

Alte Autos: Wachstumsmarkt zwischen Ratio und Emotion

Der Bestand an „Classic Cars“ (Young- und Oldtimer) in Deutschland ist in den vergangenen fünf Jahren kontinuierlich um durchschnittlich acht Prozent gewachsen und umfasst derzeit gut 6,5 Millionen Fahrzeuge. Der Markt für Young- und Oldtimer steht für ein jährliches Umsatzvolumen von 14,1 Milliarden Euro und umfasst Wartung und Reparatur der Fahrzeuge, die zwischen 15 und 29 Jahre (Youngtimer) bzw. 30 Jahre und älter (Oldtimer) sind, sowie in deren Umfeld getätigte Ausgaben. Der Kaufpreis oder Wert der Fahrzeuge ist dabei noch nicht berücksichtigt. Classic Cars machen 14 Prozent des gesamten Pkw- und privat genutzten Transporter-Bestands aus. Auch in den kommenden Jahren ist mit weiterem Wachstum zu rechnen. Zu diesem Ergebnis kommt die Marktstudie „Wirtschaftsfaktor Young- und Oldtimer“. Erstmals liegen damit umfassende und verlässliche Daten über den Markt für Classic Cars in Deutschland vor.

„Die Studie zeigt, dass es drei Gruppen im Markt für klassische Automobile gibt: die echten Oldtimer mit einem Alter von 30 Jahren und älter; die Youngtimer, die als Freizeit-Fahrzeuge genutzt werden, und schließlich die über 15 Jahre alten Pkw, die trotz fortgeschrittenen Alters noch im täglichen Gebrauch sind“, erläuterte Robert Rademacher, Präsident des Zentralverbandes Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), heute bei der Präsentation der Zahlen. Es sei bemerkenswert, wie stark der Markt in „Emotion“ und „Ratio“ geteilt sei: 39 Prozent der Fahrzeuge zählen zu „echten“ Oldtimern (620 000 Einheiten) oder Youngtimern (1,94 Mio.), die vor allem in der Freizeit genutzt werden; 61 Prozent (3,98 Mio. Einheiten) sind ältere Fahrzeuge, die noch immer täglich im Gebrauch sind. Diejenigen, die ihr über 15 Jahre altes Auto noch tagtäglich fahren, seien auf diese Art der kostengünstigen individuellen Mobilität angewiesen. Die andere Gruppe, also die Halter von Oldtimern oder Youngtimern, die diese Autos nur während der Freizeit nutzen, lebten die „Faszination Auto“. „Sie haben eine starke emotionale Bindung an diese alten Fahrzeuge. Und sie geben deutlich mehr Geld für Wartung, Erhaltung und Pflege je Fahrzeug aus: Im Schnitt sind es beim Oldtimer jährlich knapp 5300 Euro, der Besitzer eines Freizeit-Youngtimers investiert pro Jahr und Fahrzeug 2900 Euro – während der Fahrer eines Youngtimers, der täglich genutzt wird,

nur etwa 1300 Euro pro Jahr aufwendet“, sagte Rademacher. Spritkosten und Kfz-Steuer sind darin nicht enthalten.

Bei Oldtimern beträgt der Durchschnittswert gut 19 600 Euro, bei Freizeit-Youngtimern rund 11 400 Euro und bei Youngtimern, die noch täglich gefahren werden, lediglich etwa 2050 Euro. Entsprechend unterschiedlich ist die jährliche Laufleistung: Bei Oldtimern sind es knapp 2600 Kilometer und bei Youngtimern gut 6900 Kilometer, während es bei den täglich genutzten alten Autos durchschnittlich 11 600 Kilometer sind. Sowohl für die Automobilhersteller wie auch für das Kraftfahrzeuggewerbe sind beide Gruppen von Bedeutung: „Der Fahrer eines alten Gebrauchtwagens wird in wenigen Jahren einen jungen Gebrauchten kaufen – und eines Tages einen Neuwagen. Wir sollten also gerade die Kunden, die derzeit noch mit älteren Autos täglich zur Arbeit fahren, ebenso ernst nehmen wie die Auto-Begeisterten, die für ihren geliebten Oldtimer und seine Wartung viel investieren“, betonte Rademacher.

Das Segment der Autofahrer, die ihren Youngtimer täglich nutzen, macht zwar 61 Prozent des Fahrzeugbestands aus, ihr Anteil an den Gesamtausgaben beträgt jedoch nur 37 Prozent. Fast zwei Drittel (63 Prozent) des Ausgabenvolumens tätigen die Besitzer der Oldtimer und Freizeit-Youngtimer: Sie betrachten ihr Auto mit leidenschaftlicher Emotionalität und begründen die Ausgaben als lohnenswerte Investition in ihr Lieblingshobby. Der Markt von 14,1 Milliarden Euro umfasst Wartungs-, Reparatur- und Restaurationskosten ebenso wie Ausgaben für Kfz-Versicherungen, Reifen, Felgen und angrenzende Produktbereiche wie etwa Kleidung, Automobilia oder die monatlichen Unterstellkosten und Ausgaben im touristischen Bereich.

Den heimischen Oldtimer-Bestand die Marken Volkswagen und Mercedes-Benz mit 89 000 bzw. 80 000 Fahrzeugen. Als erste europäische Importmarke findet sich Fiat auf Platz 7. Die Top Fünf führt der VW Käfer an, gefolgt von Mercedes-Benz W123, Opel Kadett sowie Mercedes-Benz Strich-8 und Mercedes-Benz SL 107. „Wir sind davon überzeugt: Auch wenn Importmarken heute im Oldtimerspektrum noch eine geringe Rolle spielen, so sollte das Potenzial dieser Marken nicht unterschätzt werden. Auch die Importmarken erkennen mehr und mehr die Chancen, die Young- und Oldtimer für den eigenen Markenkern bieten“, unterstrich Gerd Heinemann, Geschäftsführer von BBE Automotive, die die Studie erstellte.

Die Bedeutung des Marktes der Old- und Youngtimer wächst – nicht zuletzt für die Fachwerkstätten im deutschen Kfz-Gewerbe mit seinen knapp 38 000 Betrieben. Inzwischen haben viele Autohäuser und Werkstätten erkannt, dass die klassischen Fahrzeuge zudem ein Geschäftsfeld mit Zukunft seien. Bundesweit gibt es über 1500

Betriebe, die sich gesondert darum kümmern. „Die Anforderungen für Reparatur, Wartung und Restaurierung von Oldtimern sind besonders hoch. Es kommt auf spezielle Kenntnisse und Fähigkeiten an, gepaart mit Erfahrung, die nicht in jedem Kfz-Betrieb vorhanden sind“, erläuterte der ZDK-Präsident. Daher hat der Dachverband Standards festgelegt, die ein Betrieb erfüllen muss, wenn er das Zusatzzeichen „Fachbetrieb für historische Fahrzeuge“ führen will. Inzwischen gibt es bundesweit rund 500 solcher Fachbetriebe.

Mit Oldtimern werde auch ein Markenversprechen eingelöst: „Diese Fahrzeuge belegen in einer sehr emotionalen Weise die klassischen Werte wie Qualität und Langlebigkeit, Innovation und zeitloses Design. Deswegen pflegen die Hersteller ihre historischen Modelle“, betonte Dr. Ulrich Eichhorn, Geschäftsführer des Verbandes der Automobilindustrie (VDA). Bereits 2007 habe der VDA den Bereich „Historische Fahrzeuge“ eingerichtet. In einem Ausschuss zu diesem Thema treffen sich die Traditionsverantwortlichen der Pkw-Hersteller und einiger Zulieferer, um sicherzustellen, dass auch künftig Oldtimer auf öffentlichen Straßen fahren können. Dabei werden drei Stoßrichtungen verfolgt: Stärkung des Images von Oldtimern in der Öffentlichkeit, enger Kontakt zu den Entscheidern in Berlin und Brüssel, um die Interessen der Oldtimer zu wahren, und Sicherstellung der technischen Versorgung dieser Fahrzeuge.

„Die Bedeutung von Young- und Oldtimern im deutschen Markt nimmt stetig zu“, stellte auch Dr. Thomas Almeroth, Geschäftsführer der im Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK) zusammengeschlossenen Importeure fest. Für die Autohersteller werde dieser Markt unter den Aspekten Markenbildung, Markenpflege und Markenbindung immer stärker auch zum Wirtschaftsfaktor. So werde es auf Initiative des VDIK auf der Auto Mobil International (AMI) im kommenden Jahr in Leipzig einen Sonderausstellungsbereich geben, der sich umfangreich dem Thema historischer Fahrzeuge widmet.

Die Studie wurde von der BBE Automotive GmbH im Auftrag von VDA, VDIK, Bosch, Vredestein, FSP (Partner von TÜV Rheinland), Württembergische Versicherung, Santander, dem Fachmagazin „Oldtimer Markt“ und dem Automobilclub von Deutschland (AvD) erstellt. Sie basiert auf der bundesweiten Befragung von mehr als 1700 Young- und Oldtimerfahrern sowie der Analyse von über 13 000 Oldtimern in Fahrzeugbörsen. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Oldtimerbegutachtung.



Mercedes-Benz 300 SL beim Oldtimer Grandprix 2009 auf dem Nürburgring.



Oldtimertreffen bei Peugeot in Saarbrücken.



Lkw-Oldtimer: Büssing.
