camaro der Baujahre 1978 bis 1981 war bereits 2012 Zweitbester im Wertzuwachs gewesen.

Den dritten Rang belegt das Mercedes-Benz 500 SEC Coupé (W 126), das von 1985 bis 1991 gebaut wurde. Dahinter folgt der Volvo PV 544 (Baujahre 1961-1965). Zwei Opel-Modelle belegen die Plätze fünf und sechs: Der Opel Commodore, eine Limousine der oberen Mittelklasse (1969-1971) mit Reihensechszylinder, und dahinter der etwas schwächer motorisierte Opel Rekord C 1700 (1968-1971). Der Opel Ascona B (1975-1981) schafft es auf Platz zehn. Damit sind historische Opel-Modelle 2014 in den Top Ten am stärksten vertreten.

Der Mercedes-Benz 300 SL (Flügeltürer) legt nicht nur im Vorjahresvergleich am stärksten zu: Der Wagen führt auch die Rangliste der Fahrzeuge mit dem stärksten Wertzuwachs seit Beginn der Index-Berechnung 1999 an. Platz zwei teilen sich automobile Legenden aus dem Volumensegment: die „Ente“ (Citroen 2CV 6) und der VW „Bulli“ (VW Bus Typ 2 T2). Beide Fahrzeuge haben ihre hohen Wertzuwächse in den vergangenen 15 Jahren auch einem relativ geringen Ausgangsniveau zu verdanken. Es folgen weitere Modelle aus dem Segment der Alltagsfahrzeuge der 1970er Jahre: der Ford Escort 1100 S (1968-1970) und dahinter der Renault R4 (1972-1974).

Im Oldtimer-Markt lassen sich verstärkt zwei voneinander zunehmend unabhängige Segmente beobachten. Einerseits wurden auf öffentlichen Auktionen für selten gebaute Fahrzeuge, Einzelstücke oder Rennwagen, nicht selten mit berühmten Vorbesitzern, im vergangenen Jahr Rekordpreise erzielt. Dieser Bereich ist für den gesamten Oldtimermarkt jedoch wenig repräsentativ, denn hier wird häufig unter dem Gesichtspunkt der Geldanlage in Sachwerten gekauft.

Auf der anderen Seite stehen die echten Oldtimer-Enthusiasten, die sich unabhängig vom Seltenheitswert oder Wertsteigerungspotenzial für ihre Fahrzeuge begeistern. Sie geben im Durchschnitt für ein historisches Fahrzeug deutlich weniger als 20 000 Euro aus. Der Wertzuwachs dieser Fahrzeuge kompensiert in der Regel nicht die stetig anfallenden Wartungs- und Unterhaltskosten.

Solche Fahrzeuge bilden auch den Kern des Deutschen Oldtimer Index: Hier werden keine Einzelstücke aufgenommen, sondern nur Fahrzeuge, von denen eine gewisse Stückzahl gebaut und auch heute noch gehandelt wird. Die Basis des Index bilden Daten des Bochumer Bewertungsspezialisten classic-analytics. Für die Ermittlung des Index werden 88 Fahrzeuge ausgewählt, die aufgrund ihrer Spezifikationen, ihres Herstellerlandes sowie ihrer Häufigkeit den deutschen Oldtimer-Markt repräsentativ abbilden. Die aktuellen Zulassungszahlen werden bei der Berechnung berücksichtigt. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Auktion von Coys of Kensington unter dem Motto "True Greats": Mercedes 300 SL.



Sonderausstellung „Das T2 abc“ mit allen drei Modellvarianten: vorn ein T2a Pritsche, daneben ein T2 a/b Gasturbine und ein T2c Hippie-Bus, hinten auf dem Podest ein T2c der Auslaufserie.



Opel Commodore B GS Coupé, 1972.



Opel Rekord C Cabriolet.



Opel Rekord B, Opel Rekord C Cabriolet und Opel Commodore A Coupé.



Citroen 2CV.



„ADAC Eifel Rallye Festival“: Ford Escort.



Der 50 Jahre alte R4 von Renault gewinnt das Goldene Klassik-Lenkrad 2011 in der Kategorie Kleinwagen und Kompakte. Den Preis nahm Patrick Fourniol, Vorstand Marketing der Renault Deutschland AG, entgegen.
