



VDA

Verband der
Automobilindustrie

Gemeinsame Pressemitteilung von VDA, VDIK und ZDK

Erste umfassende Studie zum Youngtimer- und Oldtimer-Markt in Deutschland

Wachstumsmarkt zwischen Ratio und Emotion

Frankfurt am Main, 16. Dezember 2013.

Der Bestand an „Classic Cars“ (Young- und Oldtimer) ist in den vergangenen fünf Jahren kontinuierlich um durchschnittlich 8 Prozent gewachsen und umfasst derzeit gut 6,5 Mio. Fahrzeuge. Der Markt für Young- und Oldtimer steht für ein jährliches Umsatzvolumen von 14,1 Mrd. 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 (44,7 Mio. Fahrzeuge) aus. Auch in den kommenden Jahren ist mit weiterem Wachstum zu rechnen. Zu diesem Ergebnis kommt die Marktstudie „Wirtschaftsfaktor Young- und Oldtimer“, die von der BBE Automotive GmbH im Auftrag von VDA, VDIK, ZDK, Bosch, Vredestein, FSP (Partner von TÜV Rheinland), Württembergische Versicherung, Santander, dem Fachmagazin Oldtimer Markt und dem Automobilclub AvD erstellt wurde. Erstmals liegen damit umfassende und verlässliche Daten über den Markt für Classic Cars in Deutschland vor.

Auf einer gemeinsamen Pressekonferenz in Frankfurt am Main stellten VDA, VDIK und ZDK mit BBE die Studie vor, die den Bestand von Classic Cars anhand der Daten des Kraftfahrt-Bundesamtes (KBA) aufbereitet hat, auf einer bundesweit angelegten Befragung von mehr als 1.700 Young- und Oldtimerfahrern basiert und zudem das über 13.000 Fahrzeuge umfassende Oldtimerangebot der Fahrzeugbörsen analysiert.

Robert Rademacher, Präsident des Zentralverbandes Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), betonte: „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.“ 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 im täglich Gebrauch sind.

„Diejenigen, die ihr über 15 Jahre altes Auto noch tagtäglich fahren, sind 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, leben 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 5.300 Euro, der Besitzer eines Freizeit-Youngtimers investiert pro Jahr und Fahrzeug 2.900 Euro – während der Fahrer eines Youngtimers, der täglich genutzt wird, nur etwa 1.300 Euro pro Jahr aufwendet“, erläuterte Rademacher. Spritkosten und Kfz-Steuer sind darin nicht enthalten.

Der von BBE im Rahmen der Befragung ermittelte aktuelle Durchschnittswert der Fahrzeuge spiegelt dies ebenfalls wider: Bei Oldtimern beträgt er gut 19.600 Euro, bei Freizeit-Youngtimern rund 11.400 Euro und bei Youngtimern, die noch täglich gefahren werden, lediglich etwa 2.050 Euro. Entsprechend unterschiedlich ist die jährliche Laufleistung: Bei Oldtimern sind es knapp 2.600 Kilometer, bei Freizeit-Youngtimern gut 6.900 Kilometer, während Youngtimer, die noch täglich gefahren werden, eine Jahresfahrleistung von durchschnittlich 11.600 Kilometer aufweisen. Sowohl für die Automobilhersteller wie auch für das Kraftfahrzeuggewerbe seien 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. Der Faszination klassischer Automobile könne sich niemand entziehen, so der ZDK-Präsident: „Das erlebt man jedes Jahr bei den zahlreichen Oldtimer-Rallyes und Ausfahrten im Frühjahr und Sommer, das erlebt man auf den Fachmessen, und das spiegeln die Aktivitäten der Markenclubs und der Hersteller mit ihren faszinierenden Museen wider.“

„Die Bedeutung des Marktes der Old- und Youngtimer wächst – nicht zuletzt für die Fachwerkstätten im deutschen Kfz-Gewerbe. Das Kfz-Gewerbe mit seinen knapp 38.000 Betrieben kümmert sich selbstverständlich um die Sicherstellung der individuellen Mobilität aller hier genannten Kundengruppen – und bietet nicht zuletzt den Alltagsnutzern der Youngtimer moderneren Ersatz“, unterstrich Rademacher.

Inzwischen hätten viele Autohäuser und Werkstätten erkannt, dass die klassischen Fahrzeuge zudem ein Geschäftsfeld mit Zukunft seien. Bundesweit gebe es über 1.500 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 haben wir im Kfz-Gewerbe bestimmte Standards festgelegt, die ein Betrieb erfüllen muss, wenn er das Zusatzzeichen ‚Fachbetrieb für historische Fahrzeuge‘ führen will. Dieses Zeichen vergeben wir seit dem Jahr 2009 an Betriebe, die diese vertraglich festgelegten Standards bei der Wartung und Instandsetzung der historischen Fahrzeuge erfüllen. Und das Einhalten dieser Standards wird regelmäßig überprüft. Inzwischen gibt es bundesweit rund 500 solcher Fachbetriebe sowie etwa 50 geschulte Sachverständige, die deren Zertifizierung vornehmen“, sagte Rademacher.

Wer klassische Automobile warten und reparieren wolle, müsse dafür sorgen, das Wissen über die Autos von gestern zu erhalten und weiterzugeben. „Daher ist es sehr erfreulich, dass inzwischen etwa 60 junge Kfz-Mechatroniker am Pilotprojekt ‚Zusatzqualifikation für Old- und Youngtimertechniker‘ teilnehmen. Damit wollen wir die junge Generation unserer angehenden Fachkräfte fit machen für das Zukunftsgeschäft mit dem Kulturgut klassischer Automobile“, unterstrich der ZDK-Präsident.

Dr. Ulrich Eichhorn, Geschäftsführer des Verbandes der Automobilindustrie (VDA), betonte: „In Deutschland wurde das Automobil vor über 125 Jahren erfunden. Die starken Marken unserer Hersteller und Zulieferer leben und pflegen diese große Tradition. Damit wird der Markenkern gestärkt. Die Historie stiftet und prägt Markenidentität. Sie ist ein wesentlicher Bestandteil zur Markendifferenzierung, sie gibt Orientierung und schafft Vertrauen. Diese lange und erfolgreiche Geschichte hat dazu beigetragen, dass der deutsche Automobilbau ein eigenes Gütesiegel erhalten hat, das mit ‚Made in Germany‘ umschrieben ist.“

Mit den Oldtimern werde 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“, so Dr. Eichhorn.

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. Dr. Eichhorn sagte: „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.“

Dr. Thomas Almeroth, Geschäftsführer des Verbandes der Internationalen Krafffahrzeughersteller (VDIK), betonte: „Die Bedeutung von Young- und Oldtimern im deutschen Markt nimmt stetig zu. Für unsere VDIK-Mitgliedsunternehmen, die Repräsentanten der internationalen Automarken in Deutschland, wird dieser Markt unter den Aspekten Markenbildung, Markenpflege und Markenbindung immer stärker auch zum Wirtschaftsfaktor. Daher hat sich der VDIK, der bereits seit längerem Mitglied im ‚Parlamentskreis Automobiles Kulturgut‘ ist, mit VDA und ZDK gemeinsam auch an dieser Studie beteiligt. Auf der AUTO MOBIL INTERNATIONAL (AMI), die vom 30. Mai bis 8. Juni 2014 in Leipzig stattfindet, wird sich auf Initiative des VDIK ein Sonderausstellungsbereich umfangreich dem Thema historische Fahrzeuge/Oldtimer widmen.“

Gerd Heinemann, Geschäftsführer BBE Automotive, präsentierte die Studie und betonte: „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 Mrd. Euro umfasse 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.

Laut Heinemann dominieren 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 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 Heinemann.

Ansprechpartner:

Ulrich Köster, Pressesprecher
Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)
Tel.: 0228/ 91 27 270
E-Mail: koester@kfzgewerbe.de
Internet: www.kfzgewerbe.de

Eckehart Rotter, Leiter Abteilung Presse
Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)
Tel.: 030/ 89 78 42 120
E-Mail: rotter@vda.de
Internet: www.vda.de

Thomas Böhm, Leiter Referat Presse/PR/Messen
Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK)
Tel. 06172/ 98 75 35
E-Mail: boehm@vdik.de
Internet: www.vdik.de