



**Classic Studie**  
**Wirtschaftsfaktor Young- und Oldtimer 2023 (5. Auflage)**  
**Heute und in der Zukunft**

BBE Automotive GmbH  
Köln, April 2023

**BBE**  
AUTOMOTIVE

Copyright ©

## Diese Studie ist urheberrechtlich geschützt

- **Alle Inhalte dieser Studie sind urheberrechtlich geschützt. Sie sind auf den Namen des berechtigten Nutzers lizenziert und dürfen nur innerhalb der genannten Firma verwendet werden.**
- **Jede Vervielfältigung, Ausleihe oder jede Form der Verbreitung oder Veröffentlichung ist ohne Zustimmung von BBE Automotive nicht gestattet und strafbar. Das gilt nicht für die angegebenen externen Quellen.**
- **Die Studie wurde nach bestem Wissen und Gewissen mit professioneller Sorgfalt erstellt, jedoch ohne Haftung oder Garantie.**

**Studie lizenziert für: ADAC Klassik / ADAC e.V. mit dem Recht der Partner zur Weiterleitung als Freiemplar an ausgewählte Partner und Kunden**



# Die Studie Die Partner

**VDA** | Verband der  
Automobilindustrie

**OLDTIMER  
MARKT**



**W&W** **württembergische**  
Ihr Fels in der Brandung.

**VDIK** Verband der Internationalen  
Kraftfahrzeughersteller e.V.

Zentralverband Deutsches  
Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)



**TÜVRheinland®**  
**FSP**

 **BOSCH**  
Technik fürs Leben

**Vogtmann** ✓



 messe frankfurt  
**automechanika**

Danke für die Unterstützung!

Die Studie

Dank für die Bereitstellung von Informationen

**kfz-betrieb**

**BDK**



Ergebnisse aus der BIX-Befragung Januar 2023  
100 Autohäuser, 100 freie Werkstätten



Marktpreisentwicklung ausgewählter Fahrzeuge  
2023 versus 2022

**CT CLASSIC TRADER**

Entwicklung des Suchvolumens 2022 versus 2020



Bereitstellung der Ergebnisse aus der 2021er-  
Allensbach-Studie  
„Der Oldtimermarkt in Deutschland“

Danke für die wertvollen Daten!

<b>O</b>	<b>Vorwort</b> – Motivation zur Studie, Partner, Branche, Schwerpunkte 2023	<b>6</b>
<b>A</b>	<b>Der Markt</b> – Bestände, Strukturierung, Segmentierung	<b>15</b>
<b>B</b>	<b>Der Mensch</b> – Gesellschaft, Autofahrer, Community, Segmente	<b>62</b>
<b>C</b>	<b>Die Branche</b> – Player, Bedeutung, Probleme, Herausforderungen	<b>91</b>
<b>D</b>	<b>Ausblick</b> – Technik, Bestände, Zielgruppen	<b>127</b>



# 0

## **Vorwort – Motivation zur Studie, Partner, Branche, Schwerpunkte 2023**

# Vorwort

## Die Verfasser

Wir sind sehr stolz darauf, dass die führenden Kfz-Branchen-Verbände – **ZDK, VDA** und **VDIK** – auch 2023 die Studie zum Wirtschaftsfaktor der Young- und Oldtimer unterstützen. In der nunmehr 5. Auflage bieten wir der Branche einen umfassenden Einblick in die Classic-Szene.

Eine solche Studie ist nur möglich, wenn auch andere Branchengrößen Partner diese Studie sind und diese mit wertvollem Input begleiten. Hier gilt unser Dank an **Bosch, Glasurit, FSP, Württembergische, Vogtman, Automechanika und ADAC Klassik**.

Ziele und Inhalte der aktuellen Auflage sind wie gewohnt die folgenden Punkte:

- **Der Markt**
- **Der Mensch**
- **Die Branche**
- **Der Ausblick**

Wir freuen uns über das breite und weiterhin wachsende Interesse an der Entwicklung der Young- und Oldtimer-Branche und auch über die nach wie vor hohe Akzeptanz in der Gesellschaft.

Das Thema ist von emotionaler wie auch von rationaler Bedeutung. Rational begründet, weil dieser Markt ein Wirtschaftsfaktor und ein wichtiger Teilbereich der Kfz-Branche ist. Die emotionale Bedeutung für viele Menschen sichert uns den Erhalt wertvollen Kulturguts und bietet vielen Branchen wichtige Potenziale.

Der Schwerpunkt dieser Studie beschreibt auch 2023 den Gesamtmarkt der Young- und Oldtimer. Aber mit Konzentration auf das Kerngeschäft mit „echten“ Oldtimern, die als Hobby in der Freizeit genutzt werden und die Wahrung des historischen Kulturguts Automobil sicherstellen.

## Vorwort

### Gerd Heinemann (BBE)



[gheinemann@bbe-automotive.de](mailto:gheinemann@bbe-automotive.de)

### Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

#### Old- und Youngtimer brauchen Spezialisten

Old- und Youngtimer sprechen unsere Emotionen an, wir wollen sie riechen und anfassen. Der Oldtimermarkt ist aber auch ein wichtiges Geschäftsfeld für das Kraftfahrzeuggewerbe. Entgegen der bisweilen geäußerten Meinung, das Thema Oldtimer sei eine Randerscheinung boomt das Geschäft mit den klassischen Fahrzeugen nach wie vor. Um auf Marktentwicklungen reagieren zu können, brauchen wir Daten und Fakten.

Die Ergebnisse der aktuellen Studie sind wichtig für unsere Branche. Sie zeigen uns die Einstellungen der Menschen im Land zu Old- und Youngtimern. Wie viele Autofahrerinnen und Autofahrer wollen in Zukunft selbst einen Klassiker besitzen und mit welchen Fahrzeugen und Erwartungen kommen sie in die Werkstätten? Wie sind die Ansprüche der nachwachsenden Kunden und was sind sie bereit, in ihre Fahrzeuge zu investieren? In welchen Regionen gibt es die meisten Old- und Youngtimer, welche Fahrzeuge sind das und welche kommen neu dazu? Nur so können die rund 800 Fachbetriebe für historische Fahrzeuge den Bedarf an Reparaturen und Instandhaltung einschätzen und ihre Kompetenzen danach ausrichten.

Auf dieser Datengrundlage kann der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe die Betriebe angemessen unterstützen und Möglichkeiten aufzeigen, das Gewerbe zukunftsfest zu machen. Dabei dürfen wir die Nachwuchsgewinnung nicht aus den Augen verlieren, sowohl bei den Fahrerinnen und Fahrern klassischer Fahrzeuge als auch bei den Fachkräften in den Werkstätten.

Gemäß dem Motto „Ohne Vergangenheit keine Zukunft“, des Ausschusses für Old- und Youngtimer im ZDK geht es auch darum, Oldtimer als kulturelles Erbe in unserem Land zu erhalten. Hier wird es demnächst Veränderungen geben, zum Beispiel im Bereich alternativer, CO<sub>2</sub>-neutraler Kraftstoffe oder beim Thema H-Kennzeichen für Fahrzeuge mit Katalysator.

Unser Dank gilt allen Partnern, die diese Studie ermöglicht und durchgeführt haben.

Stefan Meyer

Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe  
Zentralverband  
Mohrenstr. 20/21, 10117 Berlin  
030 817202471

### Vorwort

#### Stefan Meyer (ZDK)



Zentralverband Deutsches  
Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

[smeyer@kfzgewerbe.de](mailto:smeyer@kfzgewerbe.de)

### Verband der Automobilindustrie

#### Der Fachbereich historische Fahrzeuge unterstützt das automobiler Kulturgut

Die deutschen Automobilhersteller und Zulieferer pflegen ihre Historie und stärken damit ihre Marken auch in der Gegenwart. Der VDA unterstützt seine Unternehmen bei dieser Traditionsarbeit. Ein wesentliches Ziel besteht darin, politische und technische Voraussetzungen zu sichern, damit Oldtimer auch künftig ohne Probleme auf öffentlichen Straßen gefahren werden können. Denn die schnell voranschreitende technische Entwicklung, vor allem strengere Umweltauflagen und Anforderungen an die Fahrzeugsicherheit, kann von Oldtimern technisch nicht nachvollzogen werden.

Der Fachbereich Historische Fahrzeuge arbeitet im VDA bereits seit 2007 an den Rahmenbedingungen für Oldtimer. In Zusammenarbeit mit anderen Akteuren ist es in vielen Fällen gelungen, die Interessen der Halter historischer Fahrzeuge zu wahren. Als Beispiele dürfen exemplarisch das H-Kennzeichen und die aktive Mitarbeit im Parlamentskreis Automobiler Kulturgut gelten. So dürfen Fahrzeuge mit einem H-Kennzeichen Umweltzonen befahren und zahlen einen einheitlichen Satz für die Kraftfahrzeugsteuer.

Ein Thema, das uns aktuell besonders beschäftigt, ist das geplante Verbot von metallischem Blei, denn es stellt eine Gefährdung zahlreicher Kulturgüter, auch historischer Fahrzeuge, dar. Der gemeinsame Einsatz zahlreicher Akteure und Experten ist inzwischen zu einer EU-Petition gereift. Das Ziel: Augenmaß bei der Regulierung. Bei möglichen zukünftigen Regelungen darf die Arbeit für, an und mit Kulturgütern nicht außer Acht gelassen werden.

Fest steht: Oldtimer sind technisches Kulturgut und eindrucksvolles Zeugnis der historischen Entwicklung der Mobilität. Es ist eine wichtige Aufgabe, diese Rolle zu bewahren, denn nur so können nachfolgende Generationen daraus lernen.

Mit der Unterstützung dieser BBE-Studie führt der VDA eine geübte gute Zusammenarbeit fort. Das Team hat wichtige Erkenntnisse zusammengetragen und stärkt damit eine gemeinsame Sicht auf das begeisternde Thema Oldtimer.

Fritz Cirener

Leiter Fachbereich Historische Fahrzeuge

Verband der Automobilindustrie (VDA)

### Vorwort

#### Fritz Cirener (VDA)



# VDA

Verband der  
Automobilindustrie

[fritz.cirener.extern@vda.de](mailto:fritz.cirener.extern@vda.de)

# Vorwort

## Die Partner und Initiatoren seit der ersten Studie 2013

### VDIK-Geschäftsführer Alexander Jess:

BBE Automotive hat mit dieser Studie erneut einen Almanach für den deutschen Young- und Oldtimermarkt vorgelegt. Bei diesen Fahrzeugen handelt es sich historische Kulturgüter, die es zu pflegen und zu erhalten gilt. Die Classic Cars stoßen daher generationenübergreifend auf unvermindert großes Interesse und viel Leidenschaft – das zeigt die BBE-Studie eindrücklich. Oldtimer sind zudem ein Wirtschaftsfaktor, der immer weiter an Bedeutung gewinnt.

Der VDIK vertritt die internationalen Marken in Deutschland. Unser Verband wurde 1952 gegründet, also vor über 70 Jahren. Zu den Gründungsmitgliedern gehörten amerikanische, italienische, französische und britische Marken. Im Gründungsjahr verkauften sie in Deutschland 5.869 Kraftfahrzeuge. 2022 haben die VDIK-Mitglieder fast 200-mal so viele neue Kraftfahrzeuge abgesetzt, rund 1 Million. Trotz der starken heimischen Marken wuchs der Marktanteil der Importeure im Laufe der Jahre auf rund 40 Prozent.

Mit den verkauften Stückzahlen der Neufahrzeuge stieg einige Jahre später auch die Bedeutung der internationalen Marken im deutschen Classic-Car-Markt. Gerade europäische und amerikanische Marken erfreuen sich schon seit jeher großer Beliebtheit bei den Freunden klassischer Automobile. Zunehmend gewinnen aber auch Oldtimer asiatischer Marken an Bedeutung, von denen manche inzwischen seit 50 Jahren auf dem deutschen Markt präsent sind.

Viele unserer Mitgliedsunternehmen legen immer mehr Wert auf die Pflege ihrer historischen Markentradition. Mehrere internationale Autohersteller haben dazu Automuseen in Deutschland errichtet und unterstützen ihre Kunden und Werkstätten mit Rat und Tat.

Alexander Jess  
Geschäftsführer  
+49 (0) 61 72 / 98 75 – 0

### Vorwort Alexander Jess (VDIK)



[jess@vdiik.de](mailto:jess@vdiik.de)

## Oldtimer Markt: Europas größte Zeitschrift der klassischen Autos und Motorräder

Seit 2008 befragt das Institut für Demoskopie IFD Allensbach in unserem Auftrag die Oldtimer-Zielgruppe.

Ursprünglich hauptsächlich als Medienanalyse geplant, hat sich die mittlerweile alle drei Jahre erscheinende IFD Allensbach Oldtimer-Studie zur wohl umfassendsten Untersuchung des Klassik-Marktes entwickelt.

Seit 2013 arbeiten wir mit der BBE Automotive GmbH zusammen, die mit anderen inhaltlichen Schwerpunkten ebenfalls wichtige Informationen über das Oldtimer-Segment und seine Bedeutung als Wirtschaftsfaktor liefert. Die von BBE aufbereiteten Analysen von KBA-Daten ergänzen unsere Untersuchung ideal, ihre datenbasierten Hochrechnungen sind sehr wertvoll für die Branche.

Dank beider Studien gibt es in keinem anderen Land der Welt so fundierte Informationen über den Bestand klassischer Fahrzeuge und ihre Fahrer wie in Deutschland. Sie helfen uns und unseren Partnern, das Segment noch besser zu verstehen und die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen.

Michael Kaiser Verlagsleiter  
VF Verlagsgesellschaft mbH  
Lise-Meitner-Straße 2, 55129 Mainz  
m.kaiser@vmfz.de



## FSP/ TÜV Rheinland: Prüfgesellschaft mit 30 Jahren Classic Competence

- Deutschlandweit anerkannte Überwachungsorganisation mit über 750 selbstständig arbeitenden Kfz-Prüfingenieuren und Kfz-Sachverständigen
- An 115 eigenen Prüfstellen und über 2.200 Prüfstützpunkten in Deutschland aktiv
- Eigene Aus- und Weiterbildung an verschiedenen Standorten in Deutschland
- Hohe Classic Car Competence sowohl im Bereich der amtlichen Fahrzeuguntersuchung als auch im Sachverständigenwesen
- Eigene Classic Car Division mit ausgewiesenen Spezialisten und Branchenkennern
- Expertise in der analytischen Untersuchung von Classic Cars mittels Magnetresonanz, Röntgen, Ultraschall, Spektralanalysen oder Thermografie

Mitja Bartsch  
Head of Business Development  
FSP Leitung und Service GmbH / TÜV Rheinland Group  
Zur Bergmeierei 1, 14548 Schwielowsee  
mitja.bartsch@de.tuv.com



## Bosch: Bosch Classic für Young- und Oldtimer

Bosch Classic bietet ein breites Angebot an Produkten und Services mit dem Ziel, klassische Fahrzeuge fahrbereit zu erhalten. Dies umfasst zum einen die Versorgung mit Ersatzteilen, sei es durch Weiterfertigung der Originalersatzteile, durch Nachfertigung oder Reengineering. Zum anderen bietet Bosch Classic mit den Services 1:1 REMAN oder Bosch Electronic Service die Möglichkeit, Komponenten klassischer Fahrzeuge instand zusetzen oder zu reparieren. Ein Classic-Netzwerk aus Bosch Service Betrieben komplettiert das Angebot, denn diese Betriebe sind spezialisiert auf die fachgerechte Wartung und Reparatur von klassischen Fahrzeugen.

Bosch Classic war im Jahr 2013 Mit-Initiator der ersten BBE-Automotive-Studie zum Thema Wirtschaftsfaktor Young- und Oldtimer. Heute wie damals geht es uns um eine detaillierte Analyse des Gesamtmarktes für klassische Fahrzeuge sowie um eine differenzierte Betrachtung der relevanten Player in den Markt. Es ist uns wichtig, unsere Kunden noch besser zu kennen und genau zu verstehen, was sie bewegt. So können wir für sie noch zielgerichteter nachhaltige Lösungen rund um ihre Bedürfnisse entwickeln.

Nilsa Sorto

Automotive Aftermarket, Bosch Classic (AA-TR/ATR)

Robert Bosch GmbH | Postfach 41 09 60

Nilsa.Sorto@de.bosch.com



## Württembergische - Meine Oldtimerversicherung

Als erfahrener Anbieter der Spezialversicherung „Best for Cars“ für Oldtimer- und Youngtimer weiß die Württembergische, wie wichtig der passende Versicherungsschutz für die besonderen Fahrzeuge ist. Deshalb ist es ihr ein wichtiges Anliegen, den Absicherungsbedarf ihrer Kundinnen und Kunden frühzeitig zu erkennen und schnell darauf zu reagieren. So passt das Unternehmen das Angebot für seine Oldtimer-Kundinnen und -Kunden regelmäßig an und hat im Markt die Nase vorn. „Best for Cars“ ist erhältlich für Old- und Youngtimer-Pkw ab einem Alter von 20 Jahren sowie für Lkw bis 7,5 Tonnen Gesamtgewicht, Motorräder, Wohnmobile, Traktoren und Unimogs ab einem Alter von mindestens 30 Jahren. Bei der Württembergischen versicherte Oldtimer und Youngtimer dürfen von Fahrerinnen und Fahrern schon ab dem Alter von 18 Jahren gesteuert werden. Selbst begleitetes Fahren ist bei der Württembergischen möglich. Dadurch und mit günstigen Versicherungsbeiträgen ermöglicht das Unternehmen jungen Menschen einen frühen Einstieg in die vielfältige Oldtimerszene. Fahranfängerinnen und Fahranfänger können auf diese Weise zudem Erfahrungen im Umgang mit den Besonderheiten älterer Fahrzeuge sammeln und an Fahrsicherheit gewinnen. Die 1828 gegründete Württembergische Versicherung gehört zu den traditionsreichsten Versicherern Deutschlands. Ihr breites Angebotspektrum und ihre leistungsfähigen Generalagenturen machen sie zu einem der größten deutschen Schaden- und Unfallversicherer.

Markus Nesper

Württembergische Versicherung AG

Gutenbergstraße 30, 70176 Stuttgart

markus.nesper@wuerttembergische.de



## **Vogtmann-Herold+Co.GmbH: Der Vollserviceanbieter**

### **Aus Tradition nachhaltig, seit 1947**

Unser Traditionsunternehmen arbeitet im Kern immer an Mobilitäts-, Emotions- und Nachhaltigkeitsthemen. Das Wachstum hat zu mittlerweile fünf Standorten geführt, an denen in diesem Sinne Dienstleistungen und Produkte für Industrie- und Endkunden entstehen. Erfahrungen bei Remanufacturing und Obsoleszenzmanagement haben uns zum gefragten Beratungspartner bei Hochschul- und Industrieprojekten auch in der E-Mobilität gemacht.

In Neuwied startete mein Großvater mit seinem Geschäftspartner 1947 das Unternehmen mit der Befüllung und Reparatur von Autobatterien. Unweit von dort steht heute das Firmenmuseum. Bald schon kamen Bosch-Service, Bosch Classic Service, der vom ZDK anerkannte Fachbetrieb für historische Fahrzeuge hinzu. Die eigene Karosserieinstandsetzung und Lackiererei wird ergänzt um die Serienproduktion, Instandsetzung, Wiederbeschaffung und Neuentwicklung zahlreicher Fahrzeugkomponenten für weltweite Kunden. KBA-Zulassung, ISO 9001 und APRA-Partnerschaft dürfen nicht fehlen. Wir sind Partner und Teilnehmer bei Events, Rallyes, Aktionen der Lebenshilfe Gießen, von Motorvision und Top Speed TV. Alle bei uns arbeiten mit viel Herz und Verstand für Klassik.

Ohne Herkunft keine Zukunft. Kunden sind schon in der dritten Generation bei uns, Fahrzeuge zu Wasser und zu Lande. Diesel, Elektrik, Blech, Lack, Tacho, Fahrwerk, Räder bis zum Ersatzteilbau und vielem mehr, das Kulturerbe erhalten!

Wie sieht der Klassik-Markt aus? Wie können wir als Anwender die Zukunft für Kunden und Unternehmen schaffen? Das war schon 2013 der Antrieb von BBE für diese Studie. Endlich ist die fünfte Auflage da, an der wir aus voller Überzeugung mitgearbeitet haben.

Lesen Sie, wofür wir brennen, was diese wunderbare Szene ausmacht.

Rita Vogtmann, Geschäftsführende Gesellschafterin  
Vogtmann-Herold+Co.GmbH, [www.vogtmann.one](http://www.vogtmann.one)



## **Glasurit: Classic Car Colors für Young- und Oldtimer“**

Seit 1888 steht Glasurit, eine Marke der BASF für professionelle Lösungen und erstklassige Qualität und ist mit dieser Erfolgskombination zur führenden Marke bei der Reparaturlackierung von PKW und Nutzfahrzeugen aufgestiegen.

Schon 2007 hat Glasurit mit „Classic Car Colors“ ein speziell für die Lackierung von Young- und Oldtimern abgestimmtes Programm eingeführt. Die historische Lackkompetenz und das weltweit größte Farbtonarchiv mit über 260.000 Farbtönen und über 650.000 Mischformeln sind die Grundlage.

Im Mittelpunkt steht der Werterhalt der Fahrzeuge. In Zusammenarbeit mit Herstellern, Markenclubs und Experten recherchieren wir die authentischen Farbtöne, reproduzieren sie mit aktueller Lacktechnologie und bauen die Farbtondatenbank auf diese Weise kontinuierlich aus. Speziell entwickelte Lackierverfahren sorgen für maximal möglichen Erhalt der gealterten Lackoberflächen und die unsichtbare Anpassung hinsichtlich Farbton, Verlauf, Glanz und Alterungsspuren.

Seit 2016 ist Glasurit globaler Partner der FIVA, des Weltverbandes der Oldtimerclubs.

Historische Fahrzeuge sind ein Kulturgut, deren Erhalt und Pflege durch kompetente Fachbetriebe gesichert werden muss. Aus diesem Ansatz ist ein länderübergreifendes Netzwerk von Lackierbetrieben entstanden, die auf die Reparatur und Restaurierung historischer Fahrzeuge spezialisiert sind. Weitere Informationen zum Netzwerk und zur Farbtonsuche in der Datenbank finden Sie auf [www.glasurit.com](http://www.glasurit.com)

Jürgen Book  
BASF Coatings GmbH  
Glasuritstraße 1, 48165 Münster  
[Juergen.book@basf.com](mailto:Juergen.book@basf.com)



## Gewusst wie: Das Business rund um Classic Cars

Einmal mehr will die kommende Automechanika Frankfurt den Beweis führen: Mit der richtigen technischen und rechtlichen Vorbereitung ist das Classic Car-Business für Werkstätten kein Wagnis, sondern eine Chance!

Vom 10. bis 14. September 2024 bringt die internationale Leitmesse, die zur vergangenen Ausgabe Besucher aus über 170 Ländern begrüßen konnte, alle Akteure und Interessenten auf diesem Gebiet zusammen. Erstmals gibt es ein auffälliges Label für das Thema, das Aussteller an ihrem Stand anbringen können, um interessierte Fachbesucher\*innen schneller auf ihr Angebot aufmerksam zu machen. Auch online gelingt so eine schnelle und gezielte Suche: im Messekatalog, in der Online-Ausstellersuche, auf der Automechanika-Website und in der Navigator-App kann man das Angebot nach dem neuen Classic Car-Filter sortieren.

Mit Freude und zum wiederholten Mal unterstützt die Automechanika die BBE-Studie zum Thema Wirtschaftsfaktor Young- und Oldtimer. Die detaillierte Analyse des Markts für klassische Fahrzeuge liefert uns als Messeorganisator wichtige Erkenntnisse, das Thema auch international richtig einzuschätzen. Darüber hinaus ist es uns wichtig, unsere Aussteller und Besucher aus dem Bereich Classic Cars noch besser kennenzulernen und zu verstehen. Denn so können wir für diese Zielgruppe noch passgenauere Lösungen anbieten.

Olaf Mußhoff

Director Automechanika Frankfurt

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1 | 60327 Frankfurt am Main

[Olaf.musshoff@messefrankfurt.com](mailto:Olaf.musshoff@messefrankfurt.com)



## ADAC Klassik – das Oldtimer-Ressort im ADAC e.V.

Der Allgemeine Deutsche Automobil-Club wurde 1903 von 25 begeisterten Motorradfahrern in Stuttgart als Deutsche Motorradfahrer-Vereinigung (D.M.V.) gegründet und 1911 zum ADAC umbenannt. Heute zählt der ADAC mit über 21 Millionen Mitgliedern zu den größten Automobilclubs weltweit. Anlässlich des 100jährigen Jubiläums des ADAC wurde das eigenständige Oldtimer-Ressort gegründet, welches sich auf vielfältige Weise um die besonderen Anliegen der im ADAC organisierten Old- und Youngtimer-Fahrer kümmert.

Der ADAC setzt sich satzungsgemäß auch für die Erhaltung, Pflege und Nutzung des kraftfahrttechnischen Kulturgutes ein. Ein wichtiger Eckpfeiler der Arbeit von ADAC Klassik ist die Interessenvertretung, unter anderem als aktives Mitglied im Oldtimer-Weltverband FIVA (Fédération Internationale des Véhicules Anciens). ADAC Klassik nimmt regelmäßig an den Sitzungen des Parlamentskreis Automobiles Kulturgut des Deutschen Bundestags in Berlin sowie der Historic Vehicle Group des Europäischen Parlaments in Brüssel teil und bringt hier entsprechende Anliegen der Oldtimerszene aktiv ein.

Ein weiterer wichtiger Aspekt für die Zukunftssicherung des Automobilen Kulturgutes und der Clubszene ist die Unterstützung von ADAC Klassik der derzeit knapp 70 bundesweiten ADAC Korporativclubs in denen etwa 1.200 Unterclubs und über 110.000 Mitglieder organisiert sind. Damit das Hobby aktiv erlebt werden kann, bietet ADAC Klassik zusammen mit den 18 ADAC Regionalclubs und den rund 1.700 Ortsclubs jährlich mehrere hundert Oldtimer- und Youngtimer-Veranstaltungen unterschiedlichster Art an. Und mit dem über 200-seitigen ADAC Oldtimer-Ratgeber bietet ADAC Klassik ein umfassendes Nachschlagewerk zum Thema historische und klassische Fahrzeuge an. Daten, Zahlen und Fakten sind die Basis für die tägliche Arbeit rund um das Oldtimerhobby und deshalb haben wir die BBE Studie gerne unterstützt.

Johann König, Referent Klassik Interessenvertretung

ADAC e.V. – Klassik, [www.adac.de/klassik](http://www.adac.de/klassik), [johann.koenig@adac.de](mailto:johann.koenig@adac.de)



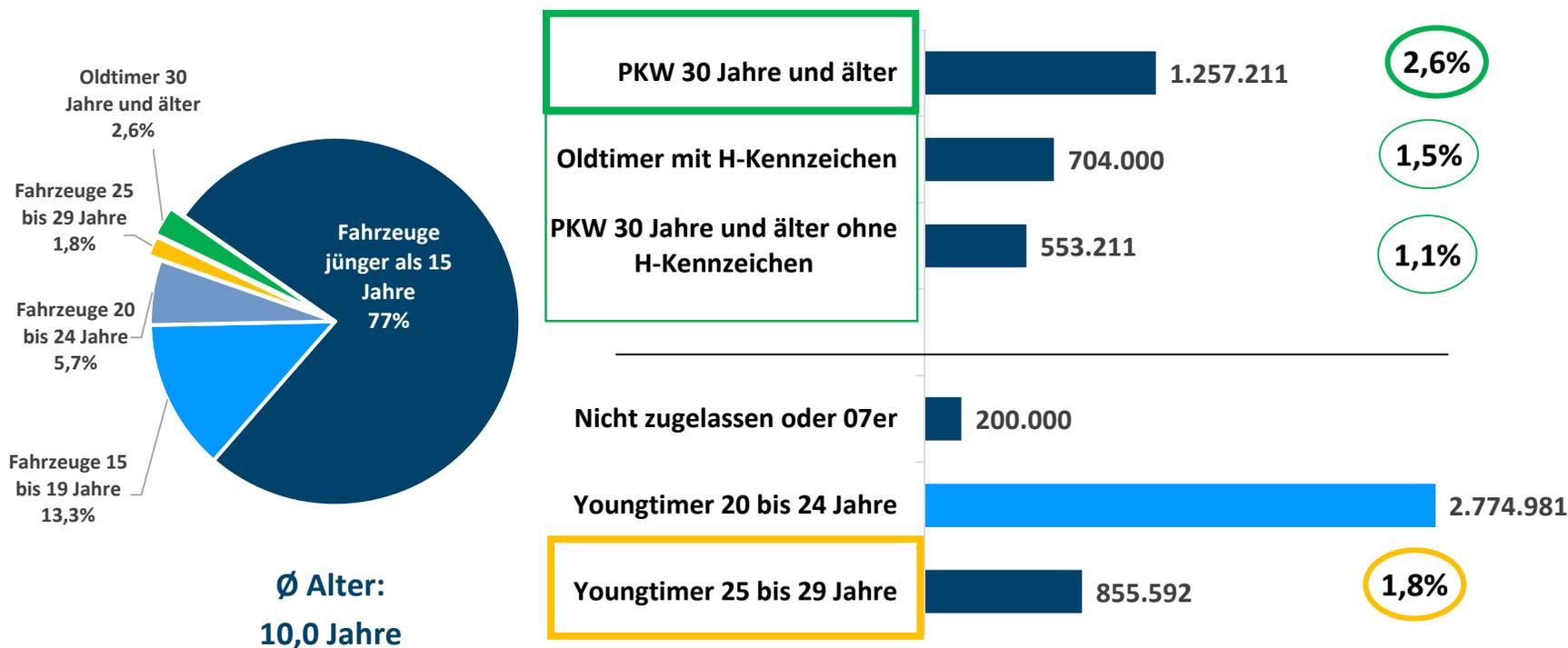


**A**

**Der Markt –  
Bestände, Strukturierung, Segmentierung**

### Zugelassene Fahrzeuge: Struktur nach dem Fahrzeualter (01.01.2023)

PKW-Bestand insgesamt: 48,5 Millionen



Die insgesamt zum 01.01.2023 zugelassenen PKW im Alter von mindestens 30 Jahren summieren sich auf 1,257 Mio. Einheiten, ein Anteil am Gesamtbestand von 2,6%.

Den Oldtimer-Status laut KBA in Form eines H-Kennzeichens haben 56%, d.h. 704.000 (1,5%), erhalten. Weitere 553.000 haben aber auch das Alter von 30 Jahren erreicht, verfügen aber nicht über den entsprechenden H-Kennzeichen-Status.

Die nachkommenden Generationen sind schon da, 18% aller zugelassenen Fahrzeuge sind bereits zwischen 25 und 29 Jahren, in Summe etwa 0,9 Millionen PKW.

**Wie viele PKW mit und ohne H-Kennzeichen gibt es wirklich?**

**1.257.211** zugelassene Fahrzeuge 30 Jahre und älter

**704.233** „Oldtimer laut KBA“ (mit Gutachten nach § 23 StVZO mit H-Kennzeichen und/ oder Schadstoffklasse 0098)

**553.000** „Fahrzeuge ab 30 Jahre“, die keine Spezifikation H-Kennzeichen/ Emissionsklasse 0098 haben

**Hinzukommen die nicht regulär zugelassenen PKW**

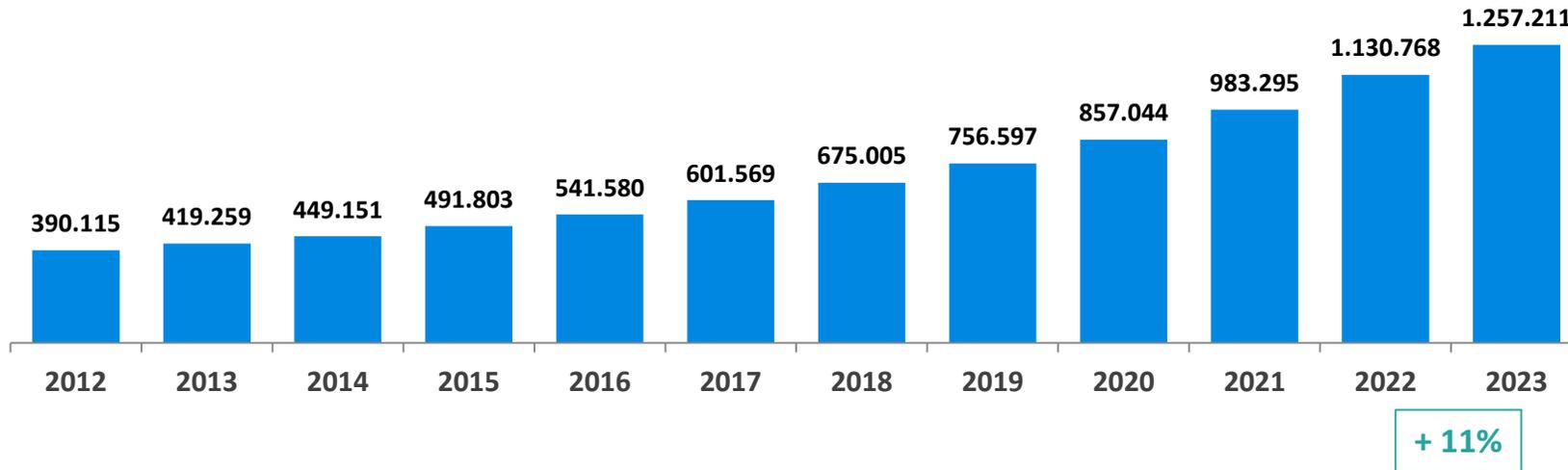
**Ca. 200.000** weitere Oldtimer mit 07er Kennzeichen, in Sammlungen, Museen, in Restaurierung oder stillgelegt.

**Insgesamt sprechen wir von ca. 1,47 Mio. PKW im Alter von mindestens 30 Jahren**

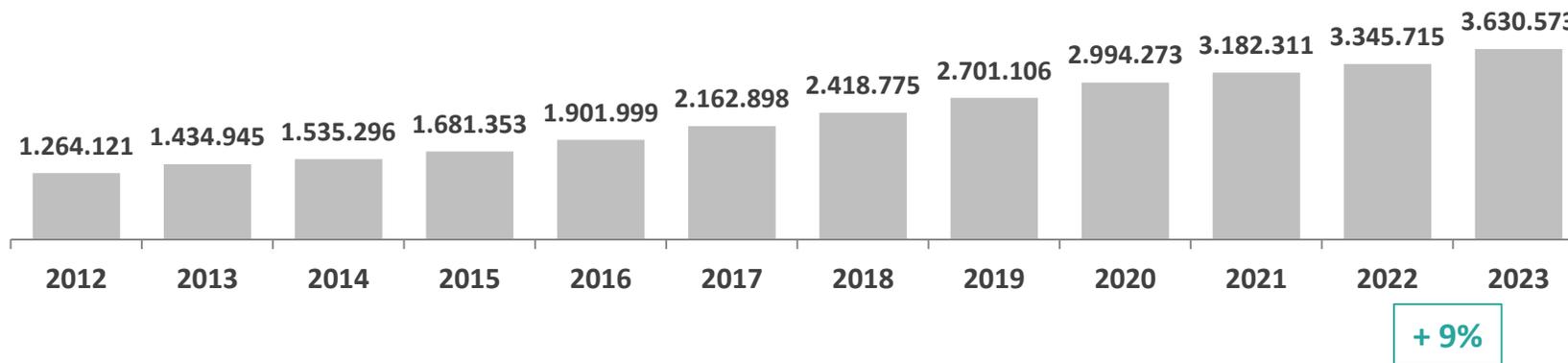
**In der KBA-Datei FZ15 ist neuerdings die folgende Begriffsbestimmung für Oldtimer dokumentiert:**

Oldtimer: Fahrzeuge, welche vor mind. 30 Jahren erstmals in Verkehr gekommen sind, weitestgehend dem Originalzustand entsprechen, in einem guten Erhaltungszustand sind und zur Pflege des kraftfahrzeugtechnischen Kulturgutes dienen (§ 2 Nr. 22 FZV). Sie können durch ein entsprechendes Gutachten nach § 23 StVZO als Oldtimer anerkannt werden. Fahrzeuge, die als Oldtimer anerkannt wurden, können zudem seit dem 01.01.1997 ein gesondertes Kennzeichen (Historienkennzeichen) erhalten. Die Sonderstellung wirkt sich in den meisten Fällen ermäßigend auf die Kfz-Steuer aus. In der amtlichen Statistik werden ausschließlich die Fahrzeuge als Oldtimer ausgewiesen, die als solche im Zentralen Fahrzeugregister erkennbar sind. Dies ist dann gegeben, wenn der Halter bei der Zulassung seines amtlich anerkannten Oldtimers (mit oder ohne Zuteilung eines Historienkennzeichens) die Emissionsklasse entsprechend ändern lässt, um steuerliche Vorteile in Anspruch nehmen zu können. Er kann sich aber für seinen amtlich anerkannten Oldtimer auch ohne diese Änderung ein Historienkennzeichen eintragen lassen. Aus den vorangegangenen Ausführungen ergibt sich, dass amtlich anerkannte und zugelassene Oldtimer ohne die entsprechenden Erkennungsmerkmale (spezifische Emissionsklasse, Historienkennzeichen) in der amtlichen Statistik nicht als solche ausgewiesen werden können.

## Entwicklung Bestand PKW (30 Jahre und älter)



## Entwicklung Bestand Youngtimer (20 bis 29 Jahre)

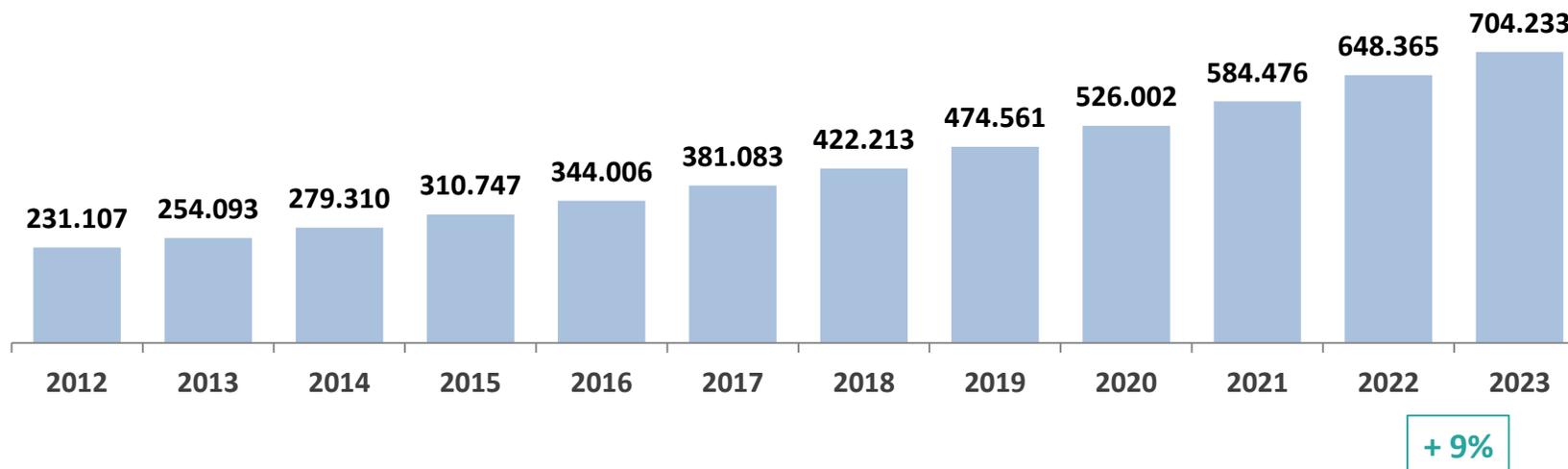


Die über das Alter definierten „Old“- wir auch die „Youngtimer“ konnten wie in den Vorjahren zulegen, das Wachstum hat sich aber etwas verlangsamt.

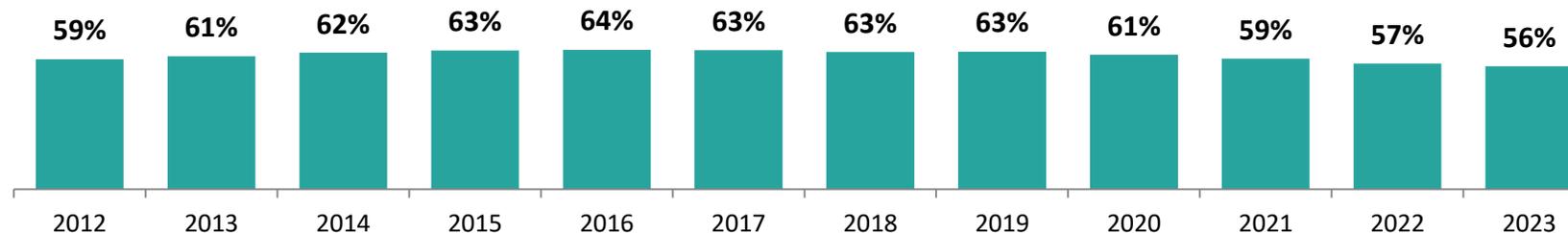
Nachwuchs resultiert aus der Gruppe der 20 bis 29jährigen. Von diesen 3,6 Millionen PKW sind etwa 900.000 bereits 25 Jahre und stehen damit auf der Schwelle zum „Oldtimer“.

Ein jährlicher Zuwachs in Höhe von 100.000 Einheiten ist so sehr wahrscheinlich.

### Entwicklung Bestand Oldtimer (laut Definition KBA) H-Kennzeichen und/ oder Emissionsklasse 0098)



### Quote H-Kennzeichen (in % der PKW-Oldtimer)

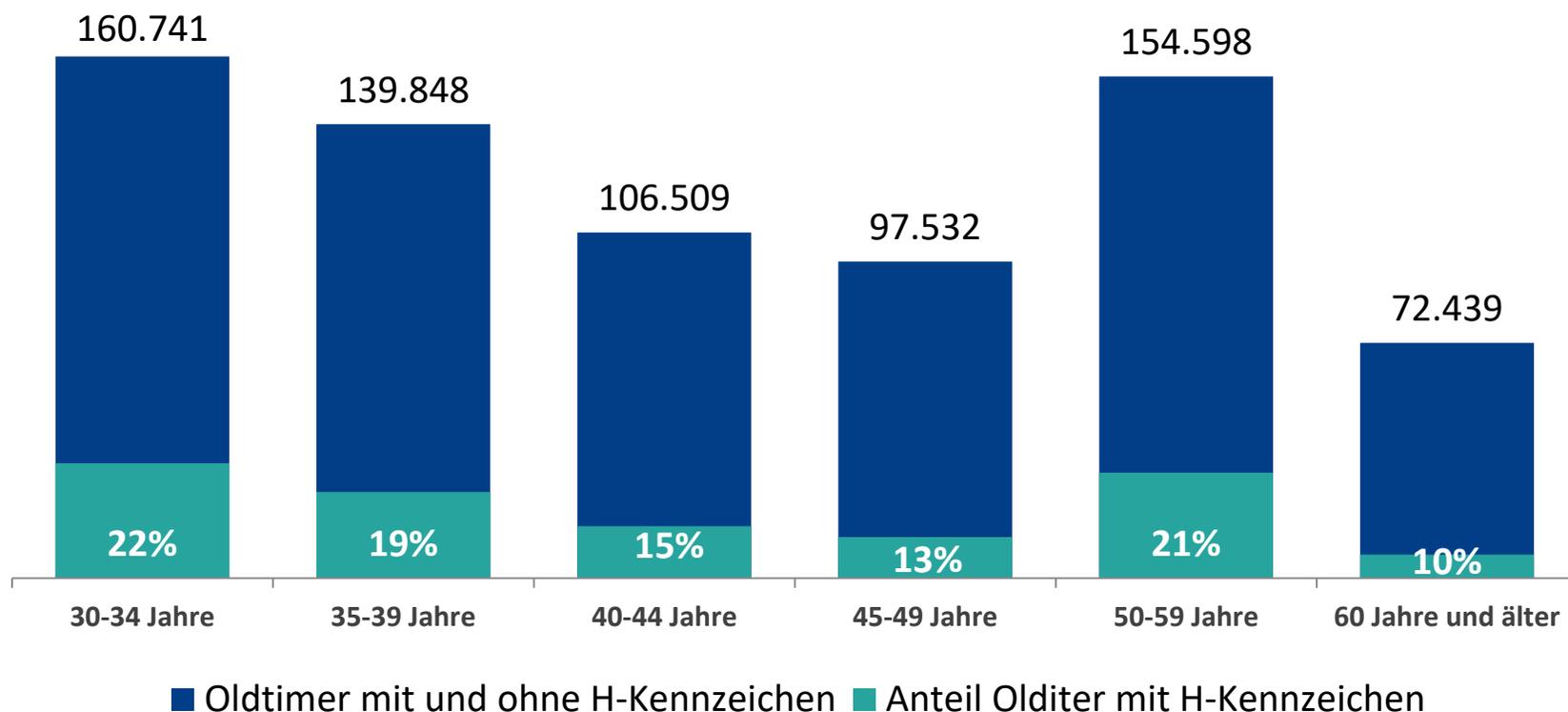


Zu den 704.000 Oldtimern laut KBA-Definition (H-Kennzeichen oder Emissionsklasse 0098) kommen noch weitere 90.000 Fahrzeuge hinzu, wenn man Zweiräder, Nutzfahrzeuge und Anhänger mit berücksichtigt. Das KBA meldet zum 1.1.2023 insgesamt 783.589 PKW, die gemäß Oldtimer-Definition der Fahrzeugzulassungsverordnung (FZV) zugelassen sind.

Die Quote an H-Kennzeichen geht leicht zurück und liegt aktuell bei 56%. Neben den Fahrzeugen, die ein solches mangels Qualität nicht erhalten können, finden wir auch Besitzer, für die eine Beantragung keine finanziellen Vorteile hat oder ein altes Kennzeichen unbedingt noch behalten werden soll.

## Gesamtzahl Oldtimer mit H-Kennzeichen nach Altersgruppen zum 1.1.2022

Gesamtzahl Oldtimer mit H-Kennzeichen: 731.667



Die zuletzt 2022 veröffentlichte Verteilung nach Altersklassen von 731.667 Oldtimern mit H-Kennzeichen über alle Fahrzeugtypen liegt vor. 90% davon sind PKW.

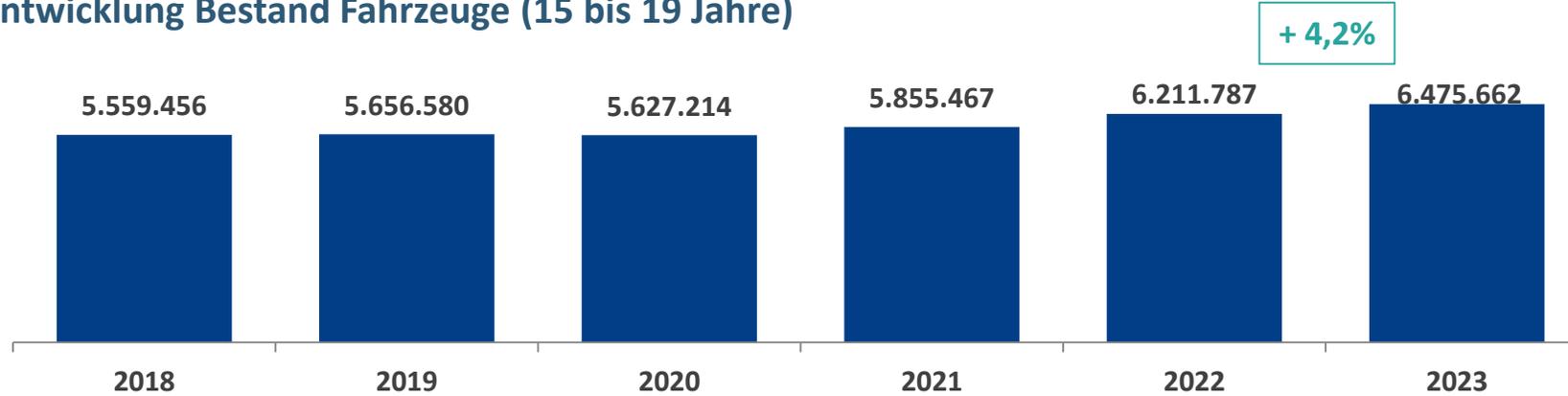
Bekannt ist aktuell die Gesamtzahl zum 1.1.2023, in Summe 793.589 Fahrzeuge aller Kategorien.

Es zeigt sich, dass 31% aller Fahrzeuge bereits ein Alter von 50 Jahren erreicht hatten und 41% zwischen 30 und 39 Jahre alt sind.

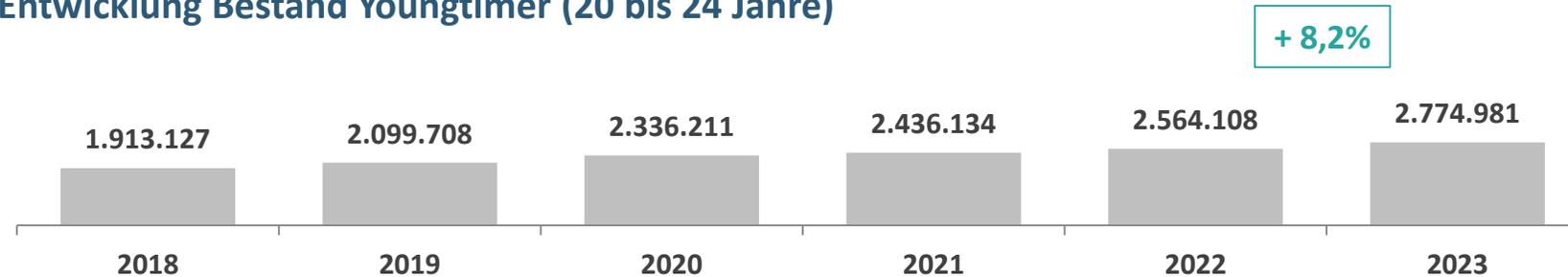
Relativ klein ist mit 10% die Gruppe der sehr alten Fahrzeuge, die vor 1960 erstmals zugelassen wurden.

Quelle: KBA; Aktuelle Veröffentlichung März 2023: Das durchschnittliche Alter der Pkw betrug 10 Jahre. Der Bestand an Oldtimern mit und ohne Historienkennzeichen insgesamt stieg um 8,4% auf 793.589 Fahrzeuge. Anmerkungen: Alle Oldtimer, nicht nur PKW.

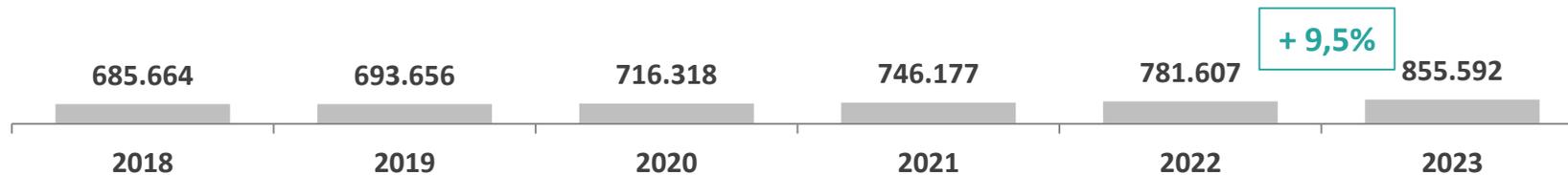
## Entwicklung Bestand Fahrzeuge (15 bis 19 Jahre)



## Entwicklung Bestand Youngtimer (20 bis 24 Jahre)



## Entwicklung Bestand Youngtimer (25 bis 29 Jahre)

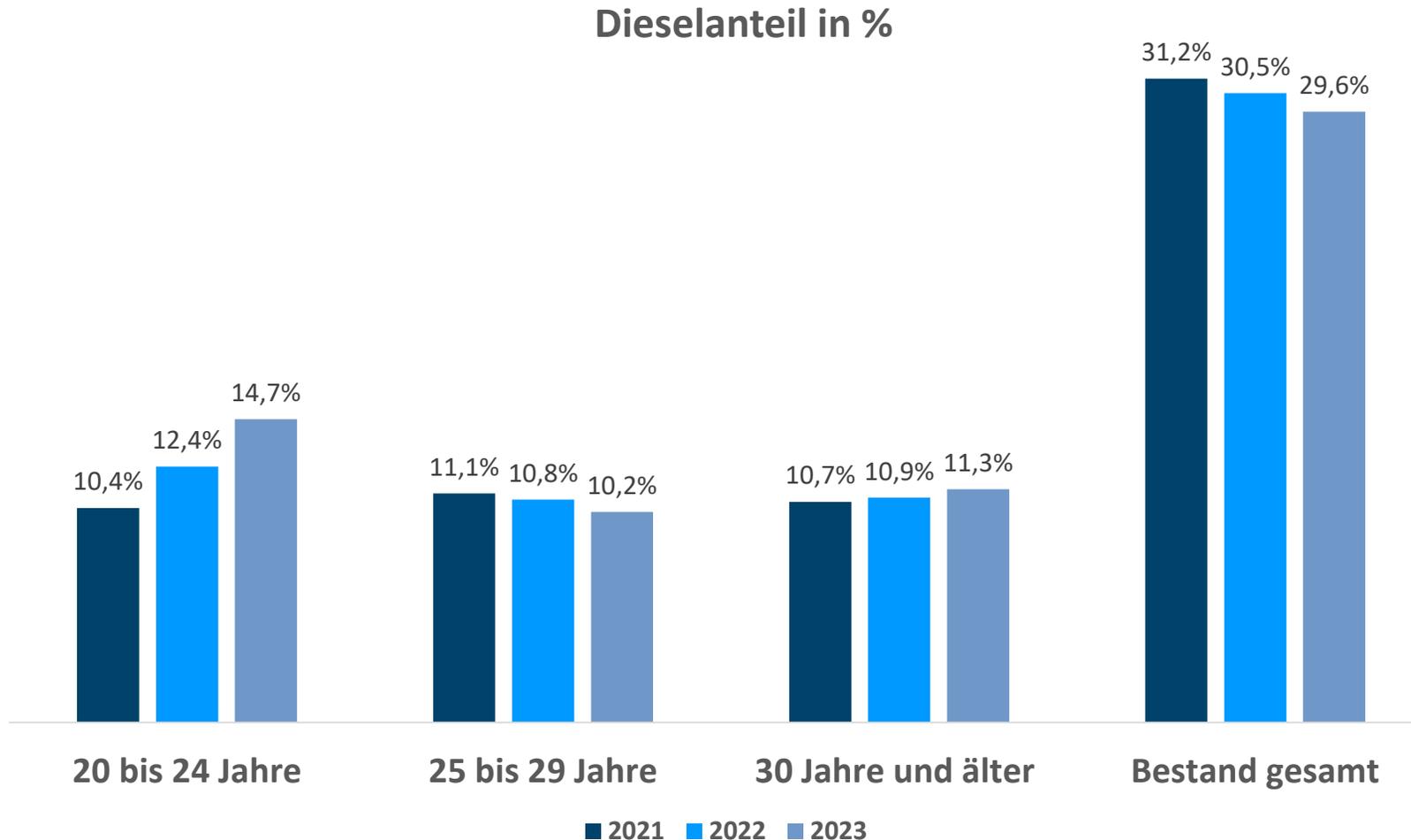


Es wird deutlich, dass die Bestände bei den 15- bis 19jährigen Fahrzeugen nicht mehr stark wachsen.

Das könnte sich im Rahmen der zunehmenden Elektrifizierung des KFZ-Bestands noch weiter fortsetzen, so dass der automatische Nachwuchs in den nächsten Jahren tendenziell zurückgeht.

In den nächsten 5 Jahren ist jedoch genügend Potenzial an mindestens 20jährigen für ein quantitatives Wachstum vorhanden.

## Anteil Diesel im Bestand nach Altersgruppen – Fahrzeuge 20 Jahre und älter

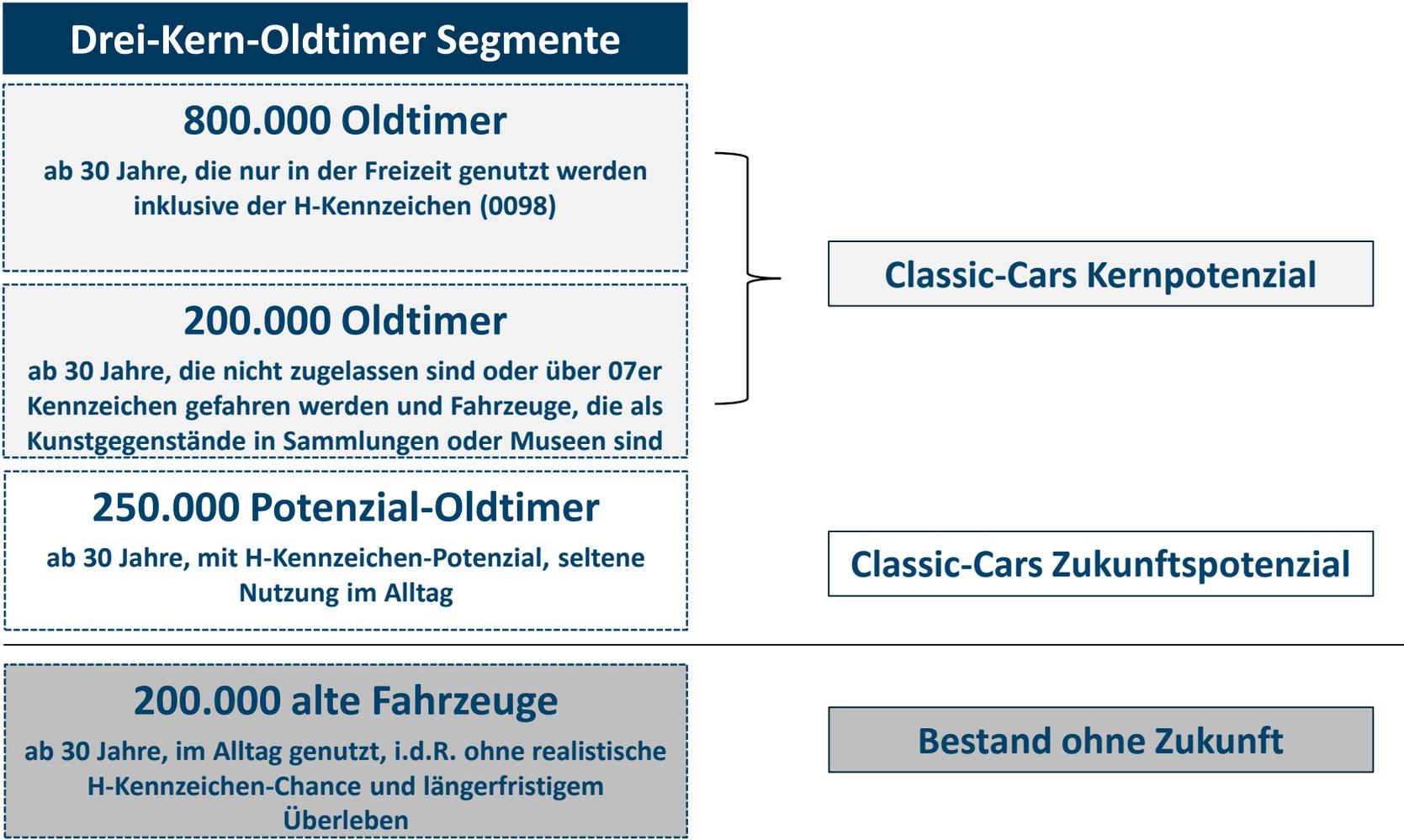


Das Thema Diesel und damit die Feinstaub-Belastung ist bei den Oldtimern mit einem Anteil von ca. 11% ein weniger relevantes Thema im Vergleich zum Diesel-Anteil im Gesamtbestand.

Auch in den Folgejahren kommt keine Dieselschwemme auf die Szene zu.

Die Anzahl der Katalysatorfahrzeuge bei den Benzinern wird auf der anderen Seite wachsen, so sind diese bei fast allen jetzt zum Oldtimer werdenden Fahrzeugen bereits Standard.

Wir unterscheiden drei Kern-Oldtimer-Marktsegmente (Einordnung durch BBE)



1.000.000 Classic Cars bilden die traditionelle Branche. Echte Classic Cars mit und ohne H-Kennzeichen und die nicht zugelassenen Fahrzeuge.

250.000 Fahrzeuge ergänzen die Branche und sind noch potenzieller Classic-Nachwuchs.

200.000 Fahrzeuge sind einfach nur alt und können vielleicht noch zum „Teilesponder“ werden.

Quelle: BBE Recherchen basierend auf Marktstudien, Bestandsdaten und Bestandsbewertungen

Wir unterscheiden zwei Kern-Youngtimer-Marktsegmente (Einordnung durch BBE)

## Zwei Kern-Youngtimer-Segmente ab 20

### 800.000 Youngtimer

20- bis 29jährige, die als Freizeit-/ Liebhaberautos gefahren werden und großes (sicheres) Potenzial zum Oldtimer zu haben

Sicherer Nachwuchs

### 800.000 Youngtimer

die als Freizeit-/ Liebhaberautos gefahren werden, teilweise mit Potenzial Oldtimer zu werden

Möglicher Nachwuchs

### 2.000.000 Youngtimer

die noch im Alltag als Fortbewegungsmittel genutzt werden - ohne Potenzial zum Oldtimer und größerer Überlebenschance

Bestand ohne Zukunft

800.000 wertige Youngtimer werden bereits heute gehegt und gepflegt.

Weitere 800.000 PKW haben das Potenzial dazu, viele werden aber nicht zum Classic Car werden.

2 Millionen werden vermutlich die 30 Jahre nicht erreichen.

### **Kernsegment Classic Cars ab 30 Jahren**

**1.000.000**

- **Sehr viele mit H-Kennzeichen**
- **Fast keine Alltagsnutzung**
- **Geringe Fahrleistung pro Jahr**
- **Hohe Ausgaben rund um das Hobby**
- **Kulturelles mobiles Erbe Deutschlands**
- **Häufig bereits von Spezialisten gewartet**

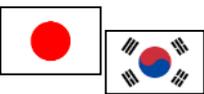
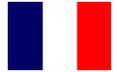
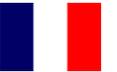
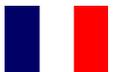
### **Kernsegment Youngtimer 25 bis 29 Jahre**

**800.000**

- **Sehr geringe Alltagsnutzung**
- **Geringe Fahrleistung pro Jahr**
- **In die Fahrzeuge wird bereits viel investiert**
- **Hohe Cabrio- und Sportwagenanteile**
- **Jährliche steigende Fahrzeugwerte**
- **Zunehmend von Spezialisten gewartet**

**1,8 Mio.**

**Eine geringe Quote an H-Klassifizierung ist ein Indiz für mehr Alltagsfahrzeuge**

	<u>(Youngtimer) 15 - 29 Jahre:</u>	<u>Oldtimer ab 30 Jahre:</u>	<u>Quote H-Kennzeichen:</u>
<b>Deutsche:</b>	 70%	 73%	 53%
<b>Asiatische:</b>	 10%	 4%	 27%
<b>Französische:</b>	 8%	 4%	 49%
<b>Italienische:</b>	 3%	 6%	 63%
<b>Britische:</b>	 1%	 4%	 89%
<b>Amerikanische:</b>	 1%	 5%	 90%

Fahrzeuge aus deutscher Produktion dominieren den Markt.

Amerikanische, britische, und italienische Fahrzeuge ab 30 Jahren haben häufiger ein H-Kennzeichen, auch ein Indiz für einen hohen Anteil an Liebhaberfahrzeugen.

Bei den asiatischen Fabrikaten verfügt nur jeder dritte PKW ab 30 Jahren über ein H-Kennzeichen, hier entwickelt sich erst langsam eine entsprechende Szene..

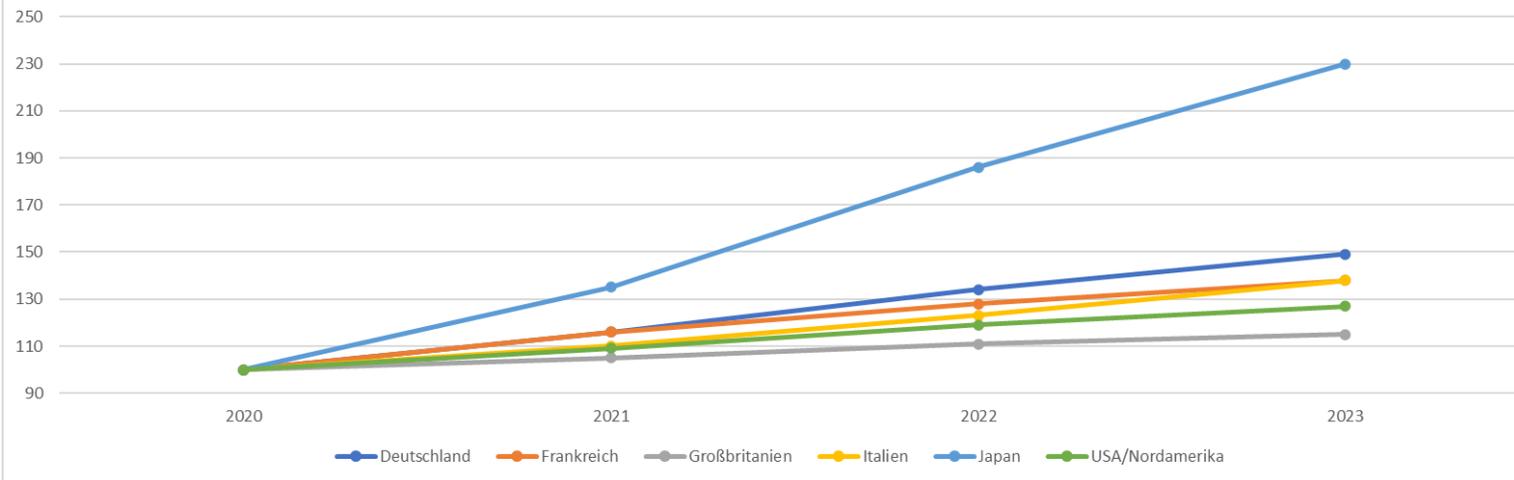
	Fahrzeuge 30 Jahre und älter	Anteil in %	H-Kennzeichen	Anteil in %	Fahrzeuge 15-29 Jahre	Anteil in %
<b>Gesamt</b>	<b>1.257.211</b>	<b>100%</b>	<b>704.233</b>	<b>100%</b>	<b>10.106.074</b>	<b>100%</b>
Deutschland	915.416	73%	484.761	69%	7.061.488	70%
Italien	74.916	6%	47.422	7%	276.442	3%
USA/ Nordamerika	59.065	5%	53.360	8%	79.727	1%
Frankreich	55.088	4%	27.003	4%	808.322	8%
Großbritannien	54.082	4%	47.913	7%	69.384	1%
Japan	49.108	4%	13.050	2%	1.050.787	10%
Schweden	21.400	2%	11.811	2%	154.842	2%
Unbekannt/Sonstige	13.750	1%	10.137	1%	10.607	0%
Russland	7.044	1%	4.894	1%	3.064	0%
Tschechien	2.160	0%	1.298	0%	244.195	2%
Österreich	2.140	0%	1.414	0%	1.213	0%
Spanien	1.524	0%	455	0%	148.621	1%
Sonstige Osteuropa	773	0%	453	0%	9.125	0%
Sonstige Westeuropa	429	0%	218	0%	730	0%
Sonstige Asien	228	0%	41	0%	418	0%
ROK	88	0%	3	0%	187.109	2%

Der Bestand an den Fahrzeugen ab einem Alter von 30 Jahren wird weiterhin sehr stark geprägt von den deutschen Marken.

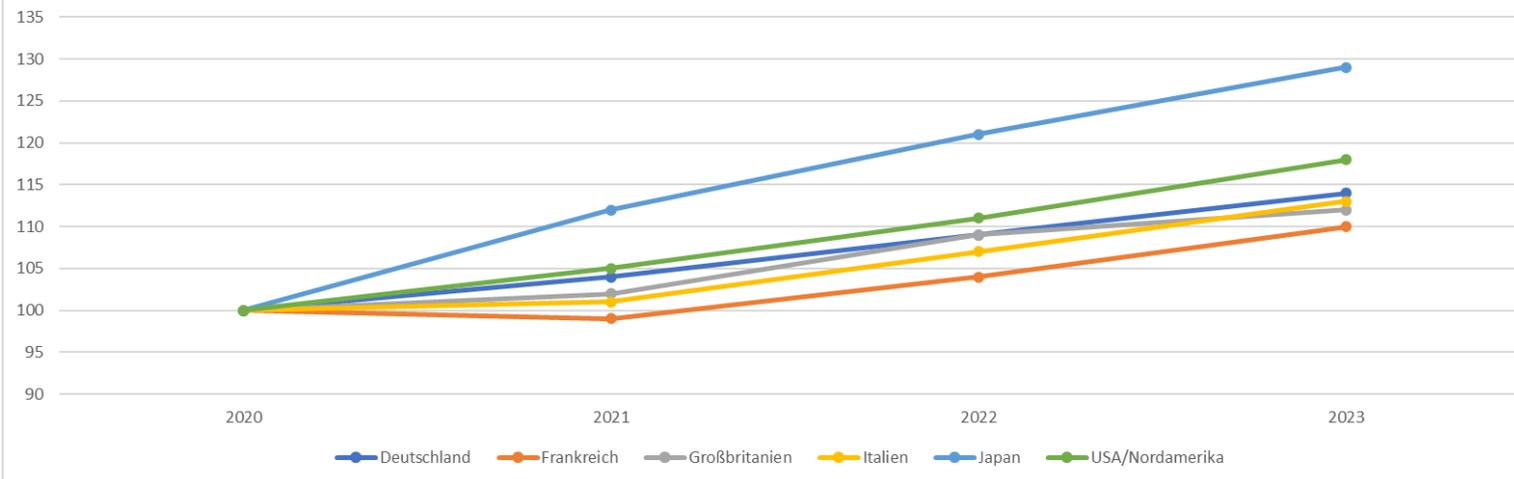
Betrachtet man nur den „Nachwuchs“ der mindestens 15 Jahre alten PKW, sinkt der deutsche Anteil etwas, sehr stark begründet durch den Erfolg der japanischen Marken im Deutschland der 80er-Jahre.

So ist in dieser Klasse der 15- bis 29jährigen bereits jedes zehnte Fahrzeug ein Japaner, bei den 30 Jahre alten und älteren aber auch bereits jeder Fünfundzwanzigste.

Prozentuale Veränderung (Basis 2020) (Oldtimer)



Prozentuale Veränderung (Basis 2020) (Youngtimer)



Überdurchschnittlich stark bezüglich der Entwicklung zeigen sich die Japaner, die vor etwa 35 Jahren den europäischen Markt eroberten.

# Marktsegmentierung Fahrzeugbestände – Oldtimer-Ranking nach PKW ab 30 Jahren

DER  
MARKT

	Fahrzeuge 30 Jahre und älter	H-Kennzeichen	H-Kennzeichen-Anteil in %
VW	281.386	136.080	48%
Mercedes	259.692	174.820	67%
BMW	88.738	42.220	48%
Opel	62.911	28.853	46%
Porsche	60.477	46.813	77%
Audi	58.711	17.525	30%
Fiat	46.759	25.465	54%
Sachsenring	40.328	7.248	18%
Ford Eur	35.722	15.267	43%
Citroen	26.700	13.636	51%
GMC-Marken	26.587	24.375	92%
Ford USA/So	19.959	19.417	97%
Alfa Romeo	18.594	14.688	79%
Volvo	16.171	9.451	58%
Leyland/Morris/Austin	16.159	14.321	89%
Peugeot	13.187	6.248	47%
Renault	12.714	5.885	46%
Mazda	12.499	2.070	17%
Jaguar/Daimler	10.793	9.740	90%
Toyota/Lexus	10.534	4.058	39%
Wartburg/ Eisenach	8.881	4.700	53%
Triumph	8.302	7.772	94%
Suzuki	6.777	1.568	23%
Chrysler/Dodge/Plymouth	6.452	4.722	73%
Nissan/Datsun	6.319	1.951	31%
MG	6.055	5.867	97%
Honda	5.964	1.250	21%
Lada/GAZ/Wolga	5.356	3.430	64%
Saab	5.227	2.360	45%
Mitsubishi	4.946	1.719	35%

Die Marken VW und Mercedes stehen für über 40% des deutschen Bestands bei den PKW ab 30 Jahren. In den letzten Jahren konnte VW auch die Marke Mercedes überholen.

Die Volumenmarken der Vergangenheit- Opel und Ford - konnten nur wenige Fahrzeuge in das Oldtimeralter bringen, die deutlich weniger gebauten Porsche hingegen mehr als 60.000 Autos.

Quelle: KBA zum 01.01.2023, Bestandsdaten für den VDA

# Marktsegmentierung Fahrzeugbestände – Oldtimer-Ranking nach Anzahl H-Kennzeichen

DER  
MARKT

	Fahrzeuge 30 Jahre und älter	H-Kennzeichen	H-Kennzeichen-Anteil in %
Mercedes	259.692	174.820	67%
VW	281.386	136.080	48%
Porsche	60.477	46.813	77%
BMW	88.738	42.220	48%
Opel	62.911	28.853	46%
Fiat	46.759	25.465	54%
GMC-Marken	26.587	24.375	92%
Ford USA/So	19.959	19.417	97%
Audi	58.711	17.525	30%
Ford Eur	35.722	15.267	43%
Alfa Romeo	18.594	14.688	79%
Leyland/Morris/Austin	16.159	14.321	89%
Citroen	26.700	13.636	51%
Jaguar/Daimler	10.793	9.740	90%
Volvo	16.171	9.451	58%
Triumph	8.302	7.772	94%
Sachsenring	40.328	7.248	18%
Peugeot	13.187	6.248	47%
Renault	12.714	5.885	46%
MG	6.055	5.867	97%
Chrysler/Dodge/Plymouth	6.452	4.722	73%
Wartburg/ Eisenach	8.881	4.700	53%
Toyota/Lexus	10.534	4.058	39%
Lada/GAZ/Wolga	5.356	3.430	64%
Saab	5.227	2.360	45%
Mazda	12.499	2.070	17%
Nissan/Datsun	6.319	1.951	31%
Mitsubishi	4.946	1.719	35%
Suzuki	6.777	1.568	23%
Honda	5.964	1.250	21%

Eine Betrachtung nach der Anzahl an H-Kennzeichen sieht die Marke Mercedes vorne.

Hier kommen aber auch Importmarken wie Fiat, Ford US und GMC in die Top 10.

Quelle: KBA zum 01.01.2023, Bestandsdaten für den VDA

	Fahrzeuge 30 Jahre und älter	H-Kennzeichen	Anteil in %
Golf	90.638	24.254	27%
E-Klasse mit W123	82.576	49.160	60%
VW Bus	56.540	32.457	57%
Käfer	56.074	44.132	79%
3er	49.727	18.903	38%
190 er W 201	44.560	17.354	39%
SL Klasse	39.918	30.985	78%
Trabant	33.981	5.419	16%
911/964/996/993	33.868	26.052	77%
Audi 80/90	31.706	8.118	26%
S-Klasse	30.075	24.299	81%
Kadett	19.623	7.610	39%
2 CV	14.055	4.734	34%
Polo	13.682	2.115	15%
Passat	13.014	2.480	19%
5er	10.625	4.676	44%
Strich 8	10.457	8.683	83%
Spider	8.956	6.391	71%
Audi 100	8.834	3.611	41%
Rekord/ Olympia	8.797	4.441	50%
500	8.202	5.012	61%
944	7.221	4.648	64%
Escort	7.095	2.269	32%
Taunus (12-26M)	6.824	3.337	49%
Jetta	6.682	1.783	27%
Mustang	6.177	6.155	100%
Ascona	6.110	2.389	39%
Pagode	5.953	5.869	99%
Scirocco	5.931	2.583	44%
Audi A6/S6	5.084	720	14%

In der Vergangenheit waren viele Presseveröffentlichungen zur Studie übertitelt mit

„Er läuft und läuft und läuft“.

Das ist Geschichte, der Käfer ist nicht mehr das am meisten zugelassene PKW-Modell im Alter von mehr als 30 Jahren im Bestand.

Der VW-Bus kommt dank reichlich Zuwachs aus jüngeren Baureihen. Die Volumenmodelle Golf und Mercedes E-Klasse/ W 123 setzen sich einsam an die Spitze, dies mit großem Zuwachspotenzial in den nächsten Jahren. Das gilt auch für den 3er-BMW.

	Entwicklung der Bestände ab 30 Jahre			
	2020	2021	2022	2023
Audi	26.839	34.684	46.915	58.711
Toyota/Lexus	5.111	6.509	8.544	10.534
Peugeot	7.156	9.200	11.393	13.187
BMW	51.054	63.653	77.659	88.738
Leyland/Morris/Austin/Rover	16.703	17.668	18.703	19.432
Volvo	10.187	11.793	14.177	16.171
VW	183.190	215.288	253.729	281.386
Mercedes	174.263	199.714	230.174	259.692
Sachsenring	32.579	37.027	39.134	40.328
Fiat	32.523	36.228	41.143	46.759
Porsche	43.839	49.544	55.794	60.477
Renault	9.294	10.469	11.707	12.714
Citroen	21.459	24.534	25.811	26.700
Ford Eur	28.245	31.060	33.647	35.722
Opel	49.248	53.104	58.353	62.911
Alfa Romeo	14.687	15.785	17.205	18.594
GMC-Marken	22.598	22.802	24.267	25.709
Jaguar/Daimler	8.711	9.460	10.153	10.793
Ford USA/So	16.774	18.019	19.225	19.959

	Index zu 2020			
	2020	2021	2022	2023
Audi	100	129	175	219
Toyota/Lexus	100	127	167	206
Peugeot	100	129	159	184
BMW	100	125	152	174
Leyland/Morris/Austin/Rover	100	106	112	116
Volvo	100	116	139	159
VW	100	118	139	154
Mercedes	100	115	132	149
Sachsenring	100	114	120	124
Fiat	100	111	127	144
Porsche	100	113	127	138
Renault	100	113	126	137
Citroen	100	114	120	124
Ford Eur	100	110	119	126
Opel	100	108	118	128
Alfa Romeo	100	107	117	127
GMC-Marken	100	101	107	114
Jaguar/Daimler	100	109	117	124
Ford USA/So	100	107	115	119

Gegenübergestellt haben wir alle Marken, deren Bestand an mindestens 30jährigen Fahrzeugen in 2023 mehr als 10.000 Fahrzeuge umfasst.

Hier sehen wir ein überproportionales Wachstum bei Audi. Exemplarisch für die japanischen Marken ist das auch bei Toyota sichtbar.

Dass Wachstum auch möglich ist, wenn kaum mehr Fahrzeuge aus dem jüngeren und zugelassenen Bestand kommen, sehen wir beim Trabant von Sachsenring. Neben Reimporten gab es hier auch Wiederezulassungen.

	Fahrzeuge 15 bis 29 Jahre	Anteil in %
VW	2.281.818	23%
Mercedes	1.249.155	12%
Opel	1.100.075	11%
BMW	772.948	8%
Audi	726.845	7%
Ford Eur	639.021	6%
Renault	385.697	4%
Toyota/Lexus	348.862	3%
Peugeot	276.880	3%
Skoda	244.192	2%
Fiat	228.792	2%
Mazda	182.350	2%
Nissan/Datsun	150.699	1%
Seat	148.396	1%
Citroen	138.069	1%
Volvo	127.516	1%
Smart	126.237	1%
Honda	121.742	1%
Sonstige	105.467	1%
Suzuki	97.459	1%
Mitsubishi	94.920	1%
Hyundai	88.195	1%
Porsche	85.369	1%
BMW-Mini	75.363	1%
KIA	69.010	1%
Chrysler/Dodge/Plymouth	34.931	0%
Alfa Romeo	28.750	0%
Subaru	27.854	0%
Saab	27.246	0%
Jaguar/Daimler	22.111	0%

Auch der Youngtimermarkt, hier ab einem Alter von 15 Jahren, wird stark geprägt von den Marken VW und Mercedes.

Die Volumenmarken der Vergangenheit- Opel und Ford - sind hier noch stärker vertreten, ebenso wie BMW und Audi.

Es ist davon auszugehen, dass einzelne Marken wie z.B. Porsche zu hohen Prozentanteilen das Oldtimeralter im Bestand erreichen werden.

	Fahrzeuge 15 bis 29	
	Jahre	Anteil in %
Golf inkl. Cabrio	911.110	9%
3er inkl. Cabrio	403.648	4%
Polo	390.631	4%
Astra	338.108	3%
C Klasse	330.040	3%
Corsa	291.146	3%
A4/S4	266.782	3%
A-Klasse	231.656	2%
E-Klasse mit W123	221.910	2%
Passat	219.075	2%
VW Bus	208.763	2%
Fiesta	196.110	2%
A3/S3	180.094	2%
Focus	178.117	2%
5er	148.238	1%
Meriva	136.572	1%
Touran	131.825	1%
Fabia	131.667	1%
A6/S6	123.690	1%
206	114.925	1%
SLK Klasse	110.854	1%
Zafira	98.868	1%
Corolla	97.778	1%
Yaris	94.164	1%
Clio	91.612	1%
Twingo	83.866	1%
Vectra	83.131	1%
Mini	81.457	1%

Über 900.000 VW-Golf prägen den Youngtimermarkt. Viele werden in Deutschland das Oldtimeralter nicht erreichen.

Größere Chancen haben aber grundsätzlich die Cabrios und die hochmotorisierten Versionen.

Bessere Chancen, einmal ein Oldtimer zu werden, haben die VW-Busse und auch die 3er von BMW.

## **Der regionale Markt für Young- und Oldtimer – das Ergebnis**

Alle regulär, mit oder ohne H-Kennzeichen, zugelassenen Fahrzeuge können im Bestand auch regional sehr gut zugeordnet werden. Wir können aus der KBA-Statistik nicht entnehmen, ob diese Fahrzeuge reine Freizeitobjekte sind oder ob diese noch im Alltag eingesetzt werden. So wird die Population durch sehr hohe, regional teilweise aber auch durch geringe Kaufkraft geprägt.

**Die in der Studie identifizierten Hochburgen sind zumeist kaufkraftstarke Gebiete, in denen naturgemäß die höchste Oldtimerpopulation zu beobachten ist.**

**Es werden aber auch Regionen offensichtlich, die nicht kaufkraftstark sind. Hier werden wir neben den Oldtimerfans auch überdurchschnittlich viele Menschen finden, die ein 30 Jahre und älteres Fahrzeug neben der Emotion auch aus ökonomischen Gründen weiter im Alltag bewegen.**

**Genauer beschreiben lassen sich die kaufkraftstarken Hochburgen mit hochwertigen Oldtimern bei Betrachtung des Bestands an Porsche 911ern, der nachfolgend kartografisch gezeigt wird.**

## Höchste Oldtimeranteile nach Bundesland

Rang	Bundesland	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	Hamburg	23.017	<b>2,78%</b>
2.	Bremen	7.786	<b>2,60%</b>
3.	Baden-Württemberg	170.412	<b>2,49%</b>
4.	Hessen	93.790	<b>2,46%</b>
5.	Bayern	199.147	<b>2,42%</b>
6.	Nordrhein-Westfalen	247.565	<b>2,37%</b>
7.	Berlin	29.142	<b>2,35%</b>
8.	Brandenburg	33.608	<b>2,29%</b>
9.	Niedersachsen	111.974	<b>2,28%</b>
10.	Rheinland-Pfalz	57.146	<b>2,20%</b>
11.	Schleswig-Holstein	37.651	<b>2,19%</b>
12.	Saarland	14.192	<b>2,19%</b>
13.	Sachsen	44.564	<b>2,04%</b>
14.	Thüringen	23.565	<b>1,97%</b>
15.	Sachsen-Anhalt	22.690	<b>1,86%</b>
16.	Mecklenburg-Vorpommern	13.918	<b>1,58%</b>

**Ø 2,3%**

**Höchste Oldtimeranteile in Hamburg und Bremen.**

**Rund 620.000 Oldtimer befinden sich alleine in BW, NRW und Bayern.**

## Größte Oldtimerbestände nach Kreisen (Top 25)

Rang	Kreis	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	Berlin	29.142	2,35%
2.	Hamburg	23.017	2,78%
3.	München	21.142	2,84%
4.	Region Hannover	13.563	2,28%
5.	Köln	13.433	2,73%
6.	Rhein-Kreis Neuss	10.337	3,72%
7.	Esslingen	10.050	2,98%
8.	Düsseldorf	9.745	3,14%
9.	Frankfurt	9.380	2,73%
10.	Stuttgart	9.328	3,08%
11.	Ludwigsburg	8.536	2,54%
12.	Rhein-Sieg-Kreis	8.216	2,19%
13.	Rhein-Neckar-Kreis	8.065	2,26%
14.	Rems-Murr-Kreis	7.633	2,83%
15.	Recklinghausen	7.511	2,08%
16.	Bremen	7.194	2,91%
17.	Lk.Offenbach	7.158	3,27%
18.	Dortmund	6.817	2,29%
19.	Städteregion Aachen	6.726	2,25%
20.	Mettmann	6.651	2,21%
21.	Lk.München	6.467	2,65%
22.	Lk.Karlsruhe	6.441	2,25%
23.	Ortenaukreis	6.267	2,25%
24.	Böblingen	6.209	2,41%
25.	Main-Kinzig-Kreis	6.161	2,34%

Ø 2,3%

**Nicht verwunderlich:**

**Bei Betrachtung der großen kreisfreien Städte und Landkreise sind naturgemäß dort die Bestände am höchsten.**

## Größte Oldtimeranteile nach Kreisen (Top 25)

Rang	Kreis	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	Bottrop	2.948	4,22%
2.	HamelN-Pyrmont	3.710	3,95%
3.	Sternberg	3.324	3,93%
4.	Holzminen	1.715	3,77%
5.	Rhein-Kreis Neuss	10.337	3,72%
6.	Heidelberg	2.054	3,35%
7.	Lk.Offenbach	7.158	3,27%
8.	Heidekreis	2.914	3,23%
9.	Schwabach	1.086	3,22%
10.	Miesbach	2.167	3,22%
11.	Mannheim	4.993	3,22%
12.	Bonn	5.777	3,20%
13.	Bodenseekreis	4.473	3,17%
14.	Düsseldorf	9.745	3,14%
15.	Oberhavel	3.967	3,14%
16.	Würzburg	2.001	3,09%
17.	Landsberg	2.545	3,09%
18.	Stuttgart	9.328	3,08%
19.	Freiburg	2.938	3,08%
20.	Lindau	1.635	3,06%
21.	Gelsenkirchen	3.812	3,05%
22.	Weilheim-Schongau	2.713	3,01%
23.	Ingolstadt	2.900	2,99%
24.	Esslingen	10.050	2,98%
25.	Rheinisch-Bergischer Kr.	5.417	2,94%

Ø 2,3%

**Bemerkenswert:**

**Oldtimer-Hochburgen gibt es nicht nur in den reichen Regionen!**

## Größte Oldtimerbestände nach Städten (Top 25)

Rang	Städte	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	Berlin	29.142	2,35%
2.	Hamburg	22.789	2,79%
3.	München	21.142	2,84%
4.	Köln	13.433	2,73%
5.	Düsseldorf	9.745	3,14%
6.	Frankfurt am Main	9.380	2,73%
7.	Stuttgart	9.328	3,08%
8.	Dortmund	6.817	2,29%
9.	Essen	6.110	2,07%
10.	Bremen	6.092	3,02%
11.	Bonn	5.777	3,20%
12.	Nürnberg	5.634	2,27%
13.	Duisburg	5.451	2,23%
14.	Mannheim	4.993	3,22%
15.	Hannover	4.958	2,24%
16.	Leipzig	4.495	1,92%
17.	Wuppertal	4.330	2,43%
18.	Dresden	4.309	1,88%
19.	Bochum	4.046	1,92%
20.	Bielefeld	3.901	2,20%
21.	Münster	3.858	2,55%
22.	Gelsenkirchen	3.812	3,05%
23.	Wiesbaden	3.689	2,07%
24.	Karlsruhe	3.666	2,58%
25.	Mönchengladbach	3.406	2,39%

Millionenstädte

Ø 2,3%

**Bemerkenswert:**

**Obwohl kleiner, haben  
Hamburg und  
München fast so viele  
Oldtimer wie Berlin.**

## Höchste Oldtimeranteile nach Gemeinden (Top 25)

Rang	Städte	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	Kampen (Sylt)	44	7,67%
2.	Unterwaldhausen	28	7,61%
3.	Grünwald	707	6,43%
4.	Wenningstedt-Braderup (Sylt)	72	6,29%
5.	Rehm-Flehde-Bargen	39	6,25%
6.	Beuron	28	6,24%
7.	Bendestorf	110	6,21%
8.	Walkenried	174	6,16%
9.	Tegernsee	155	6,07%
10.	Negenborn	32	6,03%
11.	Oberharmersbach	102	5,96%
12.	Gstadt a. Chiemsee	49	5,93%
13.	Arnis	11	5,91%
14.	Straßlach-Dingharting	141	5,87%
15.	Berg	346	5,85%
16.	Hosena	5	5,75%
17.	Polle	81	5,38%
18.	Esgrus	28	5,35%
19.	Buchholz	29	5,24%
20.	Tetenbüll	24	5,16%
21.	Marbach	27	5,14%
22.	Unter-Hainbrunn	8	5,13%
23.	Neuenkirchen	200	5,12%
24.	Wasserburg (Bodensee)	132	5,09%
25.	Regesbostel	41	5,07%

Ø 2,3%

### Bemerkenswert:

Die hohen prozentualen Anteile finden sich in kleineren, häufig sehr kaufkraftstarken Gemeinden. Ganz weit vorne sind Sylt und das Münchener Umland.

## Größte Oldtimerbestände nach Postleitzahlen (Top 25)

Rang	Postleitzahl	Ort	Kreis	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	63303	Dreieich	Lk.Offenbach	1.168	4,33%
2.	91126	Schwabach	Schwabach	1.086	3,22%
3.	41564	Kaarst	Rhein-Kreis Neuss	1.069	3,92%
4.	65719	Hofheim am Taunus	Main-Taunus-Kreis	1.050	4,03%
5.	47877	Willich	Viersen	1.033	3,03%
6.	71229	Leonberg	Böblingen	872	2,91%
7.	63110	Rodgau	Lk.Offenbach	867	3,11%
8.	16515	Oranienburg	Oberhavel	865	3,06%
9.	50259	Pulheim	Rhein-Erft-Kreis	862	2,49%
10.	41352	Korschenbroich	Rhein-Kreis Neuss	846	3,75%
11.	40764	Langenfeld (Rheinland)	Mettmann	834	2,14%
12.	50374	Erftstadt	Rhein-Erft-Kreis	822	2,54%
13.	85051	Ingolstadt	Ingolstadt	798	4,11%
14.	63263	Neu-Isenburg	Lk.Offenbach	793	3,23%
15.	76829	Landau in der Pfalz	Landau	769	2,67%
16.	72622	Nürtingen	Esslingen	766	2,93%
17.	61440	Oberursel (Taunus)	Hochtaunuskreis	742	1,89%
18.	41334	Nettetal	Viersen	736	2,73%
19.	85049	Ingolstadt	Ingolstadt	730	4,71%
20.	53639	Königswinter	Rhein-Sieg-Kreis	728	2,81%
21.	70794	Filderstadt	Esslingen	728	2,51%
22.	73230	Kirchheim unter Teck	Esslingen	724	2,81%
23.	14532	Kleinmachnow	Potsdam-Mittelmark	716	3,30%
24.	63225	Langen (Hessen)	Lk.Offenbach	716	3,27%
25.	53332	Bornheim	Rhein-Sieg-Kreis	716	2,43%

Bemerkenswert:

Postleitzahlen  
offenbaren  
fast ausnahmslos sehr  
kaufkraftstarke  
Gebiete.

Diese Postleitzahlen liegen  
meist im Speckgürtel  
der großen Städte.

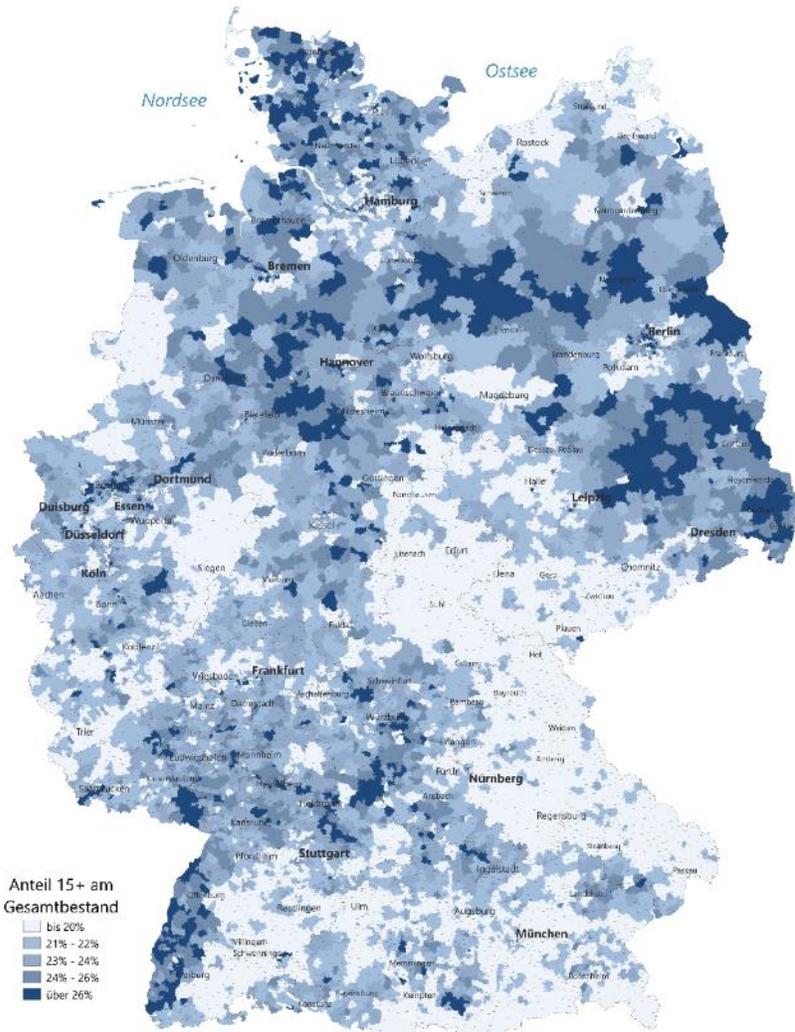
## Größte Oldtimeranteile nach Postleitzahlen (Top 25)

Rang	Postleitzahl	Ort	Kreis	Anzahl Oldtimer	Oldtimer in % vom Bestand
1.	70192	Stuttgart	Stuttgart	433	9,07%
2.	20149	Hamburg	Hamburg	379	8,75%
3.	20249	Hamburg	Hamburg	372	8,25%
4.	22605	Hamburg	Hamburg	450	7,96%
5.	81679	München	München	390	7,84%
6.	25999	Kampen (Sylt)	Nordfriesland	44	7,67%
7.	20144	Hamburg	Hamburg	301	7,64%
8.	88379	Unterwaldhausen	Ravensburg	28	7,61%
9.	70184	Stuttgart	Stuttgart	362	7,36%
10.	40545	Düsseldorf	Düsseldorf	501	7,29%
11.	80638	München	München	341	7,28%
12.	22587	Hamburg	Hamburg	625	7,15%
13.	38879	Schierke	Harz	3	7,14%
14.	22609	Hamburg	Hamburg	437	7,04%
15.	20148	Hamburg	Hamburg	227	6,95%
16.	20146	Hamburg	Hamburg	251	6,87%
17.	80801	München	München	251	6,80%
18.	80799	München	München	282	6,57%
19.	82031	Grünwald	Lk.München	707	6,43%
20.	70193	Stuttgart	Stuttgart	379	6,43%
21.	22301	Hamburg	Hamburg	349	6,42%
22.	25996	Wenningstedt-Braderup (Sylt)	Nordfriesland	72	6,29%
23.	25776	Rehm-Flehde-Bargen	Dithmarschen	39	6,25%
24.	80803	München	München	248	6,24%
25.	88631	Beuron	Sigmaringen	28	6,24%

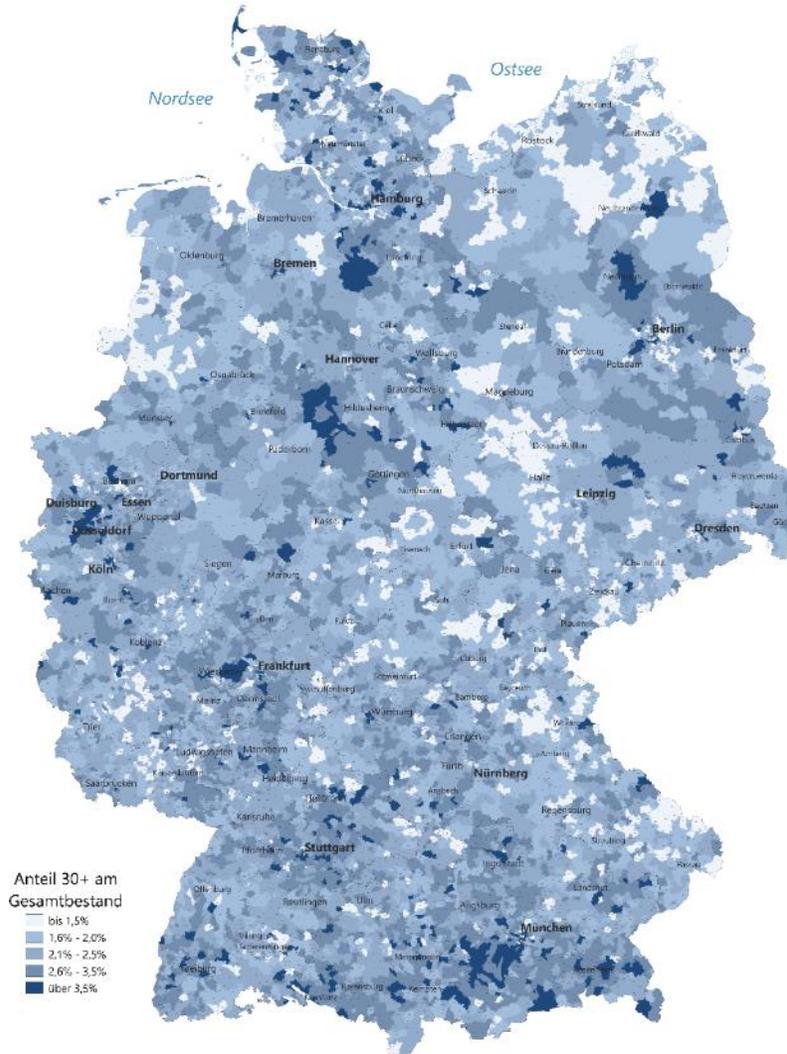
### Bemerkenswert:

Postleitzahlen in/um  
Hamburg, Düsseldorf  
und München stellen die  
höchsten Quoten  
kaufkraftstarker  
Gebiete dar.

### Anteil PKW 15+ am Gesamtbestand



### Anteil PKW 30+ am Gesamtbestand



**Bemerkenswert:**

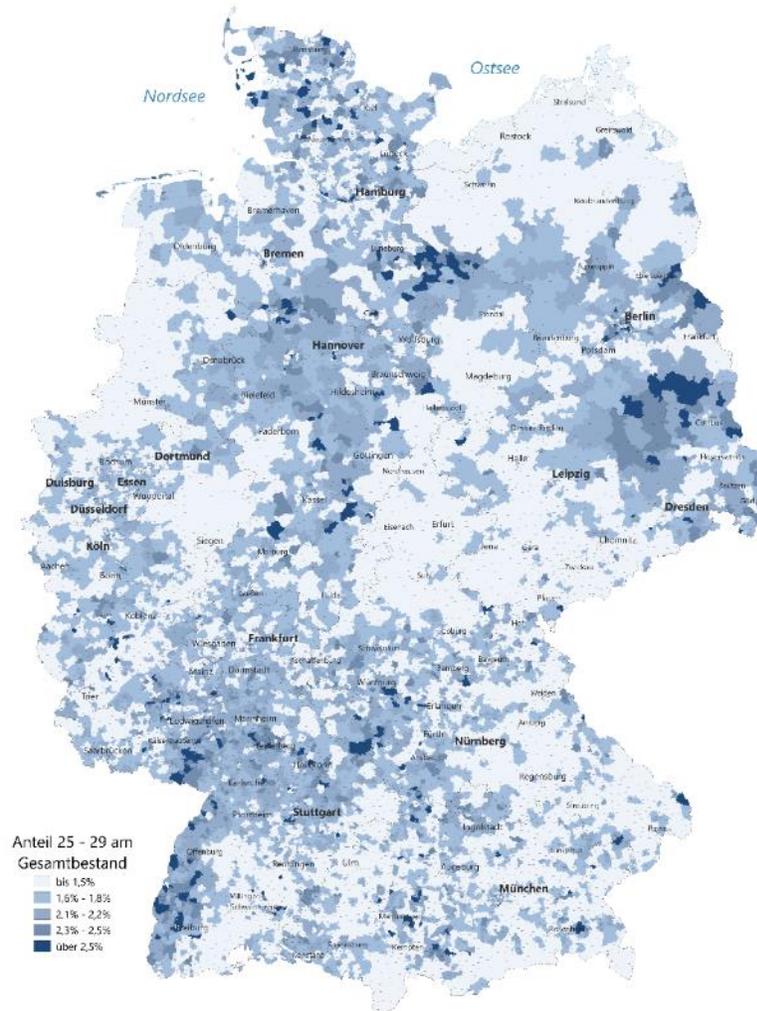
**Grundsätzlich befinden sich ältere Fahrzeuge in kaufkraftschwachen Gebieten.**

**Oldtimer hingegen auch in kaufkraftstarken Städten und Regionen.**

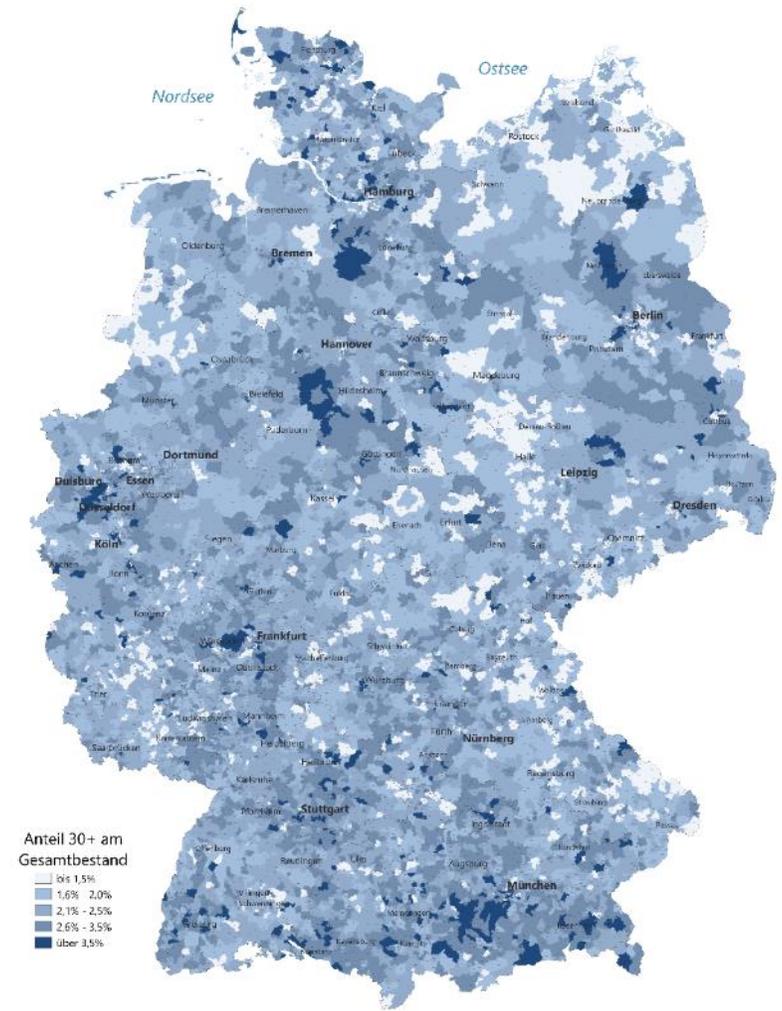
Quelle: KBA zum 01.01.2022, Auswertung BBE Automotive

Youngtimer 25 bis 29  
Jahre befinden sich  
auch in  
Oldtimergebieten

Anteil PKW 25 - 29 Jahre am Gesamtbestand

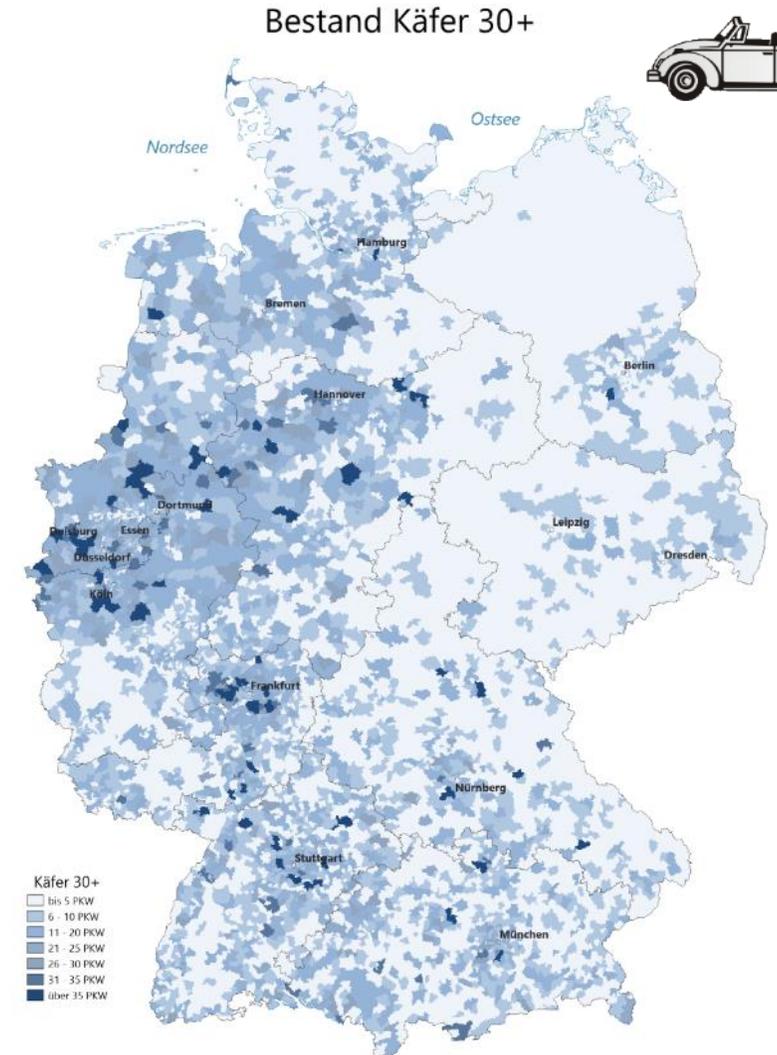
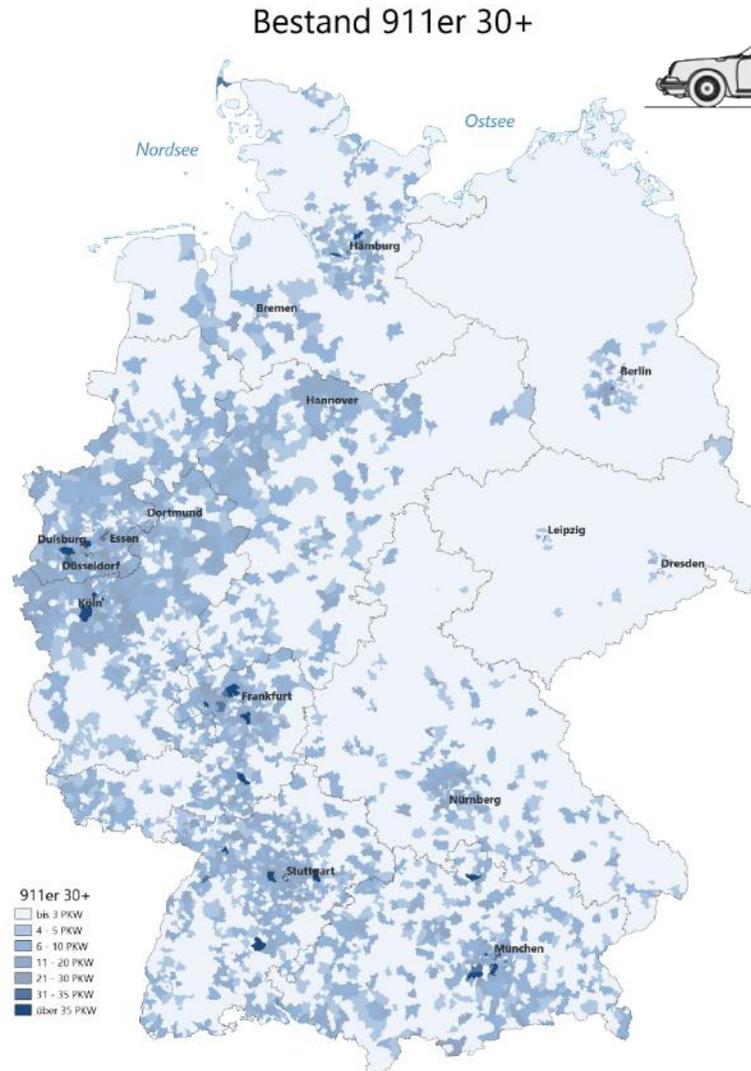


Anteil PKW 30+ am Gesamtbestand



Quelle: KBA zum 01.01.2022, Auswertung BBE Automotive

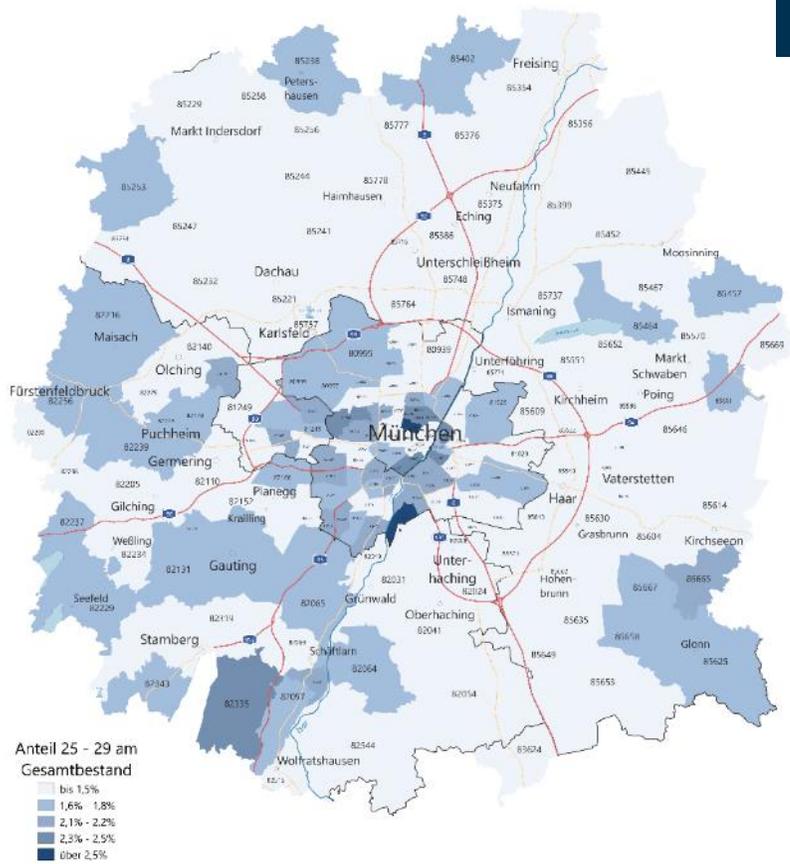
Ähnliche  
Hochburgen im  
Vergleich, Effekte  
rund um Stuttgart  
und Wolfsburg



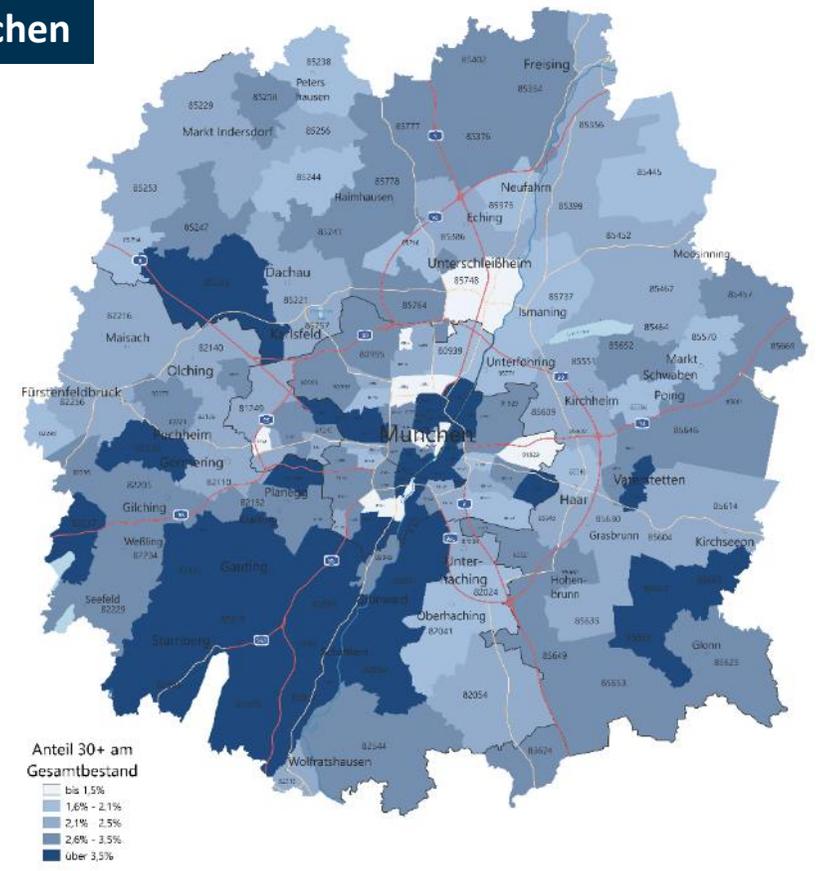
**München:  
Ähnliches Bild,  
ältere Youngtimer  
befinden sich auch  
in Oldtimergebieten**

Anteil PKW 25 - 29 Jahre am Gesamtbestand

Anteil PKW 30+ am Gesamtbestand

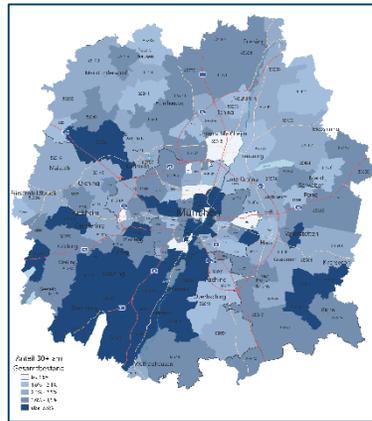


**München**



Quelle: KBA zum 01.01.2022, Auswertung BBE Automotive

## Kann man regionale Potenziale ermitteln?



	Bundesweit	Einzugsgebiet
Einwohner	82.789.516	1.455.952
Fläche in km²	357.396	308
Einwohner pro km²	232	4.727
PKW-Bestand gesamt	47.086.784	725.782
PKW pro 1.000 Einwohner	569	498
<b>Jüngere 1 - &lt; 15 Jahre Bestand absolut</b>		612.140
Bestand in (%)	81%	84%
<b>Youngtimer 15 - 20 Jahre Bestand absolut</b>		63.270
Bestand in (%)	12%	9%
<b>Youngtimer 21 - 29 Jahre Bestand absolut</b>		34.931
Bestand in (%)	6%	5%
<b>Oldtimer 30 Jahre plus Bestand absolut</b>		15.441
Bestand in (%)	2%	2%



Regionale Potenzialanalysen werden auf Basis der zugelassenen Fahrzeug- und Oldtimerbestände auf der Ebene der fünfstelligen Postleitzahl ermittelt.

PLZ	Name	Einwohner	Gesamt	Kategorie			
				Jüngere 0 bis <15 Jahre	Youngtimer 15 bis 19 Jahre   20 bis 29 Jahre		Oldtimer 30 Jahre u. älter
80801	München	8.827	3.711	2.861	356	276	218
80638	München	9.234	4.756	3.659	483	349	265
80803	München	10.527	3.906	3.021	427	287	171
80469	München	25.774	8.471	6.591	901	616	363
80799	München	13.362	4.380	3.382	482	329	187
80796	München	16.414	5.780	4.465	685	384	246

Firma	Strasse	PLZ	Ort	Telefon	Fax	Kategorie	Classic Engagement
Aigner Jakob H.	Kistlerhofstraße 259	81379	München	089 7852235	7851564	FW	ja
Autohouse Amrhein GmbH GmbH	Machtlfinger Straße 12	81379	München	089 7104860	7104861	FW	ja
Kios Motorentechnik	Kistlerhofstraße 140	81379	München	089 3612969		FW	ja
Münchener Oldtimer Versicherungsdienst - Dipl. Kfm. Uwe Werkmeister	Lochhamer Straße 80	81477	München	089 781090	7849582	Handler	ja

Marke / Modell	Summe	Oldtimer					
		30 - 34 J.	35 - 39 J.	40 - 44 J.	45 - 49 J.	50 - 54 J.	> 54 Jahre
MERCEDES-BENZ Sonstige FAHRZEUGE	1.802	205	587	79	176	195	240
VW Sonstige FAHRZEUGE	963	297	167	107	120	75	52
Borgward Sonstige, abgenommen (Boxx)	818	178	196	131	130	100	185
MERCEDES-BENZ SL (R107)	515	281	147	62	44	1	0
PORSCHER Sonstige FAHRZEUGE	500	106	98	58	59	55	124
FIAT Sonstige FAHRZEUGE	432	77	82	71	119	97	47
DAEWOO Sonstige FAHRZEUGE	400	0	0	226	169	10	0
FIAT 500	351	173	96	77	10	0	0
DAEWOO	258	107	57	74	171	101	10
DAEWOO Sonstige FAHRZEUGE	245	1	11	18	35	91	106
Borgward (Tourenwagen (Boxx))	242	0	14	10	170	58	0
FIAT 500 L (120 MK)	239	0	11	11	10	227	0
FIAT Sonstige FAHRZEUGE	217	206	27	76	70	187	18
FIAT 500 L (120 MK)	217	207	0	0	0	10	0
DAEWOO Sonstige FAHRZEUGE	216	211	0	0	0	0	0
BMW 3 REihe	205	2	197	56	0	0	0
MERCEDES-BENZ TURENWECK (W120)	200	0	0	0	0	0	0
BMW 3 (E30)	200	202	0	0	0	0	0
MERCEDES-BENZ 190 (W201)	200	202	0	0	0	0	0
VW GOLF II (BE, TG)	200	203	23	0	0	0	0
MERCEDES-BENZ TURENWECK (W121)	200	200	0	0	0	0	0
DAEWOO Sonstige FAHRZEUGE	200	0	0	0	0	0	0
ALFA ROMEO Sonstige FAHRZEUGE	200	0	17	32	54	88	48
FIAT 500	200	0	0	0	142	63	0
MERCEDES-BENZ BKLASSE (W120)	200	148	89	0	0	0	0
BMW Sonstige FAHRZEUGE	199	34	14	11	32	15	0
ALFA ROMEO BERLINETTA	199	186	86	34	0	0	0
PORSCHER 911 Targa	187	3	20	62	75	8	1
MERCEDES-BENZ PASSAT (W115)	186	0	0	0	36	96	20
MERCEDES-BENZ COME (W120)	170	15	119	31	0	0	0
DAEWOO	1625	1368	891	311	1.147	517	688
<b>Gesamt im Einzugsgebiet</b>	<b>17.116</b>	<b>5.507</b>	<b>2.361</b>	<b>2.180</b>	<b>2.785</b>	<b>1.978</b>	<b>2.375</b>

Der Wettbewerb und die echten Potenziale werden offensichtlich. Jede Region kann auf dieser Ebene analysiert werden. Nähere Infos gerne bei BBE.

Die BBE-Automotive konnte die internationalen 2022er-Daten von IHS Polk bezüglich der Baureihen bewerten. Betrachtet wurden die Baureihen, die bereits 30 (Classic) bzw. 20 Jahre (Modern Classic) auf dem Markt sind. Der Bestand (Modern) Classic umfasst so alle Fahrzeuge aus diesen Baureihen, auch wenn diese das Alter von 30 bzw. 20 Jahren noch nicht alle erreicht haben.

Land	Bestand alle Pkw	Bestand nur Classic	Anteil Classic in %	Bestand nur Modern Classic	Anteil Modern Classic in %
Italy	39.717.874	3.346.132	8,4%	9.784.541	24,6%
Spain	24.517.390	1.605.493	6,5%	6.812.121	27,8%
<b>Germany</b>	<b>48.540.878</b>	<b>1.470.071</b>	<b>3,0%</b>	<b>5.970.101</b>	<b>12,3%</b>
United Kingdom	36.561.398	1.004.937	2,7%	5.115.966	14,0%
France	33.904.020	736.601	2,2%	5.250.997	15,5%
Netherlands	9.049.932	291.390	3,2%	1.588.702	17,6%
Austria	5.091.827	235.280	4,6%	670.702	13,2%
Sweden	4.925.315	229.167	4,7%	844.623	17,1%
Belgium	5.824.205	226.235	3,9%	593.049	10,2%
Switzerland	4.652.606	139.506	3,0%	543.213	11,7%
Norway	2.796.538	125.373	4,5%	353.326	12,6%
Luxembourg	435.989	14.116	3,2%	29.137	6,7%
Ireland	2.245.950	13.535	0,6%	178.458	7,9%
Liechtenstein	30.168	1.242	4,1%	2.736	9,1%

So liegt Italien hier mit einem Anteil von 8,4% und mehr als 3 Millionen Classic-Fahrzeugen vorne. Das heißt aber nicht, dass hier der interessanteste Oldtimer-Markt zu finden ist. Gerade im Süden des Landes fahren dort sehr viel alte Fahrzeuge. Das gilt auch für Spanien.

In den kaufkraftstarken Ländern hingegen sind hohe Anteile und Volumina ein guter Indikator für die Attraktivität des Landes rund um die automobile Klassik, da der Anteil der Freizeitfahrzeuge hier besonders hoch ist und diese deutlich weniger noch im Alltag eingesetzt werden.

Der gesamte Datenbestand des vom KBA an den VDA gelieferten Bestandsdaten mit insgesamt mehr als 60.000 Fahrzeugtypen wurde von BBE gemeinsam mit Marktkennern bezüglich eines realistischen und durchschnittlichen Marktpreises bewertet.

	Anteil der Preisklassen am Wert des Bestands	
	H-Kennzeichen	Fahrzeuge 30 Jahre und älter
bis 5.000	9%	16%
5.001 - 10.000	21%	30%
10.001 - 20.000	39%	33%
20.001 - 50.000	21%	15%
50.001 - 100.000	7%	5%
100.001 - 250.000	2%	1%
> 250.000	0,5%	0,3%

Das Hobby Oldtimer ist erschwinglich, über 40% aller Fahrzeuge sind heute zum Preis von maximal 10.000 € zu erwerben. Auch 30% der Oldtimer mit H-Kennzeichen liegen in dieser Preisklasse.

Zu beachten ist dabei aber, dass diese Preisklassen auch restaurierungsbedürftige Fahrzeuge umfassen.

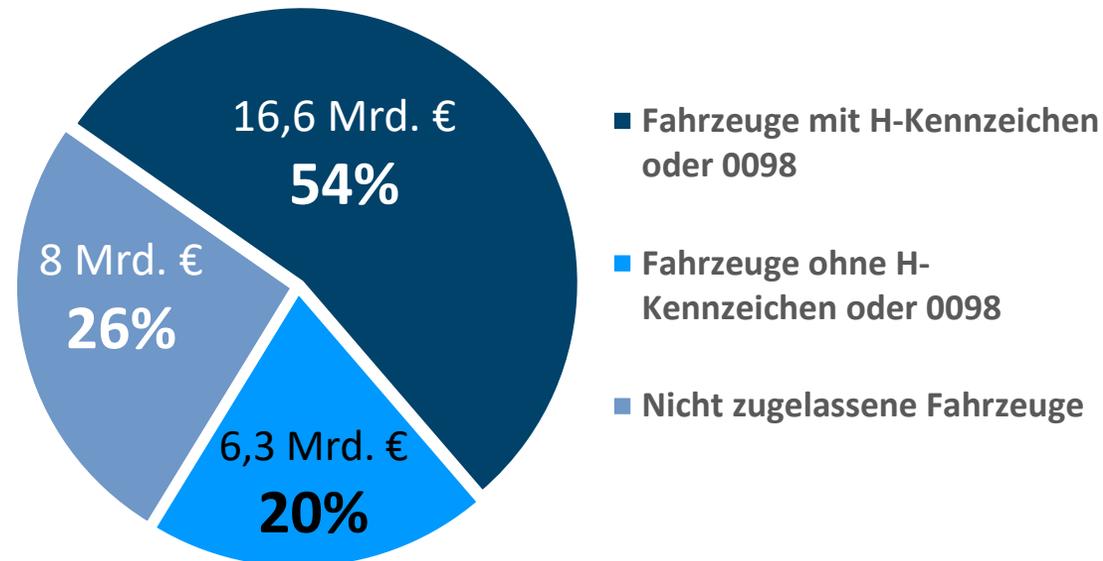
Der häufig mit Oldtimern assoziierte Premiummarkt der Preisklassen ab 100.000 € hingegen ist vom Wertanteil relevant, es fällt aber nur jedes vierzigste Auto mit H-Kennzeichen in diese Preiskategorie.

Der für die Branche in der Breite interessanteste Markt spielt sich zwischen 10.000 und 50.000 € ab.

Die Bewertung der einzelnen von KBA ausgewiesenen Fahrzeuge führt zu folgendem Ergebnis:

	Bestand:	Ø Wert	Wertvolumen:
Ø Fahrzeuge 30 Jahre und älter:	1,25 Mio.	18.250 €	22,9 Mrd. €
Darunter Ø H-Kennzeichen:	0,70 Mio.	23.616 €	16,6 Mrd. €
Darunter Ø ohne H-Kennzeichen:	0,55 Mio.	11.368 €	6,3 Mrd. €
Ø Nicht zugelassene oder 07er:	0,20 Mio.	40.000 €*	8,0 Mrd. €

**30,9 Milliarden €  
Gesamtwert**



Im Rahmen der Studie haben wir uns intensiv mit dem Volumen an Fahrzeugen und der monetären Bewertung auseinandergesetzt.

Die Anzahl an Fahrzeugen kann den aktuellen Bestandszahlen des KBA zum 01.01.2023 entnommen werden. Eine Bewertung der einzelnen, zum Teil mit detaillierten Typangaben ausgewiesenen Fahrzeugen, erfolgte durch Marktkenner unter Berücksichtigung aktueller Marktpreislisten und Preisentwicklungen. Zusätzlich wurden verschiedene Portale analysiert und die Angebotspreise ausgewertet.

Im Ergebnis können wir einen solide abgeleiteten Bestandswert in Höhe von ca. 30,9 Mrd. € präsentieren.

## Vier Oldtimer Segmente

### 800.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, die nur in der Freizeit genutzt werden und zumeist über ein H-Kennzeichen (0098) verfügen

### 200.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, die nicht zugelassen sind oder über 07er Kennzeichen gefahren werden und Fahrzeuge, die als Kunstgegenstände in Sammlungen oder Museen sind

### 250.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, mit H-Kennzeichen-Potenzial, seltene Nutzung im Alltag

### 200.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, im Alltag genutzt, i.d.R. ohne realistische H-Kennzeichen-Chance und längerfristigem Überleben

Fahrzeugwert Gesamt: 30,9 Mrd. €

Ø 22.500 €

18,0 Mrd. € = 58%

Ø 40.000 €

8,0 Mrd. € = 26%

Ø 15.000 €

3,7 Mrd. € = 12%

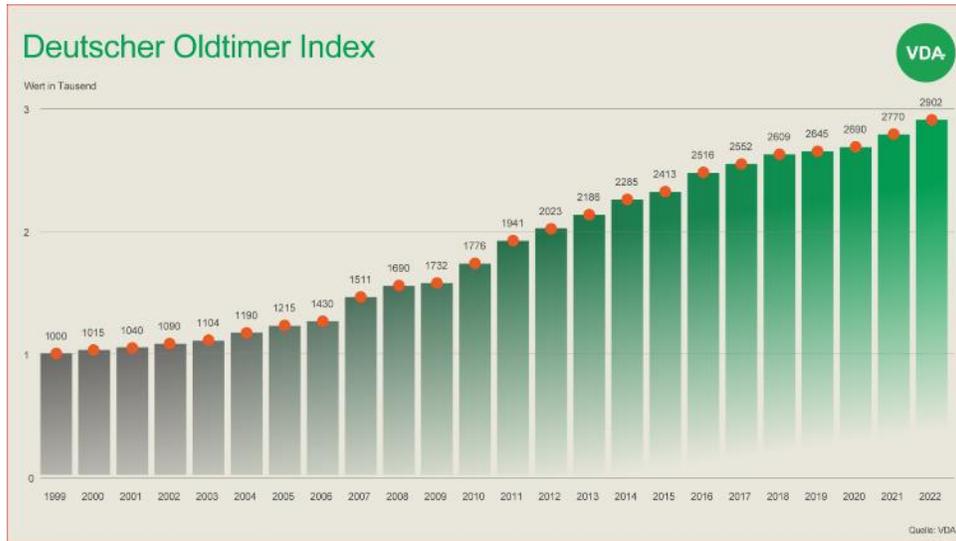
Ø 6.500 €

1,3 Mrd. € = 4%

Unter Berücksichtigung der über die Bestandsbewertung gewonnenen Erkenntnisse konnten wir den definierten Segmenten Durchschnittspreise zum Wert zuordnen.

Im Ergebnis sehen wir, dass die reinen Freizeitoldtimer mehr als 80% des Wertes darstellen.

Die noch häufig im Alltag genutzten hingegen nur 4%.



Betrachtungszeitraum der Rangliste: 2018 bis einschließlich 2022

Rang	Hersteller	Modell	Veränderung
1	Ford	Capri	100%
2	Volkswagen	K 70	92,7%
3	Volkswagen	Passat	92,7%
4	AWZ	Trabant	81,3%
5	Pontiac	Firebird	63,6%
6	Ford	Taunus 12/15/17/20/26 M	50,0%
7	Volkswagen	Golf	47,7%
8	Opel	Opel Rekord / Olypmia	45,8%
9	Automobilwerke Eisenach	Wartburg 353	42,9%
10	Toyota	Celica	39,3%

Quelle: VDA, KBA

Die neuesten Ergebnisse des VDA zum Oldtimer-Index 2022 liegen vor.

Gegenüber 2021 ist der Index um 4,8% auf jetzt 2.902 gestiegen.

So setzt sich die positive Entwicklung wie in den Vorjahren fort.

Interessant ist der Blick in die Vergangenheit, gegenüber 1999 liegt der Wert heute auf dem 2,7fachen.

In der Rangliste finden wir viele Volumenfahrzeuge der Vergangenheit.

Der Deutsche Oldtimer Index dient dazu, eine Tendaussage über die Wertentwicklung von Oldtimern in Deutschland zu geben. Die Fahrzeugwerte ermittelt Classic Analytics. Dafür werden 88 repräsentative Fahrzeuge ausgewählt und in Abhängigkeit von ihren Zulassungszahlen gewichtet. Fahrzeuge, die aufgrund ihrer Seltenheit oder ihrer Geschichte besonders teuer gehandelt werden, werden nicht berücksichtigt. Der Deutsche Oldtimer Index wird seit 1999 berechnet. Ausgehend von einem Basiswert von 1.000 Punkten ist seither eine Wertsteigerung in Deutschland von 177 Prozent zu verzeichnen.



## Auktions-Top-Ten – Die teuersten Oldtimer aller Zeiten (in US-Dollar)

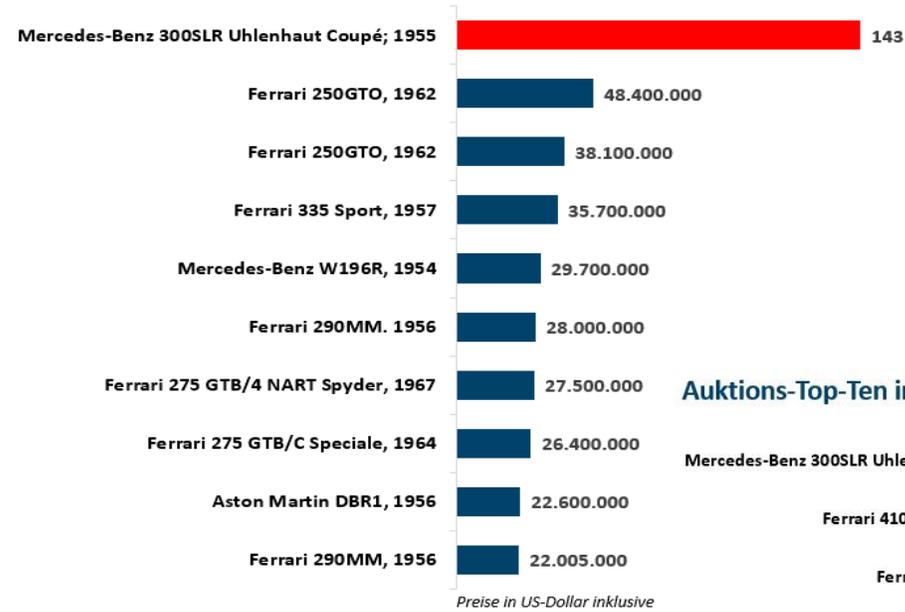


Bild: Peter Thomas: Daimler AG

## Auktions-Top-Ten im Jahr 2022 (in US-Dollar)



Quelle: spiegel.de, Foto: Patrick Erzen / RM Sotheby's



Quelle: guideautoweb.com



Quelle: hemmings.com

Auktionsort:

Stuttgart

Monterey

Gstaad

Amelia Island

Pebble Beach

Monterey

Monterey

London

Monterey

Los Angeles

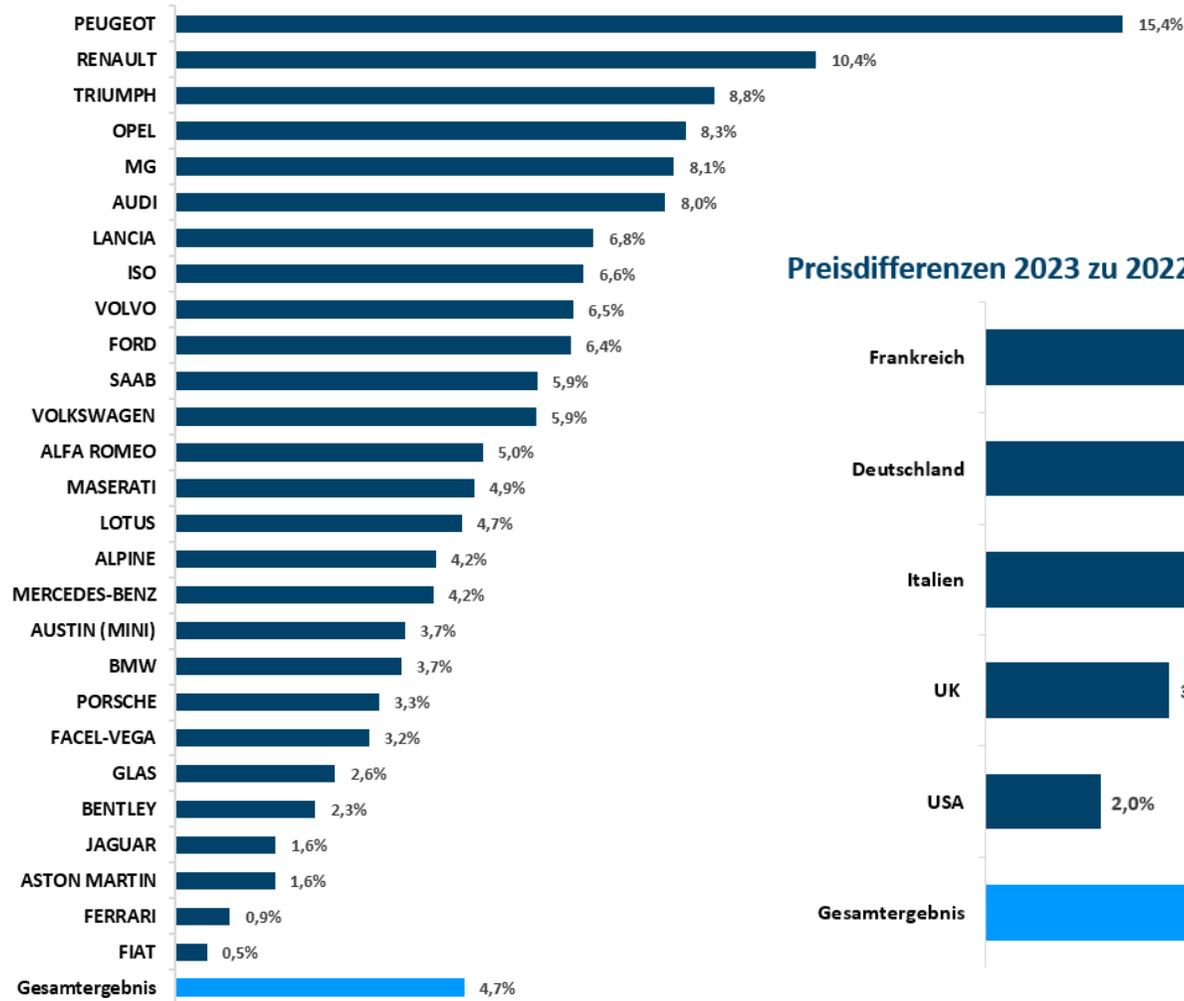
Neben dem Markt der rollenden und zugelassenen Oldtimer gibt es auch einen funktionierenden Sammlermarkt, sehr stark ausgeprägt im High-Endbereich. Diese Fahrzeuge werden in der Regel kaum bewegt und werden sehr häufig auf den großen Auktionen in Pebble Beach, Amelia Island oder Arizona Auction Week versteigert.

Hier kommen ganz wertvolle Fahrzeuge zum Verkauf, selten zu einem Preis von weniger als 300.000 USD.

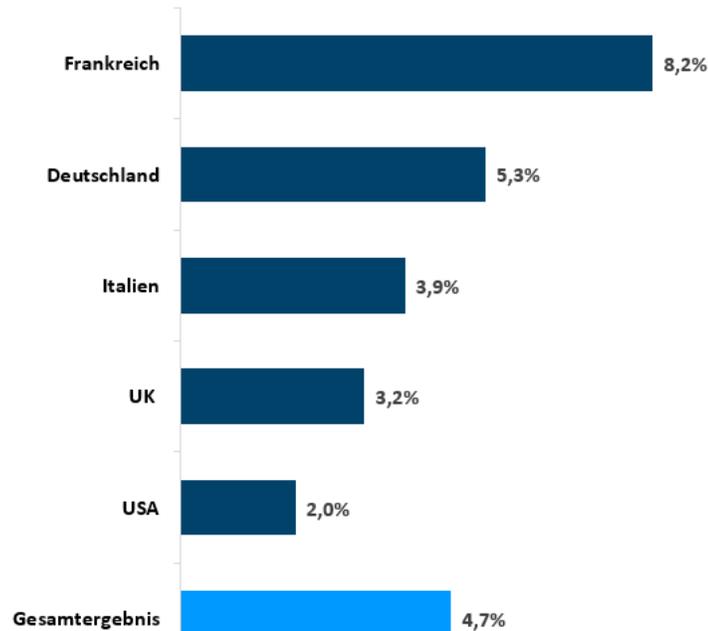
Einige Fahrzeuge kommen auch nach Deutschland, in dieser Szene werden diese Käufe aber diskret behandelt.

Auktionen in diesem Segment finden fast nie in Deutschland statt.

## Preisdifferenzen 2023 zu 2022 nach Marken



## Preisdifferenzen 2023 zu 2022 nach Herkunftsland



Classic Analytics hat für Deutschland einen Warenkorb mit 508 einzelnen Fahrzeugmodellen aus unterschiedlichen Ländern erstellt. Diesen, den Markt gut widerspiegelnden Warenkorb, haben wir gemeinsam mit Classic Analytics bezüglich der Preisentwicklung 2023 zu 2022 ausgewertet und die nebenstehenden Kernergebnisse abgeleitet.

In Summe sind die Preise im Jahresvergleich um 4,7% gestiegen, stärker, je jünger die Fahrzeuge waren und auffällig stark bei französischen Fabrikaten.

Die 10 betrachteten Peugeot-Modelle (204, 304, 404 und 504) verzeichnen dabei den höchsten Wertzuwachs.





**Deutsche Modelle**

Ø + 5%

Top: BMW 1600-2 (+ 28%)

Flop: BMW 1800 TiSa (- 18%)



**Italienische Modelle**

Ø + 4%

Top: Abarth 595 SS (+ 40%)

Flop: Lamborghini Islero (- 26%)



**Französische Modelle**

Ø + 8%

Top: Peugeot 404 Coupé (+ 29%)

Flop: Citroen D-Special (- 15%)



**Britische Modelle**

Ø + 3%

Top: Triumph Spitfire Mk II (+ 22%)

Flop: Aston Martin DB2/4 Cabrio (- 14%)



**Amerikanische Modelle**

Ø + 2%

Top: Cadillac De Ville Hardtop 4W (+ 19%)

Flop: Ford Mustang Mach 1 I (- 15%)

„Oldtimerpreise haben seit Jahrzehnten das gleiche Wachstumsverhalten: Sie steigen nie linear, sondern immer schubweise und meist nach dem gleichen System. Die Nachfrage nach einem bestimmten Modell wächst, damit steigt in der Folge auch das Preisniveau, anschließend verharrt es dann in der Langzeitbetrachtung auf annähernd gleichbleibendem Level. Ausschläge nach oben und unten sind in dieser Phase immer möglich, unser Preisvergleich von 2022 zu 2023 ist daher nur eine Momentaufnahme und kein Trend.“



Frank Wilke,  
Geschäftsführer classic-analytics

## Top-20 Modelle

MarkeModell	Preissteigerung in %
ABARTH 595 SS	40,3%
PEUGEOT 404 injection Coupé	28,5%
BMW 1600-2	28,0%
PEUGEOT 404 Coupé	27,7%
OPEL Ascona A 1600 S	26,3%
VOLKSWAGEN Passat I GLI	25,7%
LAMBORGHINI 400 GT 2+2	24,3%
PEUGEOT 304	24,0%
FORD Taunus (1600)	23,8%
ALFA ROMEO Giulietta Sprint Veloce S2	23,8%
BMW 745i (E23)	23,7%
SKODA Felicia Cabrio	23,0%
ALFA ROMEO Alfasud TI	22,4%
AWE Wartburg 311 Cabrio	22,2%
ABARTH 1000 TC Stradale	22,0%
BMW 1600 touring	21,8%
TRIUMPH Spitfire Mk II	21,8%
ABARTH 695 SS	21,7%
TRIUMPH Spitfire Mk IV	21,2%
TRIUMPH Spitfire Mk I	20,7%

## Lowest-20 Modelle

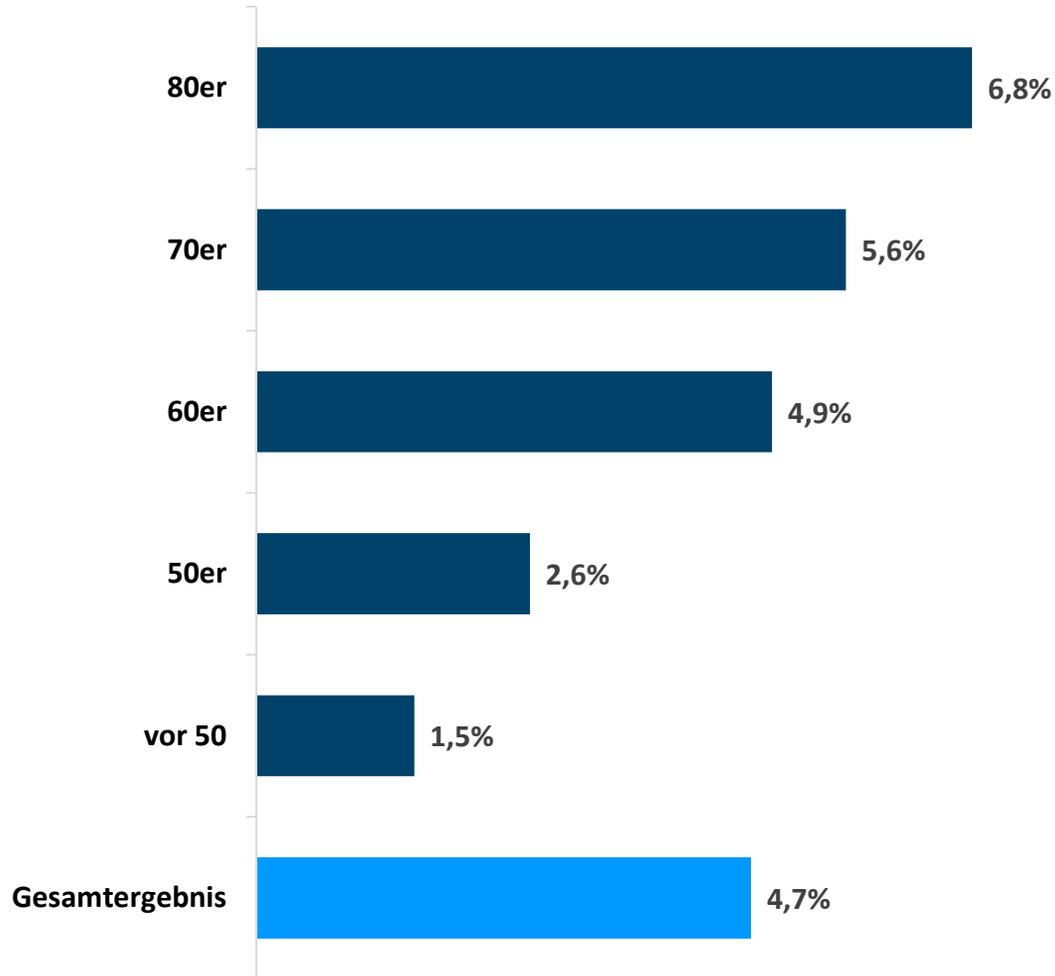
MarkeModell	Preissteigerung in %
ASTON MARTIN DB 2/4 Mk II	-8,2%
PORSCHE 911 Targa	-8,8%
JAGUAR XJ 12 S1	-9,8%
ALFA ROMEO 2600 Berlina	-10,3%
CHEVROLET Corvette Convertible	-12,5%
BIZZARRINI 5300 Strada	-12,7%
BMW M5 (E28)	-13,0%
ROLLS-ROYCE Phantom VI	-13,6%
FERRARI 330 GTS	-13,6%
ASTON MARTIN DB 2/4 Cabrio	-14,0%
LOTUS Elan S4 Cabrio	-14,6%
CITROEN D Special	-15,1%
BRISTOL 407	-15,2%
FORD (USA) Mustang Mach 1	-15,3%
ALFA ROMEO Giulietta Berlina	-16,1%
JENSEN Interceptor Mk III Cabrio	-17,4%
LAMBORGHINI 350 GT	-18,0%
BMW 1800 TiSa	-18,4%
ASTON MARTIN DB 2/4 Mk II Cabrio	-21,6%
LAMBORGHINI Islero	-26,2%

Insgesamt fällt auf, dass Alltagsautos der 70er und 80er Jahre wie Ascona, Passat oder Taunus hohe Wertsteigerungen erfahren. Diese kommen aber auch von einem relativ niedrigen Preisniveau. Auf der anderen Seite werden einige absolute Premiumfahrzeuge deutlich niedriger bewertet.

Hier ein Blick auf andere, häufig im deutschen Markt vertretene Modelle:

<b>Ford Taunus</b>	<b>+ 8%</b>
<b>Opel Rekord:</b>	<b>+ 7%</b>
<b>BMW 3er:</b>	<b>+ 6%</b>
<b>BMW 6er:</b>	<b>+ 6%</b>
<b>MB Pagode</b>	<b>+ 5%</b>
<b>MB W123</b>	<b>+ 4%</b>
<b>Käfer:</b>	<b>+ 4%</b>
<b>Porsche 911er</b>	<b>+ 1%</b>

### Preisdifferenzen 2023 zu 2022 nach Dekaden der Baureihen



Die Preisentwicklung unterscheidet sich deutlich nach dem Baujahr der betrachteten Fahrzeuge. Jüngere Baureihen konnten deutlich stärker zulegen, oftmals von einem niedrigeren Niveau kommend.

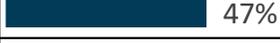
Branchenexperten begründen diese Entwicklung auch damit, dass insbesondere die nachwachsenden Oldtimerfans kaum mehr eine Beziehung zu den sehr alten Fahrzeugen haben und Erinnerungen aus der eigenen Jugend präferieren.

## Verteilung des globalen Suchvolumens innerhalb der TOP 10 Marken

	2022	2020	Entwicklung 2022 zu 2020
Mercedes-Benz	 30%	 17%	 +13%
Porsche	 16%	 11%	 +5%
BMW	 12%	 11%	 +1%
Ford	 8%	 12%	 -4%
Alfa Romeo	 7%	 10%	 -3%
Volkswagen	 7%	 7%	 ±0%
Jaguar	 6%	 8%	 -2%
Ferrari	 5%	 8%	 -3%
FIAT	 5%	 10%	 -5%
Citroen	 4%	 6%	 -2%

Classic Trader konnte im Rahmen der aktuellen Studie das Suchverhalten der Nutzer im Detail analysieren und Unterschiede gegenüber den Ergebnissen aus dem Jahr 2020 aufzeigen. Es zeigt sich, dass die Marken Mercedes Benz und Porsche im Zweijahresvergleich deutlich stärker im Fokus standen und der Rest des Marktes deutlich näher zusammengerückt ist.

## Verteilung des Suchvolumens der Top 3 Marken nach Baujahr

	2022	2020	Entwicklung 2022 zu 2020
50er	 8%	 6%	 +2%
60er	 26%	 27%	 -1%
70er	 47%	 48%	 -1%
80er	 81%	 87%	 -6%
90er	 72%	 69%	 +3%
00er	 47%	 48%	 -1%

Insgesamt geht Classic Trader davon aus, dass aktuell der Markt wieder mehr von den Baby-Boomern und der Generation X geprägt ist, als noch vor zwei Jahren. Erstkäufer und Einsteiger der Generation Y & Z sind aktuell vorsichtiger.

## Entwicklung bei der Marke Mercedes

	2022	2020	Differenz 2022 zu 2020
W 198 (Flügeltürer)	16%	19%	-3%
190 SL	13%	14%	-1%
W 113 "Pagode"	29%	24%	+5%
R 107	33%	29%	+4%
R 129	8%	14%	-6%

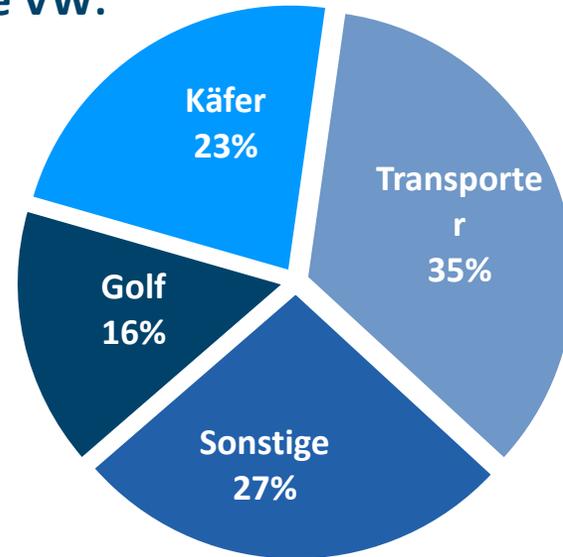
Der Trend hin zum jüngeren SL der Baureihe R 107 hat sich in den letzten Jahren verstetigt, so dass Suchen nach Modellen aus dieser Baureihe inzwischen ein Drittel aller SL-Suchen ausmachen. Die Preise für die 107er sind zeitgleich konstant gestiegen. Der R129 Hype ist indes vorbei. Sicherlich auch getrieben von den stark gestiegenen Lebenshaltungskosten, die den Einstieg in die Szene vor allem jüngeren Erstkäufern der Generation Y und Z erschweren.

## Entwicklung bei der Marke Ferrari

	2022	2020	Differenz 2022 zu 2020
F40	2%	8%	-6%
F50	0%	2%	-2%
Enzo	1%	1%	±0%
Testarossa	5%	4%	+1%
348	2%	2%	±0%
F355	2%	5%	-3%
612	3%	1%	+2%

War der F40 vor zwei Jahren tendenziell unterbewertet und dem entsprechend sehr nachgefragt, ist die Rallye auf F 40s aktuell vorbei. Junge Modelle wie der 612 Scaglietti sind aktuell hingegen gefragt und teilweise auch noch für im Verhältnis wenig Geld erhältlich. Der Testarossa erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit, vor allem bei Millenials und Vertretern der Generation Y.

Das Suchvolumen bei der Marke VW:



Beim Suchvolumen zur Marke VW dominiert der Bus/ Transporter, so wird der Bulli zwischenzeitlich häufiger gesucht als der Käfer.

Wenngleich der T1 seine Stellung als beliebtester Bus manifestiert, so entwickelt sich auch hier der T3 zum Liebling einer neuen Generation.

Aber auch der Golf kommt, 16% der Suchen von VW Fahrzeugen entfielen bereits auf dieses Modell.

Entwicklung bei der Marke VW (Bulli)

Anteil am Suchvolumen bei Classic Trader

	2022	2020	Differenz 2022 zu 2020
T1	2%	8%	-6%
T2	0%	2%	-2%
T3	3%	1%	+2%

**Verkäufe/  
Besitzumschreibungen Oldtimer**

**ca. 55.000**

**PKW-Besitzumschreibungen/ Jahr**

**Ø Wert klassische  
Besitzumschreibungen**

**16.000 €**

**Transfervolumen gesamt**

**0,9 Mrd. €**

Im Jahr 2022 wechselten laut der letzten KBA-Mitteilung Februar 2023 insgesamt 61.114 Oldtimer inklusive Motorrädern, Traktoren und Anhängern 61.114 zugelassene Oldtimer mit und ohne Historienkennzeichen den Besitzer. Wir gehen davon aus, dass über 90% der Besitzumschreibungen PKW betrafen, in Summe ca. 55.000. Genaue Zahlen werden seitens KBA erst zu einem späteren Zeitpunkt vorliegen.

Über alle 48,5 Millionen PKW meldet das KBA 5,6 Mio. Besitzumschreibungen, d.h. 11,5% bezogen auf den Bestand. Bei den Oldtimern bedeuten 55.000 Besitzumschreibungen eine Quote von 4,6%, weniger als die Hälfte des Gesamtniveaus über alle Fahrzeuge.

Nach Analyse der Angebotspreise auf Fahrzeugbörsen und Ergebnisse der Bestandsbewertung kann ein Durchschnittspreis von 18.000 € (H-Kennzeichen) und 13.000 € (ohne H-Kennzeichen), im Mittel 16.000 €, angesetzt werden, in Summe ein Volumen von ca. 0,9 Mrd. €. Hinzu kommt das Volumen nicht zugelassener Fahrzeuge, das sehr stark über die Auktionen abgebildet wird.



**B**

**Der Mensch –  
Gesellschaft, Autofahrer, Community, Segmente**

Zielsetzung der Studie 2023 ist eine aktualisierte Status Quo-Betrachtung auf der Ebene der AutofahrerInnen zum Jahresanfang 2023.

So erfolgte eine nationale Befragung der autofahrenden Bevölkerung auf einer Basis von 2.000 Interviews. Diese Grundgesamtheit repräsentiert 83% der erwachsenden Bevölkerung ab 18 Jahren. Detailinformationen zu den Classic-Zielgruppen wurden aus der IfD-Allensbach-Untersuchung des VF-Verlags 2021 und auch aus der FIVA-Studie 2020/ 2021 abgeleitet.

### **Die BBE-Untersuchung im Januar 2023:**

Grundgesamtheit: Autofahrende Bevölkerung, insgesamt 57,7 Millionen erwachsene Personen

Abdeckung: ca. 83% der Bevölkerung ab 18 Jahren

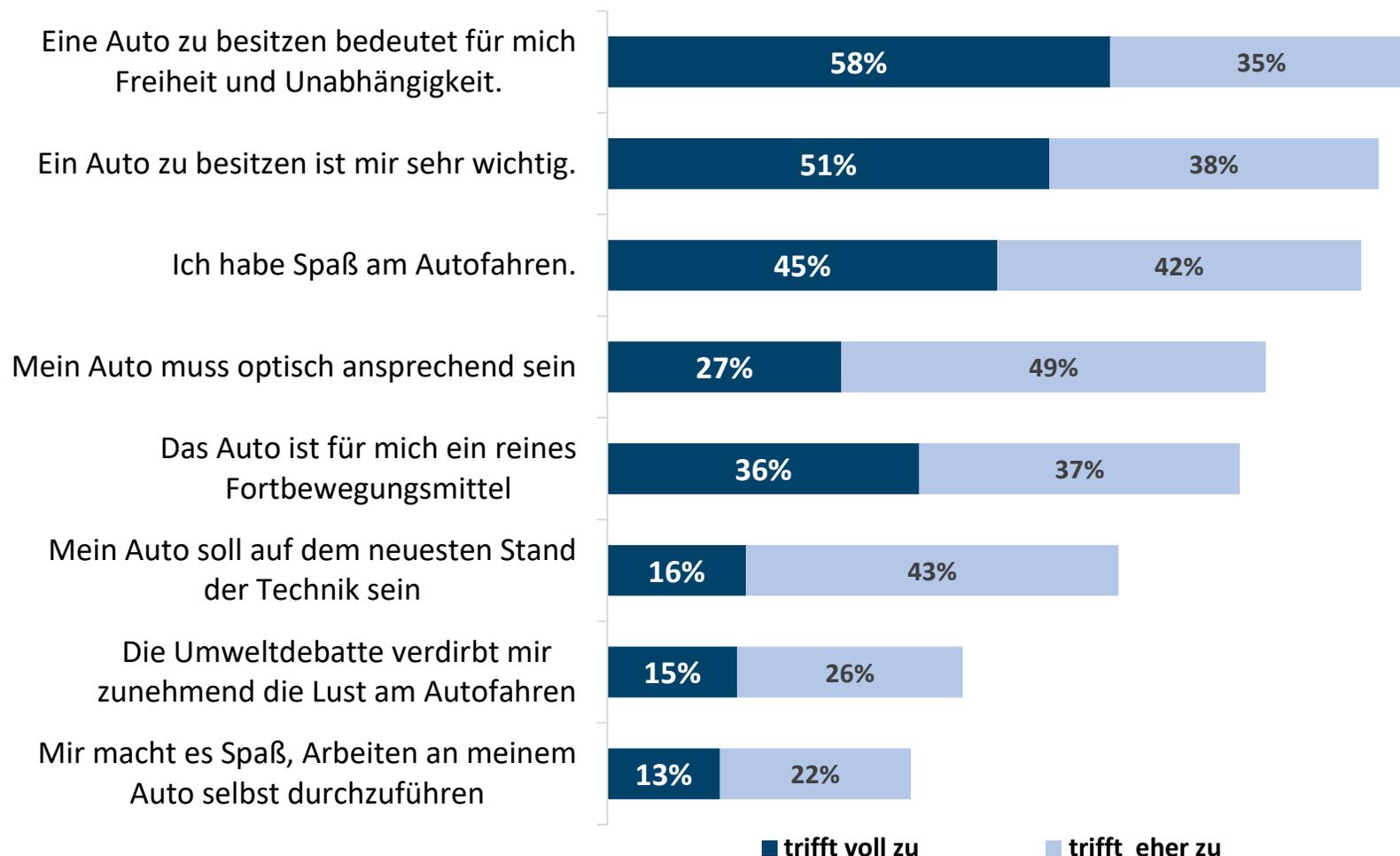
Stichprobe: n = 2.000 Online-Interviews, durchgeführt über das online access Panel (Kantar).

Repräsentativität: Repräsentativ für alle PKW-Nutzer in Deutschland

Im Januar des Jahres 2023 fragte die BBE-Automotive zur Einstellung der autofahrenden Bevölkerung.

Im Ergebnis sehen wir die Sicht auf die Oldtimer und deren rationale wie auch emotionale Bedeutung.

Gegenüberstellt werden auch Kernergebnisse aus der IfD-Allensbach-Studie 2021, die neben der Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre auch die konkrete Oldtimer- und Youngtimer-Community sehr detailliert abbildet.



Das Auto ist in der Bevölkerung gesetzt und vermittelt den Menschen Unabhängigkeit und Spaß.

Auch die Optik ist für die Mehrheit wichtig. Auf der anderen Seite ist das Auto für sehr viele aber auch ein reines Fortbewegungsmittel.

Die aktuelle Umweltdebatte verdirbt einigen Autofahrenden die Lust, verunsichert sind insbesondere die Jüngeren.

Do It Yourself ist in der Gesamtbevölkerung nur noch für ein Drittel von einer gewissen Relevanz, etwas bedeutender für Jüngere.

Eine Recherche aktueller Studien stützt die BBE-Ergebnisse, erwähnt seien:

Statista, September, 2022, bundesweite Befragung von 5052 Verbrauchern ab 18 Jahre 2021 und 2022:

**„eigenes Auto zu besitzen ist mir wichtig“ erfährt mit 62 Prozent den mit Abstand größten Zuspruch“**

Center of Automotive Management und Yougov, 09.2022, bundesweite Befragung von PKW-Fahrern:

**„69 Prozent der Deutschen bezeichnen das eigene Auto als wichtig“**

im Auftrag der Vergölst GmbH, März 2022 eine repräsentative Online-Befragung von 1.000 Pkw-Eigentümern im Alter von 18 bis 65 Jahren in Deutschland durchgeführt:

**„... wie wichtig den Deutschen ihr Auto ist: "(...) 77 Prozent gaben auf die Frage sehr wichtig oder wichtig an.“**

Umfrage des Marktbeobachters DAT, Juni 2022

**„Ohne mein Auto fühle ich mich in meiner Mobilität stark eingeschränkt“ – 91 Prozent ... 88 Prozent der Autobesitzer erklären auch, dass Autofahren ihnen Spaß mache.“**

kfz-betrieb, KÜS Befragung der autofahrenden Bevölkerung, n=1.000 Interviews; jährlich im ersten Quartal

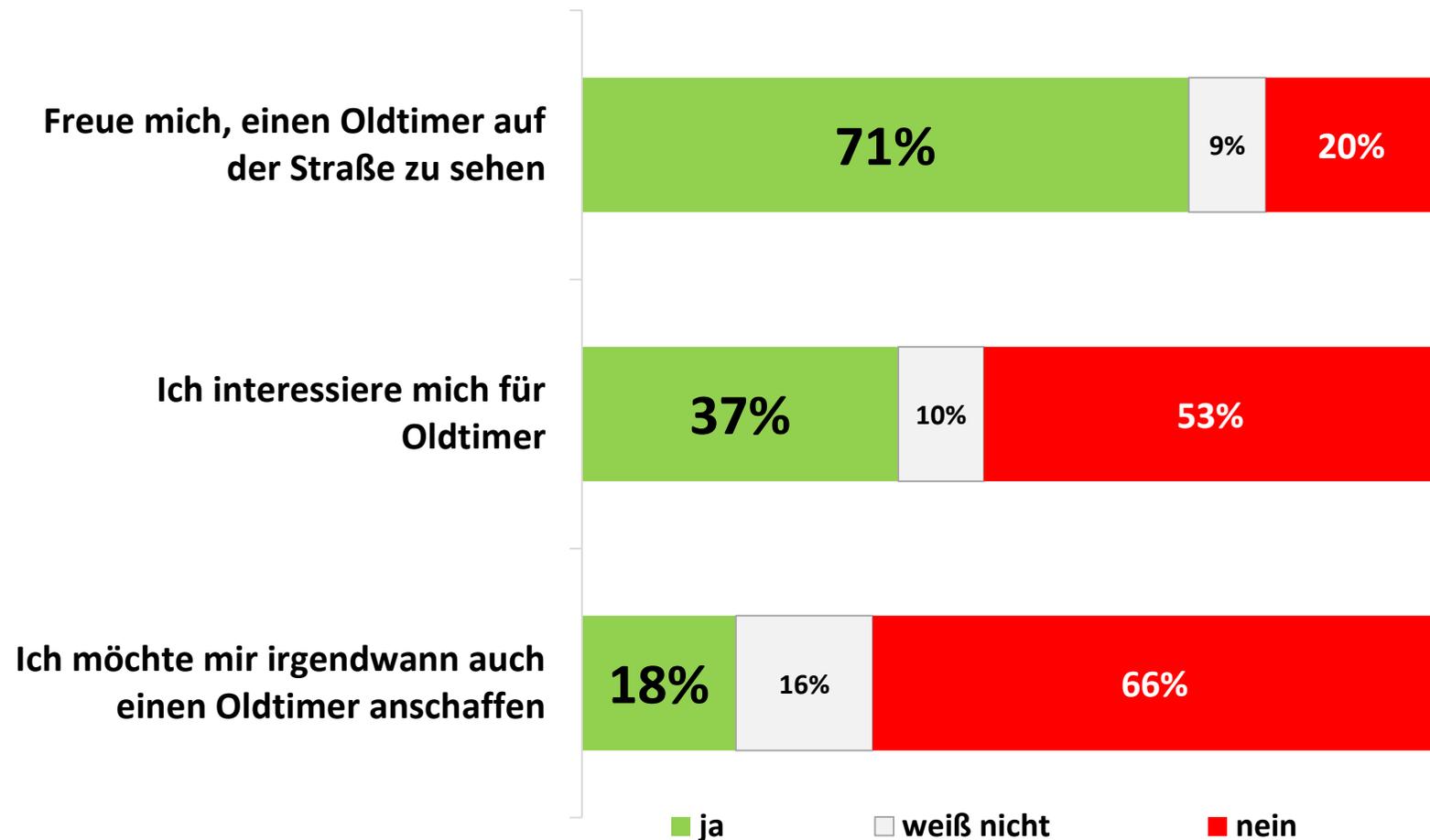
**„Ein Auto zu besitzen ist mir wichtig - sagten 95% in 2016 und 91% in 2023.“**

Alle betrachteten Studien kommen zu dem Ergebnis, dass die Deutschen nicht auf das eigene Auto und die individuelle Mobilität verzichten wollen.

Begründet wird das häufig mit fehlenden Alternativen, aber auch mit der Freude am Autofahren.

Auch die These, dass junge Verbraucher das Interesse verlieren wird in einigen Studien widerlegt. Auch wenn viele Jüngere später einsteigen, das eigene Auto bleibt bei entsprechender familiärer oder beruflicher Veränderung von besonderer Bedeutung.

## Freude und Interesse an Oldtimern

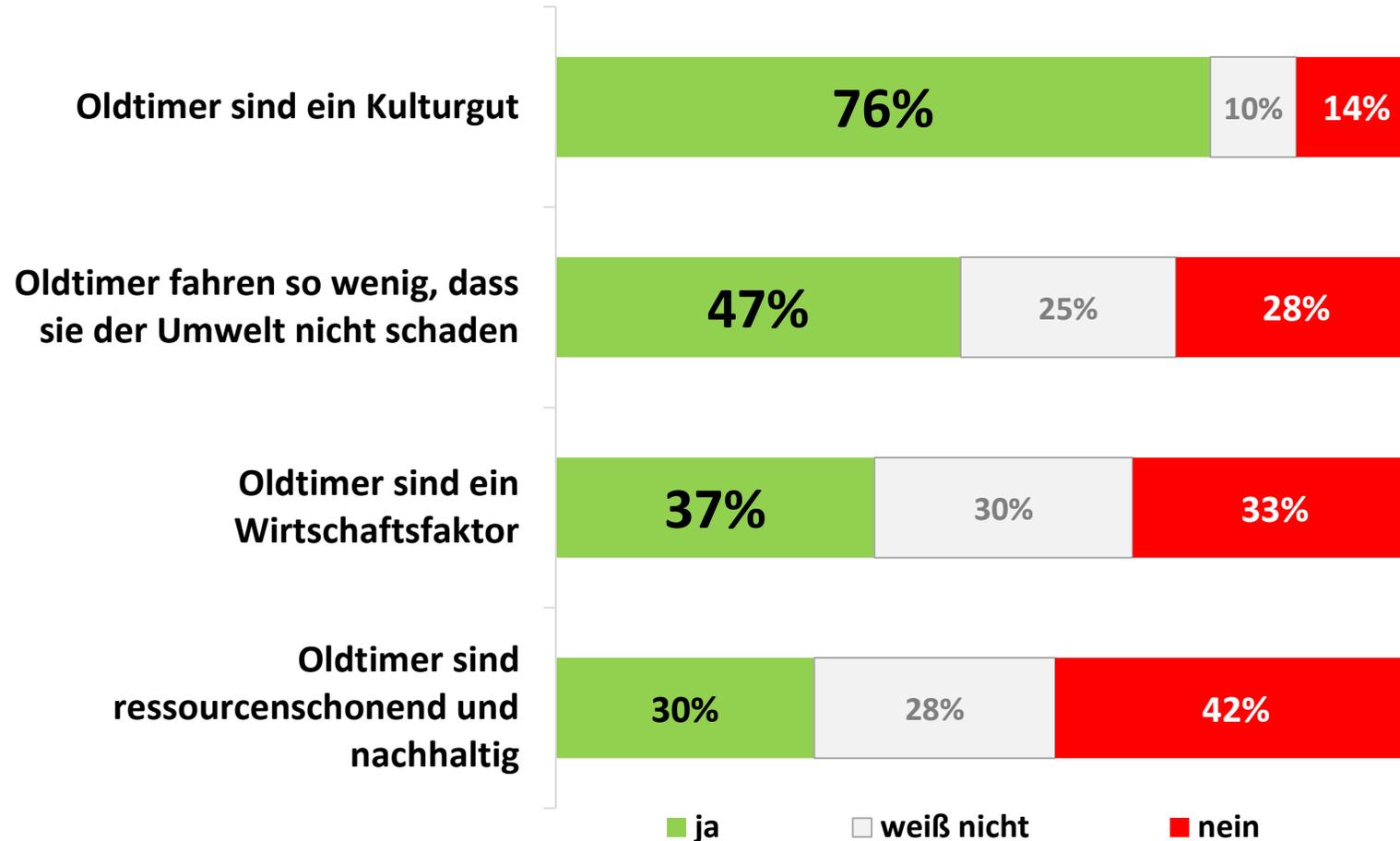


Auch wenn sich die Mehrheit der Autofahrenden nicht direkt für Oldtimer interessiert, über 70% freuen sich, einen Oldtimer im Straßenbild zu sehen.

Für die Branche erfreulich, 18% tragen sich auch mit dem Gedanken, irgendwann einen Oldtimer zu besitzen.

Das insgesamt größte Interesse an einer Anschaffung finden wir mit 26% bei jungen Menschen.

### Das Kulturgut wird allgemein gesehen



Den Pkw-Fahrer/Innen in Deutschland ist bewusst, dass Oldtimer auch ein Kulturgut darstellen. Das bestätigen alle soziodemografischen Gruppen.

Den Wirtschaftsfaktor für das Land sehen 37%, eine Nachhaltigkeit aufgrund der Ressourcenschonung 30%.

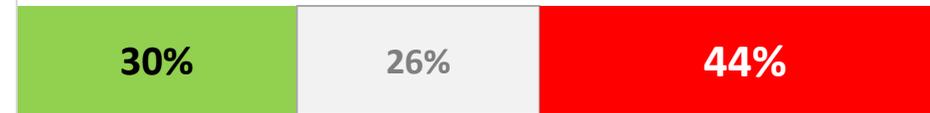
Bezüglich der wirtschaftlichen Bedeutung und der Umweltthemen haben viele aber keine explizite Meinung.

## Umweltaspekte

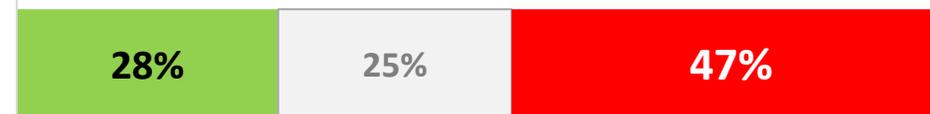
Es ist richtig, dass Fahrzeuge mit H-Kennzeichen günstiger besteuert werden



Oldtimer schädigen die Umwelt



Auch Oldtimer mit H-Kennzeichen sollten nicht mehr in Umweltzonen fahren dürfen



Oldtimer fahren nur die Reichen



■ ja    □ weiß nicht    ■ nein

Tendenziell überwiegt die Meinung, dass Oldtimer die Umwelt nicht schädigen.

Auch das Image, dass Oldtimer nur für die Reichen da sind, teilen nur Wenige.

Eine deutliche Mehrheit hat auch keine Probleme damit, dass Oldtimer in Umweltzonen fahren dürfen.

Etwas geteilt ist die Einstellung zu den Steuervorteilen bei H-Kennzeichen.

**Es zeigt sich, dass die Bevölkerung nicht einheitlich auf die Oldtimer blickt. Eine statistische Analyse der Befragungsergebnisse zeigt, dass insgesamt drei unterschiedliche Gruppen bezüglich der Einstellung abzuleiten sind.**

Die Mehrheit mit einem Anteil von 63% kann als Fans bezeichnet werden, ein knappes Viertel zeigt eine ablehnende Tendenz. Aufgabe der Branche ist es hier, Bedenken auszuräumen und den kulturellen und emotionalen Stellenwert der Oldtimer aufzuzeigen.

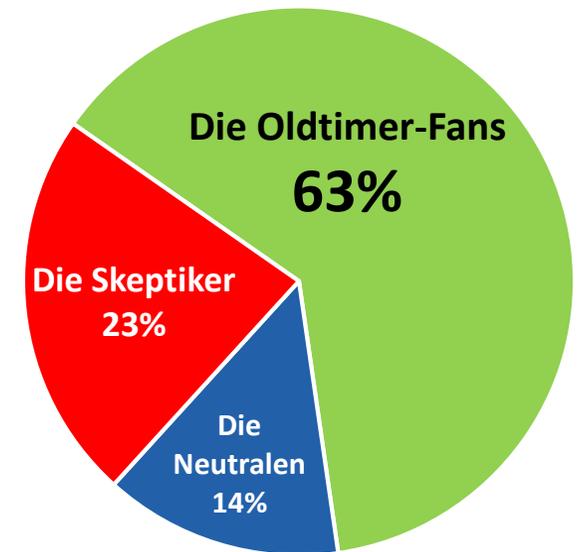
### **Charakterisierung der drei Gruppen:**

**Oldtimer-Fans:** Großes Interesse am Thema, teilweise mit konkreter Kaufabsicht

**Neutrale:** Haben eine indifferente Meinung zu dem Thema - ohne grundsätzliche Ablehnung, teilweise absolut fehlendes Interesse am Thema

**Skeptiker:** Äußern sich kritisch zum Thema, häufig aus ökologischen Gründen

**Anteil der Bevölkerungsgruppen nach der Einstellung zu Oldtimern:**



**Keine großen Unterschiede nach der Soziodemografie, so gibt es in allen Bevölkerungsgruppen Befürworter und auch Skeptiker zur Szene.**

	Ø Alter	Anteil Frauen	Anteil Großstädter	Anteil Kleinstädter
<b>Oldtimer-Fans:</b>	<b>51</b>	<b>38%</b>	<b>17%</b>	<b>44%</b>
<b>Neutrale:</b>	<b>52</b>	<b>42%</b>	<b>18%</b>	<b>43%</b>
<b>Skeptiker:</b>	<b>51</b>	<b>36%</b>	<b>17%</b>	<b>42%</b>

Die Betrachtung nach der Soziodemografie liefert folgendes Ergebnis.

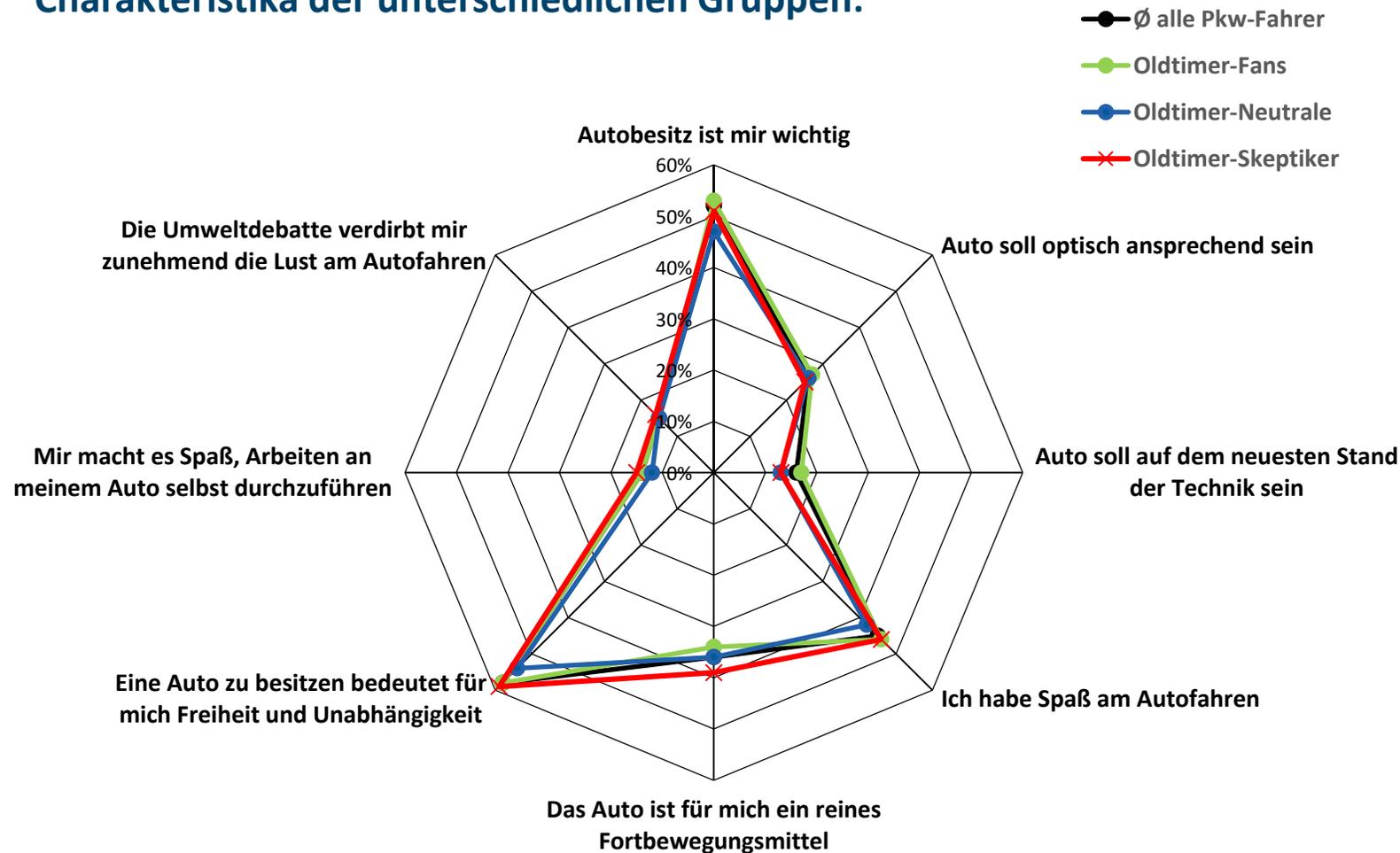
Es gibt nahezu keine Unterschiede.

Die Einstellung zum Oldtimer ist in allen soziodemografischen Gruppen fast identisch.

Nur die Frauen sind etwas häufiger bei den „Neutralen“ zu finden, d.h. ohne eine konkrete Pro- oder Conterhaltung.

Interessant ist auch, dass es nahezu keine Unterschiede nach der Größe des Wohnortes gibt.

### Charakteristika der unterschiedlichen Gruppen:

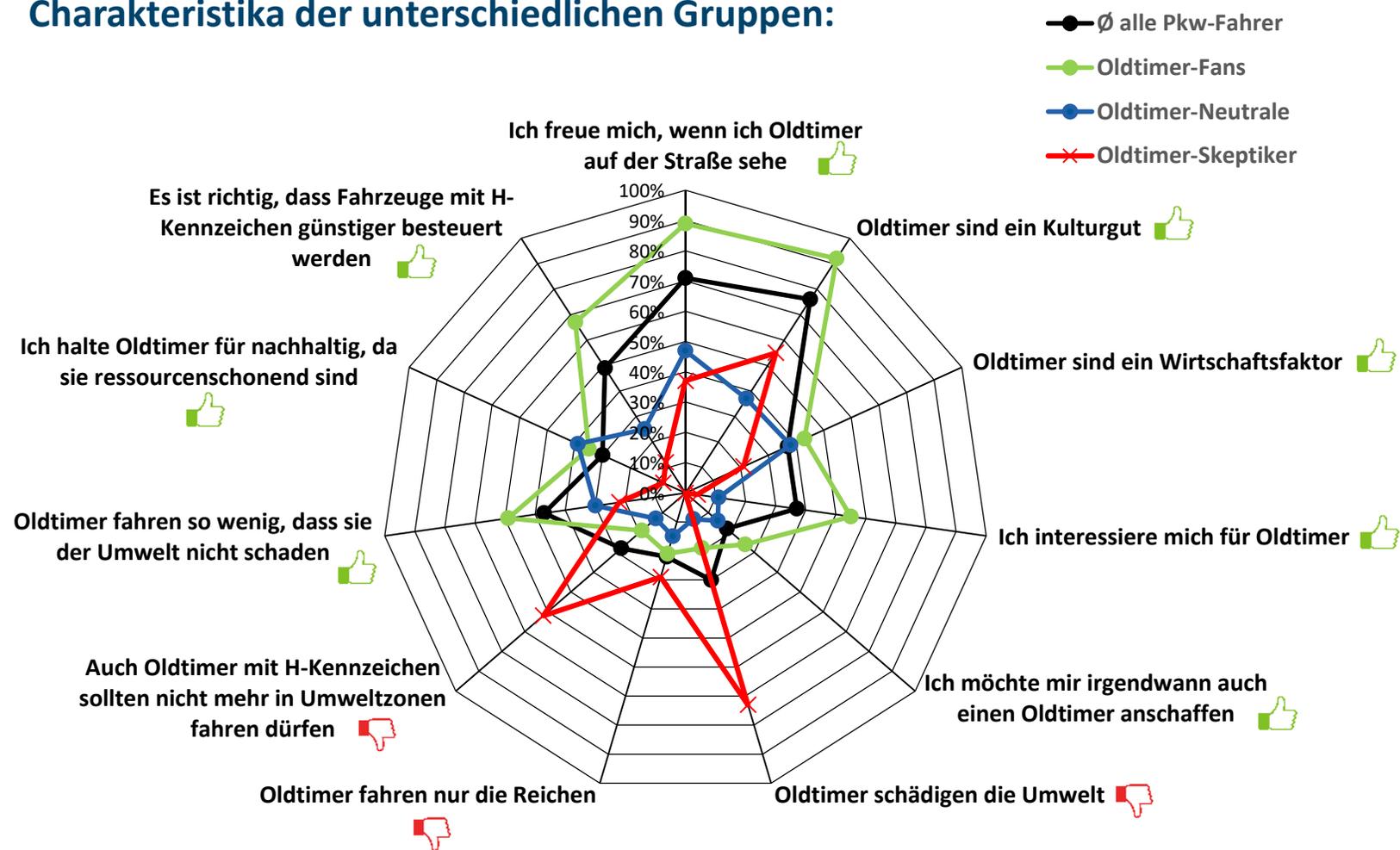


Die drei definierten Gruppen unterscheiden sich auch kaum nach der grundsätzlichen Einstellung zum Auto. Das Auto ist für alle von gleich hoher Bedeutung und der Spaß am Auto ist auch bei allen ähnlich ausgeprägt. Interessant ist der Blick auf das Thema Freiheit und Unabhängigkeit, alle Gruppen schätzen diese Punkte zu 55 bis 60%.

Auch das Thema Umweltdebatte als „Spaßkiller“ wird von allen als eher unbedeutend eingeschätzt.

**So sehen wir auch hier, Sympathie und Antipathie für Oldtimer haben mit dem aktuellen Mobilitätsverhalten wenig zu tun.**

### Charakteristika der unterschiedlichen Gruppen:



Gegenübergestellt bezüglich der Einstellung zu Oldtimern haben wir den Durchschnitt der autofahrenden Bevölkerung und die drei selektierten Gruppen.

Zwei der Gruppen erweisen sich als gegensätzlich: Oldtimer-Sympathisanten (etwa 63%) und Oldtimer-Skeptiker (etwa 23%).

73% der Skeptiker betrachten die Oldtimer als umweltschädlich. Sie sehen aber durchaus das Kulturgut und freuen sich zu fast 40% auch, Oldtimer im Straßenbild zu sehen. Umweltthemen dominieren hier aber die skeptische Sicht auf die Oldtimerszene.

Die sehr detaillierte IfD-Allensbach-Studie des VF-Verlags lieferte 2021 wesentliche Erkenntnisse zur Kernzielgruppe der Oldtimerfahrer und Oldtimerinteressierten.

## Die Menschen dahinter:

- **Männlich:** Männlich geprägte Zielgruppe
- **Etwas älter:** Durchschnittsalter Mitte 50, Interessenten sind aber auch Jüngere
- **Wertorientiert:** Jeder Zweite sieht Oldtimer als Wertanlage
- **Vernetzt:** Freunde und Bekannte sind die wichtigste Informationsquelle
- **Breit aufgestellt:** Internet und Printmedien folgen als Informationsquellen



Die Besitzer eines Oldtimers sind im Leben angekommen.

Sie gönnen sich etwas und sprechen gerne darüber in ihrer Community.

IfD-Allensbach Oldtimer-Studie 2021, bestehend aus einer mündlich-persönliche Befragung von 753 Oldtimer-interessierten Pkw-Fahrern nach einem einheitlichen Fragebogen und einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung aus 2020 (1.219 Befragte repräsentativ für die Bevölkerung ab 16 Jahre, darunter 855 Pkw-Fahrer)

### Fakten zum Verhalten:

- **Gut informiert:** Im Oldtimer-Hobby wird mehr gelesen als in anderen Männer-Hobbys. In Print wie auch online!
- **Mehrere Autos:** Im Durchschnitt besitzen Oldtimer-Interessierte 2,2 Fahrzeuge im Haushalt, Oldtimer-Besitzer 3 Fahrzeuge
- **Emotion:** In der Oldtimer-Zielgruppe finden Sie fast ausschließlich Motor-Begeisterte, 59% der Oldtimer-Fahrer nutzen ihre/n Klassiker nur als Hobby
- **Wenigfahrer:** Die durchschnittliche Fahrleistung pro Oldtimer liegt bei 2.130 km/ Jahr

### Fakten zu Reparatur und Wartung:

- **Klar orientiert:** Freie Werkstätten und Klassikspezialisten sind für mehr als jeden Zweiten die wichtigste Reparatur- und Wartungsstätte
- **Selbermacher:** Do-it-Yourself praktiziert jeder Zweite bei einfachen Wartungsarbeiten
- **Ausgabefreudig:** Im Durchschnitt werden jährlich 1.632 € für Wartungsarbeiten ausgegeben
- **Aufwändig:** Für Restaurierungsarbeiten am Oldtimer werden durchschnittlich 6.600 € ausgegeben

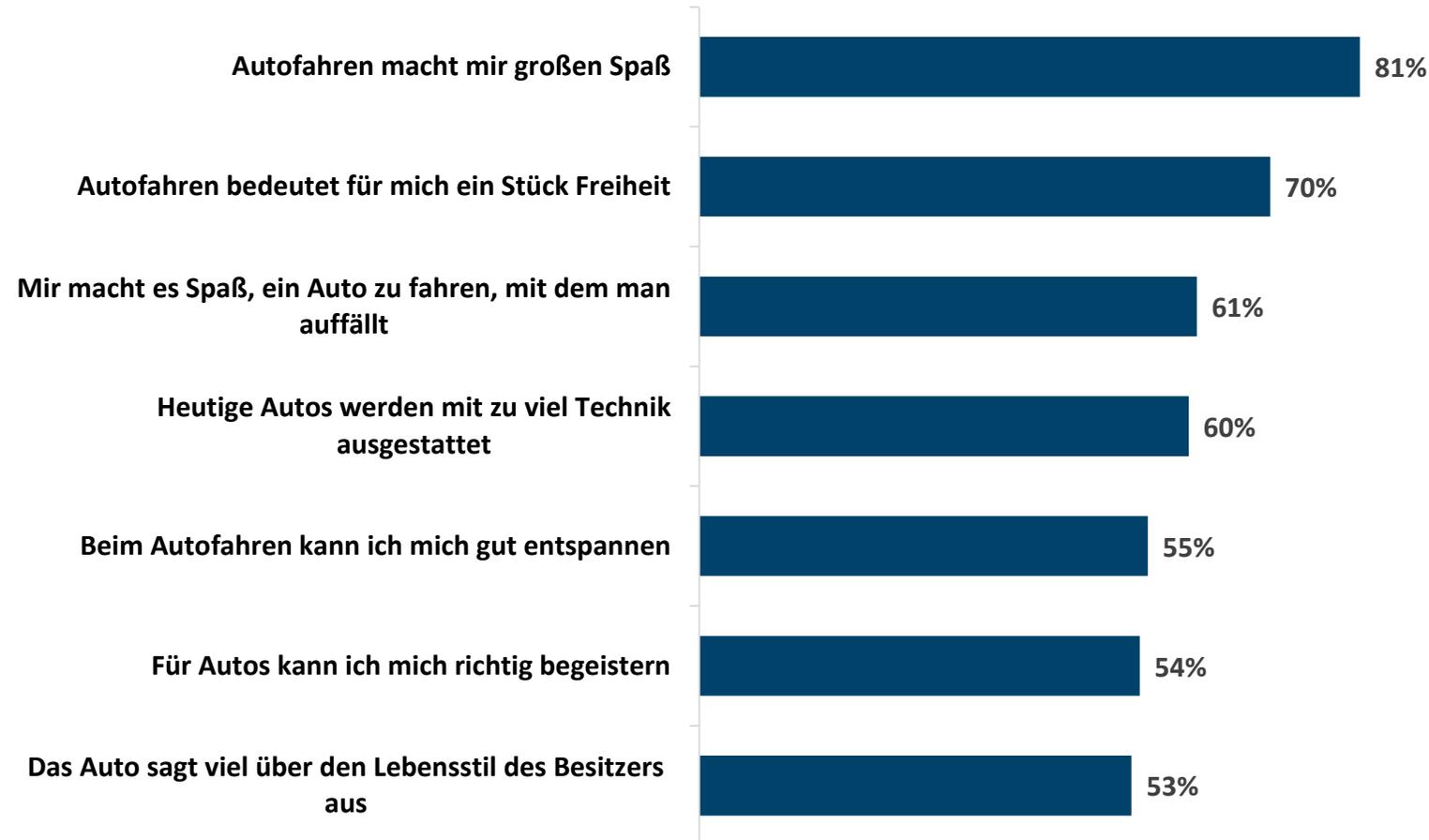
Online kann man Oldtimerbesitzer sehr gut über die Emotionalität des Themas erreichen.

Für die Branche interessant: zumeist sind weitere Fahrzeuge im Haushalt vorhanden.

Es wird wenig gefahren, das Auto aber liebevoll gepflegt und auch bereitwillig Geld ausgegeben.

Gerne wird dabei auch selbst Hand angelegt.

## Oldtimerhalter haben Spaß am Hobby, aufzufallen schadet aber auch nicht! Spaß und Lifestyle als wesentliche Treiber



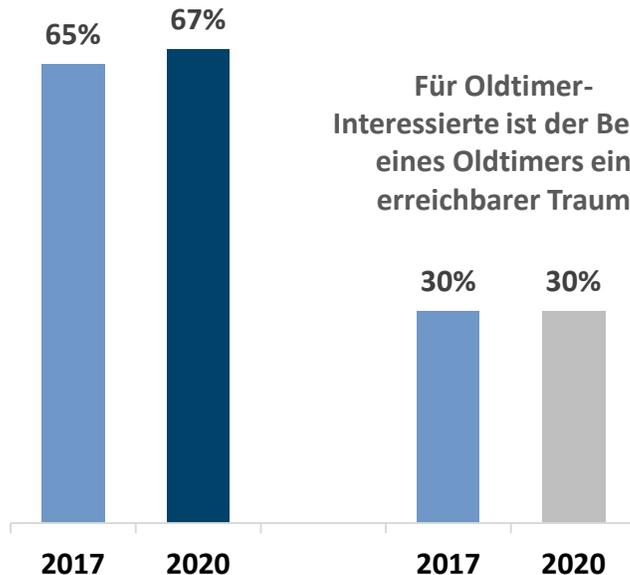
Die IfD-Allensbach-Studie vermittelt konkrete Informationen zu den Haltern eines Oldtimers.

- Oldtimer-Besitzer sind Auto-Enthusiasten und damit die idealen Botschafter rund um das Auto
- Sie fahren einfach gerne, definieren sich über ihre Fahrzeuge und zeigen sich gerne mit außergewöhnlichen Modellen
- Mit den Neufahrzeugen im Alltag, wie auch mit dem Klassiker in der Freizeit

## Eine Mehrheit sieht Oldtimer als exklusiv und teuer an, nur eine Minderheit hat Bedenken bezüglich der Umwelt

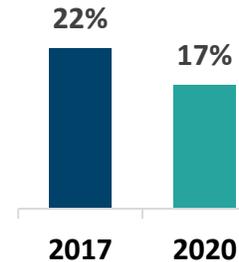
*Pkw-Fahrer in der Bevölkerung*

Oldtimer sind ein teures Hobby, das sich nicht jeder leisten kann

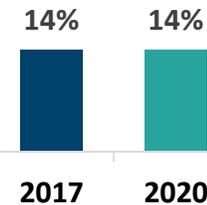


*Bevölkerungstichprobe*

Oldtimer verschmutzen die Umwelt



Oldtimer sind sehr laut, machen viel Krach



Oldtimer sind mitverantwortlich für den Klimawandel



**48%** der Pkw-Fahrer glauben, dass Oldtimer einen höheren Spritverbrauch als normale Autos haben

In der IfD-Allensbach-Studie wurde das Image der Oldtimer in der Gesamtbevölkerung genauer hinterfragt. Deutlich wurde, dass für viele der Traum eines Besitzes wenig realistisch ist, da hohe Kosten vermutet werden.

So hat die Branche immer noch mit einem Hochpreisimage zu kämpfen.

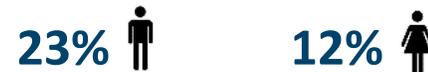
Die Umweltbelastung wurde aber auch hier nur von wenigen als negativ angeführt, der Einfluss auf den Klimawandel absolut nicht gesehen.

## Begeistert sind insbesondere Männer und 45 bis 59 jährige

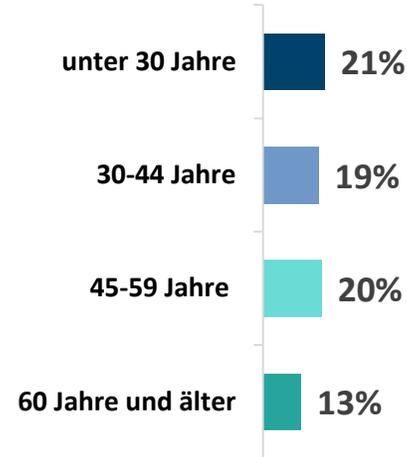
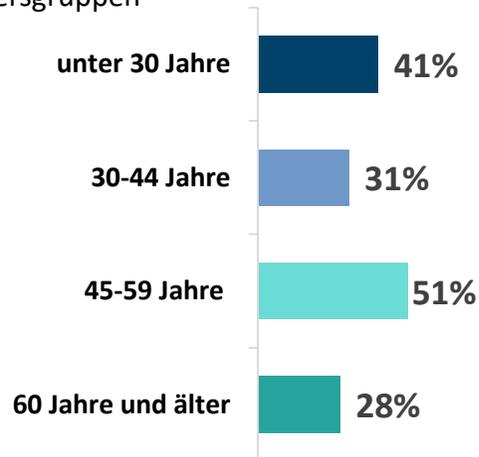
**38%** Fahrt mit einem Oldtimer würde mich reizen



**18%** Würde gerne Oldtimer besitzen



Nach Altersgruppen



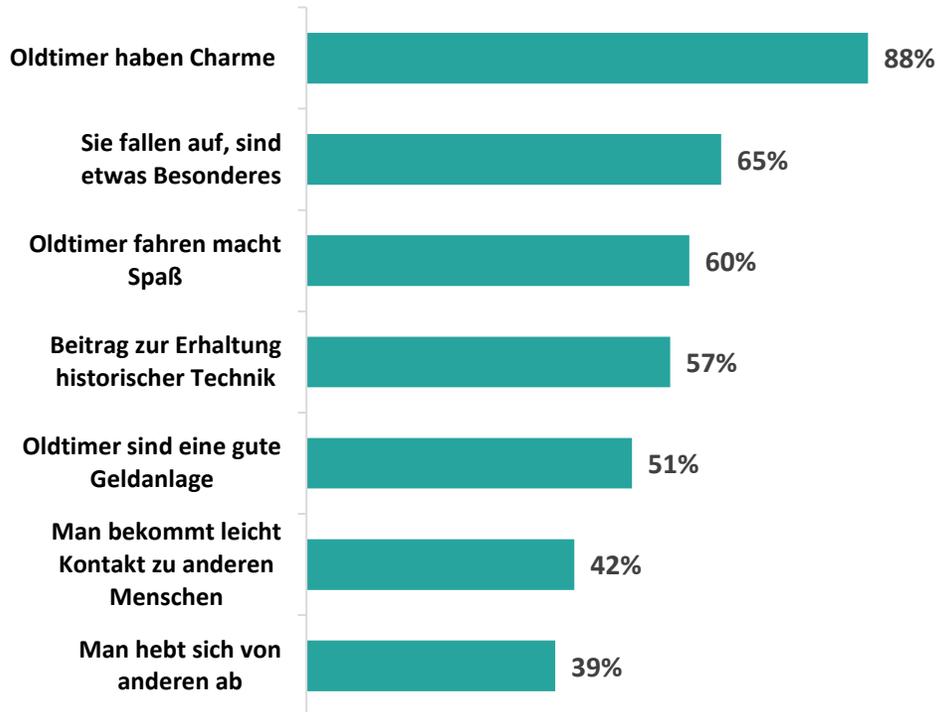
In der IfD-Allensbach-Studie wurde auch erfragt, wer in der Bevölkerung besonderes Interesse an Oldtimern hat. Eine breite Verteilung über alle Altersgruppen wird offensichtlich, nicht verwunderlich ist das überdurchschnittlich hohe Interesse der männlichen Bevölkerung.

Diese homogene Sicht auf das Thema zeigen auch die Ergebnisse der BBE-Befragung. Oldtimer sind kein Nischenthema, Nachwuchs ist da!

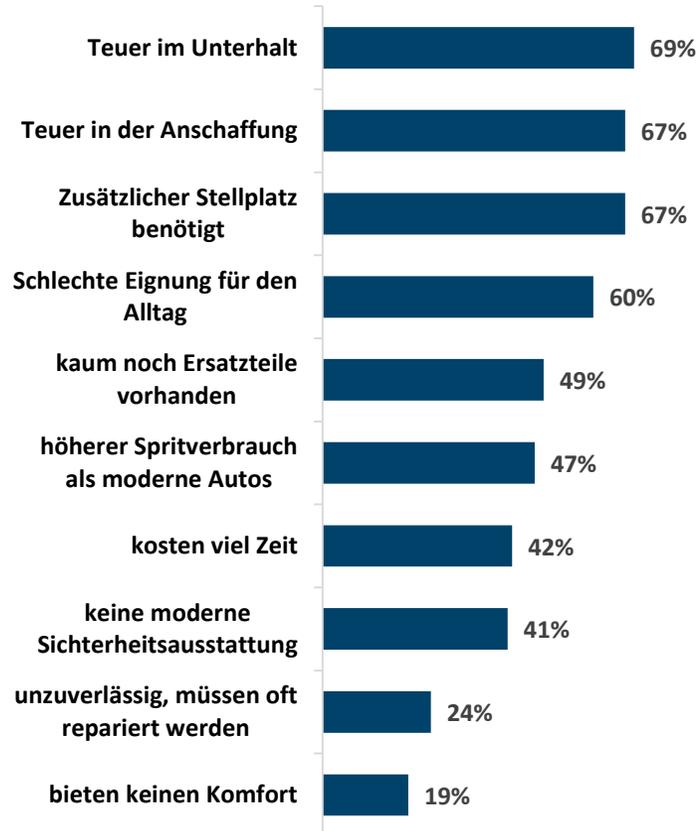
Es liegt an der Oldtimer-Szene, die jungen Begeisterten an das Hobby heranzuführen. Damit der Bezug nicht verloren geht!

## Was spricht aus Sicht der Interessierten und Besitzer für und gegen den Kauf eines Oldtimers?

### Für die Anschaffung eines Oldtimers spricht:



### Gegen die Anschaffung eines Oldtimers spricht:



Basis: Pkw-Fahrer mit Interesse an Oldtimer-Besitz inkl. Oldtimer-Besitzer

Der Charme von Oldtimern ist entscheidend, dabei schadet es auch nicht, damit aufzufallen.

Gespalten ist die Meinung bezüglich der Wertanlage.

Die Kosten werden aber auch gesehen und begrenzen die Kaufabsichten.

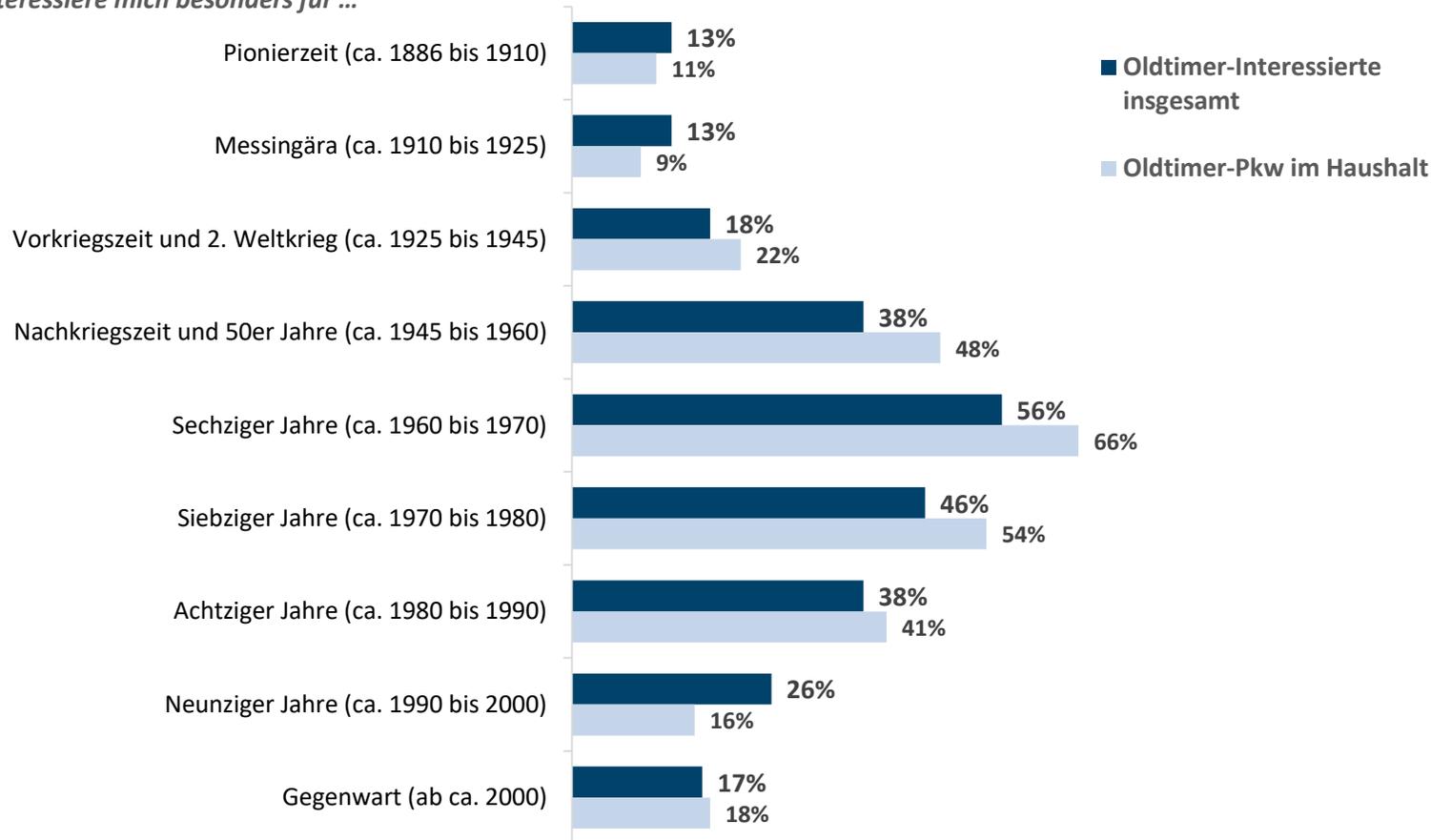
Große Ängste bezüglich der Qualität werden aber weniger gesehen, die Ersatzteilknappheit hingegen schon.

Auf Komfort ist man bereit zu verzichten.

**60er, 70er und 80er – Jahre bevorzugt, hier auch die Alltagsfahrzeuge**

*Besondere Interessen der Oldtimer-Zielgruppe*

*Interessiere mich besonders für ...*



**Wer erinnert sich nicht gerne an seine eigene Kindheit und Jugend?**

Eine solche ist immer auch mit speziellen Fahrzeugen verbunden. So resultiert für viele Menschen der Traum von einem Oldtimer aus konkreten Erfahrungen der Vergangenheit. So werden Fahrzeuge der Vorkriegs- oder der unmittelbaren Nachkriegszeit heute weniger stark nachgefragt, da es an Menschen mit konkreter Erinnerung mangelt.

Quelle: IfD-Allensbach Oldtimer-Studie 2021 im Auftrag der VF Verlagsgesellschaft mbH, Mainz und des Verbands der Automobilindustrie e.V. (VDA), Berlin

- **60% der Oldtimer-Interessierten** besuchen regelmäßig (mindestens einmal im Monat) **Oldtimer-bezogene Internetseiten**, etwa **genauso viele lesen Oldtimer-Zeitschriften**.
- Der aktive Kern der Szene nutzt alle ihm zur Verfügung stehenden Informationsquellen.
- **2,25 Millionen Menschen** gehören zum weitesten **Leserkreis von Oldtimerzeitschriften**.
- Interessant für die Branche: **Leser von Oldtimerzeitschriften geben mehr für die Unterhaltung** des Fahrzeugs und bei einem **Neukauf aus!**
- Bei den Online-Medien liegen die Fahrzeugmärkte (mobile, ebay und Co.) mit einer Nutzerquote von 45% knapp vor den Oldtimer-Internetforen (36%).
- **63%** der Oldtimer-Interessierten sind **Mitglied** in einem **sozialen Netzwerk**.

Die Gruppe der Oldtimer-Interessierten ist **informationshungrig** und kann weiterhin **gut über Fachzeitschriften erreicht werden**.

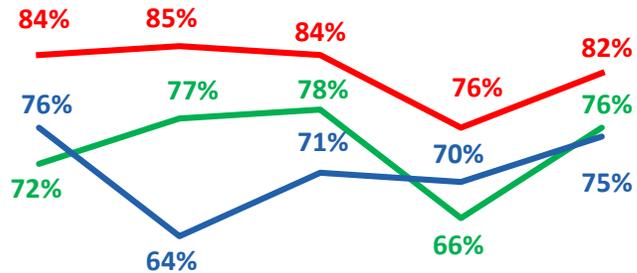
Mindestens gleichbedeutend sind die **Online-Medien**, hier dominieren die **Angebotsplattformen**. Hier sucht der Interessent aber gezielt nach Fahrzeug- und Teileangeboten.

Die Branche tut gut daran, **alle Kanäle aktiv zu nutzen** und auf den digitalen Wegen regelmäßig News zu platzieren.

**Weitester Lesekreis von  
 Oldtimer-Zeitschriften**

(lese zumindest selten)

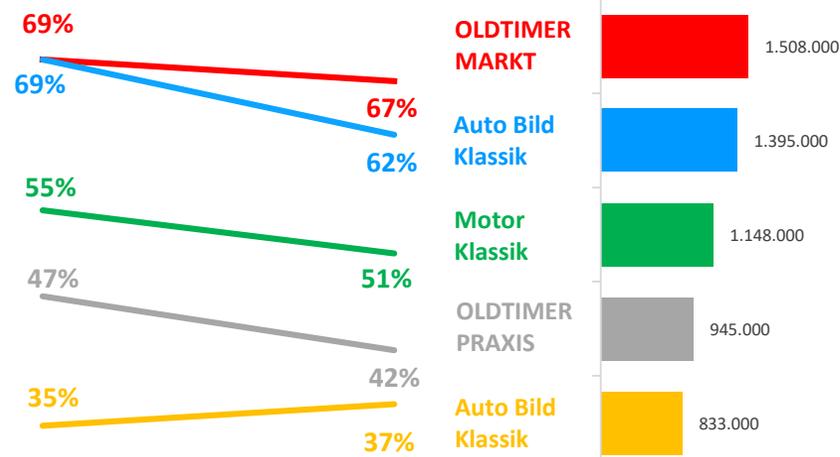
„Hier kann man sich gut über Oldtimer informieren, würde ich empfehlen.“



2011 2013 2015 2017 2021  
 — Zeitschriften — Treffen, Märkte — Internet

**TOP 5 Zeitschriften**

Es gehören zum weitesten Leserkreis von



2017 2021  
 — OLDTIMER MARKT — Auto Bild Klassik  
 — Motor Klassik — OLDTIMER PRAXIS  
 — Auto Classic

**Noch ein paar weitere Details:**

**Zeitschriften genießen ein hohes Vertrauen bei den Oldtimer-Interessierten.** Das gilt auch für Treffen bzw. Märkte und mit etwas Abstand auch für das Internet.

**Leser von Oldtimer-Zeitschriften konsumieren im Durchschnitt insgesamt drei bis vier Zeitschriften parallel.**

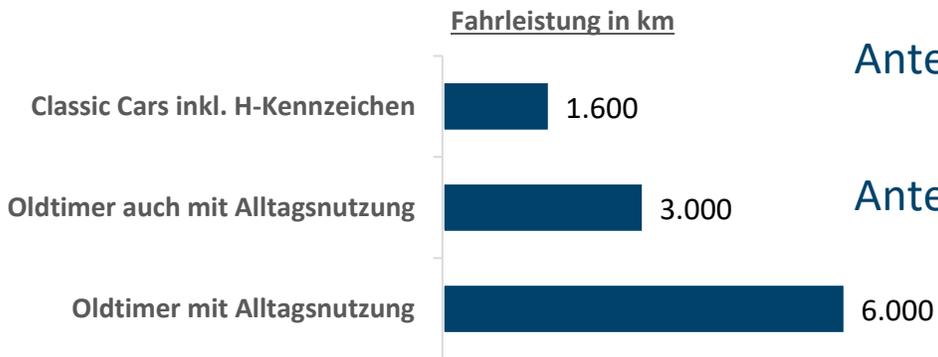
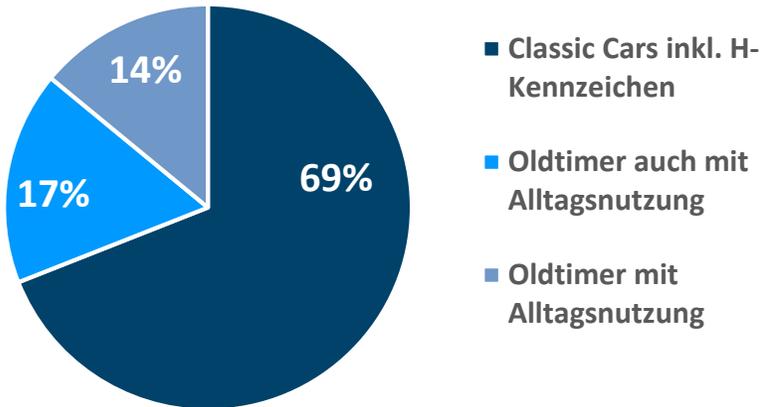
**So liegt der weiteste Lesekreis von mindestens einer Oldtimer-Zeitschrift bei 2,25 Millionen Personen.**

**Mit den größten vier Zeitschriften erreicht man insgesamt 92% der Leser-Zielgruppe.**

Quelle: IfD-Allensbach Oldtimer-Studie 2021 im Auftrag der VF Verlagsgesellschaft mbH, Mainz und des Verbands der Automobilindustrie e.V. (VDA), Berlin

Das Thema Umwelt wird entscheidend geprägt durch die Fahrleistungen der Fahrzeuge.  
So können wir nach Auswertung verschiedener Quellen valide Werte ableiten.

Anteile Oldtimer



**Fahrleistungen gesamt:**  
48,5 Millionen x 12.670 km/ J. = **606 Mrd. km/Jahr**

**Fahrleistungen aller Oldtimer ab 30 Jahren:**  
1,26 Millionen x 2.600 km/ J. = **3,2 Mrd. km/Jahr**

**Fahrleistungen der Classic Cars:**  
0,8 Millionen x 1.600 km/ J. = **1,3 Mrd. km/Jahr**

Anteile PKW 30+ Gesamt: **0,5%**

Anteile Classic Cars: **0,2%**

**Basis zu Berechnung:**

**VF-Allensbach 2021: (n=753 Oldtimerfahrer))**

Reine Hobby-Fahrzeuge:	1.460 km/ Jahr
Hobby und Alltag:	2.480 km/ Jahr
Nur im Alltag :	4.050 km/ Jahr

**FIVA-Studie 2020/2021: (n=3.933 Oldtimerfahre)**

Kernszene Classic:	1.576 km/ Jahr
--------------------	----------------

**BBE-Datenbank 2020 bis 2023: (n=20.000 PKW-Fahrer))**

Oldtimer im Alltagsgebrauch:	7.900 km/ Jahr
------------------------------	----------------

**Classic Trader (Januar/ Februar 2023, n=1.956)**

Kernszene Classic:	ca. 1.800 km/ Jahr
--------------------	--------------------

Gewichtet man diese Ergebnisse entsprechend der Anteile an der Gesamtzahl aller Oldtimer, kommen wir auf einen Durchschnittswert von etwa 2.600 km über alle Fahrzeuge ab 30 Jahre.

Bezogen auf die gesamte Fahrleistung aller PKW (Ø laut DAT 12.500 km/Jahr) tragen alle Fahrzeuge ab 30 Jahren zu etwa 0,5% aller Fahrleistungen bei. Der Anteil der Fahrzeuge mit H-Kennzeichen liegt bei ca. 0,2%.

## Fahrleistungen von Oldtimern und Classic Cars

Alle aktuellen Quellen belegen, dass Hobby-Oldtimer und die mit einem H-Kennzeichen sehr wenig bewegt werden. Etwa 200.000 Fahrzeuge im Alter von 30 Jahren und mehr werden allerdings noch im Alltag bewegt, fahren jedoch deutlich weniger als der Durchschnitt aller Autofahrer. Hier kommen wir auf einen Durchschnitt von 6.000 km/ Jahr.

Laut DAT-Report 2023 liegt die durchschnittliche Fahrleistung der 48,5 Millionen bundesdeutschen PKW im Jahr 2022 bei 12.670 Kilometern pro Jahr, in Summe werden somit 606 Milliarden Kilometer zurückgelegt.

Oldtimer fahren laut Allensbachstudie etwa 1.460 Kilometer/ Jahr, laut FIVA-Studie 1.576. Classic-Trader kam in einer Befragung von 1.956 Oldtimerbesitzern auf ca. 1.800 km/ Jahr. Bei den „Daily Usern“ konnten BBE und Allensbach etwa 6.000 km ermitteln. Als Mittelwert kommen wir nach Gewichtung der Anteile auf ca. 2.500 km pro Jahr, ein Anteil an allen Fahrleistungen von ca. 0,5%.

Deutlich geringer sind die Anteile bei den als Classic-Cars (inklusive H-Kennzeichen) zu definierenden PKW, eine durchschnittliche Fahrleistung dieser 800.000 Fahrzeuge von 1.600 km/ Jahr führt zu einem Anteil von 0,2%.

### Beispiel: Classic Cars

Anzahl, zumeist mit H-  
Kennzeichen

**800.000**

Anteil am PKW-Bestand

**1,6%**

Jährliche Fahrleistung

**Ø 1.600 km**

Anteil an gesamter PKW-  
Fahrleistung

**0,21%**

### Vier Oldtimer Segmente

#### 800.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, die nur in der Freizeit genutzt werden und zumeist über ein H-Kennzeichen (0098) verfügen

#### 200.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, die nicht zugelassen sind oder über 07er Kennzeichen gefahren werden und Fahrzeuge, die als Kunstgegenstände in Sammlungen oder Museen sind

#### 250.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, mit H-Kennzeichen-Potenzial, seltene Nutzung im Alltag

#### 200.000 Oldtimer

ab 30 Jahre, im Alltag genutzt, i.d.R. ohne realistische H-Kennzeichen-Chance und längerfristigem Überleben

### Volumen Reparatur und Wartung\*: 1,9 Mrd. €

Ø 1.600 €

1,28 Mrd. €

Ø 1.300 €

0,26 Mrd. €

Ø 900 €

0,23 Mrd. €

Ø 650 €

0,13 Mrd. €

\* Lohn und Teile, ohne Karosserie und Lack

Jedes Fahrzeug verursacht regelmäßig Kosten für Reparatur und Wartung. Bei den Oldtimern kommen die kompletten und sehr teuren Restaurierungen hinzu. Weniger relevant bezüglich des Volumens sind Unfallreparaturen und auch Reifen.

Aus anderen Studien, wie z.B. der Allensbachstudie, wurden die ermittelten Durchschnittswerte mit Ergebnissen der BBE Analysen zum Fahrzeugbestand (8.000 Interviews/Jahr) insgesamt abgeglichen.

So können realistische Durchschnittsausgaben zur Bestimmung des Marktpotenzials angesetzt werden.

## Drei Youngtimer Segmente ab 20

## Volumen Reparatur und Wartung\*: 1,9 Mrd. €

### 800.000 Youngtimer

zumeist über 20jährige die als Freizeit-/ Liebhaberautos gefahren werden und großes (sicheres) Potenzial zum Oldtimer zu haben

Ø 1.350 €

1,08 Mrd. €

### 800.000 Youngtimer

die als Freizeit-/ Liebhaberautos gefahren werden, teilweise mit Potenzial Oldtimer zu werden

Ø 1.000 €

0,80 Mrd. €

### 2.000.000 Youngtimer

die noch im Alltag als Fortbewegungsmittel genutzt werden - ohne Potenzial zum Oldtimer und größerer Überlebenschance

Ø 550 €

1,10 Mrd. €

\* Lohn und Teile, ohne Karosserie und Lack

Etwa 2 von 5 Youngtimern ab einem Alter von 20 Jahren werden hauptsächlich in der Freizeit gefahren. Die Hälfte davon wird bereits wie ein Oldtimer gehegt und gepflegt.

Aus diesen beiden Gruppen mit 1,6 Millionen Fahrzeugen resultiert bereits ein Reparatur- und Wartungsvolumen in Höhe von 1,9 Mrd. €.

## > **1.500** Old- und Youngtimer Clubs

Mehr als 1.500 Marken- oder Modellclubs rund um zwei- und vierrädrige Oldtimer haben sich in Deutschland etabliert. Viele davon sind klein und auf ein bestimmtes Segment spezialisiert. Wie nachfolgend noch im Kapitel Branche beschrieben, hier ein paar Details aus der FIVA-Studie zu den Clubstrukturen. Hier wurden 239 Clubs befragt.

Einige Ergebnisse aus der FIVA-Studie:

- **Ø Mitgliederzahl: 530, jeder Vierte mit weniger als 50 Mitgliedern**
- **Jeder fünfte Club ist lokal ausgerichtet**
- **Ausfahrten und Information sind die Motivation zum Clubbeitritt**
- **Jeder vierte Club hat keine Homepage**
- **Jeder zweite Club versendet Newsletter**
- **11% alle Clubs bieten virtuelle Treffen an**
- **Ø Alter 55 Jahre**

Das Clubleben in Deutschland rund um Young- und Oldtimer ist lebendig und auch sehr vielfältig. Es gibt nicht den Club, jeder hat ein individuelles Profil.

Das Durchschnittsalter ist sehr unterschiedlich, bei den traditionellen alteingesessenen Clubs relativ hoch, bei einzelnen Marken und auch Zweiradclubs durchaus auch jünger.

Digital sind viele Clubs noch wenig präsent. Das begrenzt die Akzeptanz bei jungen Menschen. Corona hat aber auch hier zu stärkeren Aktivitäten geführt.

## Noch nicht stringent digital, ABER:

- Die traditionellen Clubs haben die Bedeutung der **Digitalisierung** nach der Corona-Zeit erkannt und die **Aktivitäten hier teilweise deutlich verstärkt**
- Die traditionelle Clubszene erkennt die **Notwendigkeit, über eigene Unternehmungen in der Breite zu berichten** und nicht nur mit den Mitgliedern über Zeitschriften und Newsletter zu kommunizieren. Aktive **Online-Präsenz, Sozial Media** und **Influencer** sind jetzt ein Thema.
- Ein Beispiel:  
Umfassende Aktivitäten der 20 Mercedes-Benz Markenclubs im Rahmen der **Vorbereitung der Techno Classica 2023** gemäß dem Slogan: **„Tu Gutes und rede Drüber“**.
- MB Markenclubs veranstalten im Rahmen des gemeinsamen Messeauftritts diverse Events, mit dem Ziel, den Erlebnisfaktor für die Besucher zu steigern. Diese sollen durch die Clubs aktiv beworben werden.
- Als Unterstützung wurde eine professionelle **Unterlage mit Textbausteinen** zur Verfügung gestellt. Diese kann **für die Pressearbeit und Kommunikation über Social Media, Webseiten, Clubzeitschriften** etc. genutzt werden.
- Zielgruppen sind neben den Oldtimer-Interessierten auch **Pressevertreter, Journalisten & Influencer**.



## Highlights der MB Markenclubs auf der Techno-Classica 2023:

- MBC Club Driving Experience – zehn Clubfahrzeuge für die Messebesucher für Rundfahrten live um die Messe
- Pit-Stopp Challenge – Räderwechsel auf Zeit
- Fotobox – Fotos mit virtuell eingebetteten Hintergründen vor ausgewählten Fahrzeugen
- SIM Racing Full-Motion-Simulator – ein visuelles (VR-Brille) und physisches Erlebnis (hydraulische Antriebe, welche die Kräfte des Fahrzeugs direkt auf den Fahrer übertragen)
- Carrerabahn – mehrere Fahrzeuge, um gegeneinander oder gegen die Uhr anzutreten
- Crawler-Parcour für Kinder mit hochanspruchsvollen, ferngesteuerten Geländewagen; technische Features, wie die Sperrdifferenziale können live erlebt werden

## Neue Generationen auf dem Vormarsch!

### Die Argumente:

Schwierigkeiten der traditionellen Clubs **Nachwuchs zu akquirieren**

**Hoher Altersschnitt traditioneller Clubs**



Baby boomers



Generation X



Millenials



Gen Z

### Das Engagement:

- Etablierung einer **verjüngten Szene parallel zu den bestehenden Clubs**
- Gemeinsam: **das Interesse am Automobil/Motorrad und den damit verbundenen Abenteuern und Erfahrungen**
- Die neue Szene benutzt **Social Media klar als Eckpfeiler ihrer Existenz** und **Grundlage des Austauschs**.
- Dadurch kommt wie von selbst das **Verlangen nach internationaler Vernetzung**. Diese ist gleich wichtig wie Treffen, die veranstaltet werden.
- **Anmeldungen oder Teilnahmeverpflichtungen gibt es nicht mehr!**
- Durch den **höheren Bekanntheitsgrad in den Sozialen Netzen** wird auch eine **breitere Zielgruppe** angesprochen - die Treffen sind in der Regel komplett gefüllt
- Ein weiterer Vorteil: **alle Anwesenden haben sich bewusst zur Teilnahme an einem Treffen entschieden** und müssen nicht aus Verpflichtungsgefühlen oder schlechtem Gewissen wegen der Anwesenheiten in einem Verein teilnehmen. So entsteht ein **Gefühl des Beisammenseins und der Homogenität als Gruppe**, obwohl sich die Teilnehmer der neuen Szene vor den Treffen oft kaum kennen.

## Steckbrief

### Generation Y/Millennials

Werte:

**Vernetzung, Teamwork, Optimismus**



Merkmale:

**Leben im Hier und Jetzt**

**Mit neuen Technologien aufgewachsen**

**24 Stunden online**

**Multi-Tasking**

**Privatleben wichtig**

**Selbstständige Arbeitsweise**

Motivation:

**Selbstverwirklichung,**

**Vernetzt sein, mit Leuten auf der gleichen Wellenlänge zusammen sein, arbeiten, etc.**

## Was unterscheidet die neuen Formate von der aktuellen Clubwelt?

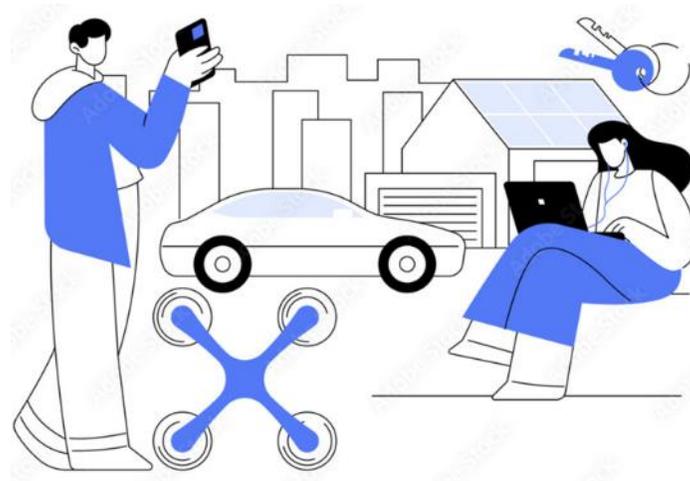
- Stringent digital
- International
- Frisch und frech
- Zwanglos

## Was eint die unterschiedlichen Szenen?

- Die Liebe zum klassischen Auto
- Die Technik
- Das Gemeinschaftsgefühl
- Die Lust gesehen zu werden

## Wie können diese zusammenfinden?

Lernen voneinander, Wertschätzung des anderen, aufeinander zugehen



*Robert Müller, Bachelorand in der ADAC Klassik,  
Thema: „Lösungen für die Zukunft von  
Oldtimervereinen“:*



*Während traditionelle Clubs und Vereine in der gesamten Oldtimerszene zunehmend Schwierigkeiten haben Nachwuchs zu akquirieren und sich über dem allgemeinen Altersdurchschnitt von deutschen Vereinen befinden, etabliert sich in Deutschland eine verjüngte Szene parallel zu den bestehenden Clubs.*

*Diese neuen Initiativen vertreten, wie die alten Vereine im Kern dasselbe: Das Interesse am Automobil oder Motorrad und den damit verbundenen Abenteuern und Erfahrungen, welche man gemeinsam erlebt.*

*In der Ausführung gibt es allerdings noch große Unterschiede zwischen den beiden. Die Nachwuchsszene benutzt Social Media klar als Eckpfeiler ihrer Existenz und Grundlage des Austauschs. Dadurch kommt wie von selbst das Verlangen nach internationaler Vernetzung.*

*Diese ist von der Wichtigkeit her gleichzustellen mit den Treffen, die veranstaltet werden. Teilnahmeverpflichtungen gibt es dort nicht mehr, es gilt das Motto: „Du kommst, oder du kommst nicht, wir freuen uns über jeden der da ist.“*

*Ziel meiner Bachelorarbeit mit dem ADAC ist klar: neue und alte Strukturen zu verbinden und das Beste aus beiden Systemen zu nutzen. Mit dem Wissen und Netzwerk bestehender Vereine sowie der Agilität und dem digitalen Knowhow der jungen Szene kann die Oldtimerei nicht nur ihre eigene Zukunft sichern, sondern auch neue Zielgruppen für das automobile Kulturgut begeistern.*

# New Generation Oldtimer Community – Vertreter der neuen Szene

# DER MENSCH

## HEIZR

CREATING THE MOST CASUAL CLASSIC CAR COMMUNITY AROUND STUTTART AND GETTING TO KNOW THE PEOPLE BEHIND THE CARS. GROWING THE COMMUNITY. DOING AWESOME STUFF. MAKING FRIENDS. CONNECTING WORLDWIDE. TALKING, WHILE MEETING UP OR GOING OUT FOR DRIVES. AND CREATING PRODUCTS THAT THE CAR WORLD WILL LOVE!



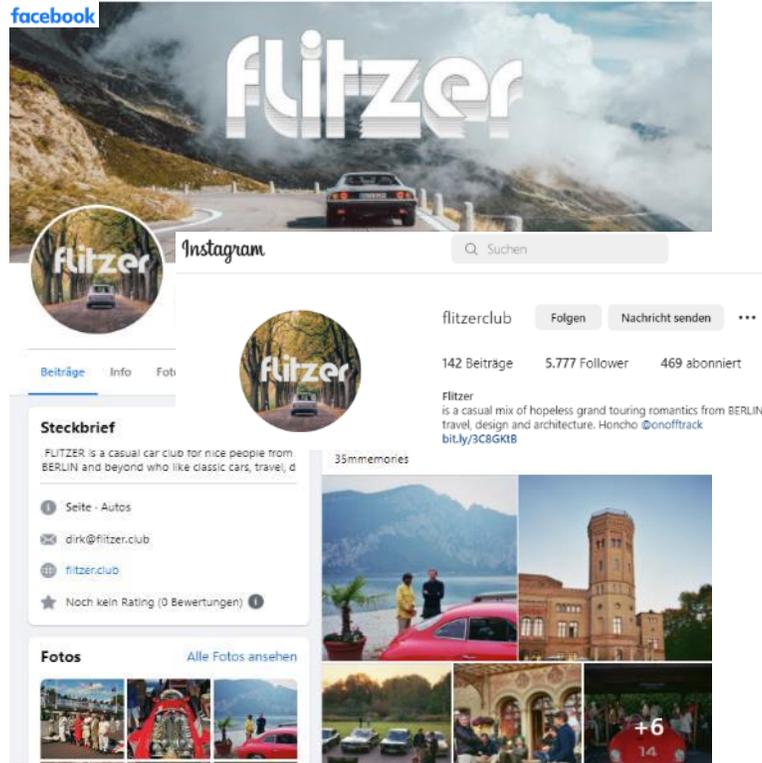
CAFFEINE, BAGELS & CLASSICS X YETI



A SMALL GROUP OF FRIENDS AND CURVY ROADS



HEIZR AFTER WORK - WHAT THE HYPE IS ALL ABOUT



### Selbstdarstellung Heizr:

Gegründet 2021 mit dem Ziel: **Menschen zusammen zu bringen, die die gleiche Leidenschaft teilen.**

Mission: **Echte Freundschaften schließen, eine Gemeinschaft formen, die jung und einladend ist, Veranstaltungsformate wie HEIZR Cars & Coffee, HEIZR After Work und organisierte Road Trips in großen und kleinen Gruppen, Mehr als 400 Fahrzeuge und 1.000 Menschen kommen zu HEIZR-Treffen.**

### Selbstdarstellung Emils` Garage:

*„My mission with Emil's Garage is not just to show some cool classic cars only. No, not at all. My mission is to show the younger generation that classic cars are even more enjoyable than newer cars and at the same time not always hard to maintain or cost intensive as it looks like.“*

### Flitzer Selbstdarstellung:

*“is a casual mix of hopeless grand touring romantics from BERLIN and beyond who like classic cars, travel, design and architecture“*

### Selbstdarstellung Wheels & Weißwürsch:

*„Hoch das Garagentor und raus mit eurem gepflegten Klassiker – egal ob auf zwei oder vier Rädern. Dreht doch mal wieder eine Genussrunde und besucht uns in der BMW Group Classic. Von Juni bis Oktober öffnen wir an ausgewählten Samstagen unsere Tore. Dabei lautet unser Motto: „Wheels & Weißwürsch“ und ihr seid herzlich eingeladen, dabei zu sein.“*



C

## **Die Branche – Player, Bedeutung, Probleme, Herausforderungen**

**Die Branche umfasst viele Player auf den verschiedensten Ebenen. Das Interesse an kaufkräftigen Kunden aus dem Kreis der hochwertigen Fahrzeuge lockt auch viele Edelmarken und Versicherer an, die sich hier präsentieren und engagieren.**

**Auf der Werkstattebene finden sich viele Spezialisten für einzelne Marken oder Gewerke, die zumeist eher unsichtbar im Markt agieren, in der Szene aber meist bekannt sind. So erfolgt aktuell noch kaum eine organisierte und gemeinschaftliche Präsentation in der Öffentlichkeit.**

**Die Teilehandelsebene ist sehr fragmentiert. Der klassische Teilegroß- und -einzelhandel hält Wartungs- und Verschleißteile für volumenstarke Modelle vor, die Klassikabteilungen der Hersteller (falls vorhanden) verfügen teilweise noch über ausgewählte Originalersatzteile. Das aber ohne Anspruch auf eine große Sortimentsbreite. Teile für seltenere Fahrzeuge werden vielfach noch von absoluten Marken- oder Produktspezialisten angeboten. Diese sind bei den Insidern bekannt, untereinander aber nicht organisiert.**

**Die breite Clubszene und die vielen Events sind wesentliche Plattformen für Information und Beschaffung innerhalb bestimmter Teilsegmente. Online präsentiert sich die Szene häufig aber eher passiv und zu wenig vernetzt.**

Fragmentierter Markt mit  
vielen nicht zentral  
organisierten Playern.

Werkstattebene:

**ca. 22.000** Werkstätten beschäftigen sich  
zumindest am Rande mit dem  
Thema Young-/ Oldtimer



**800**  
Classic Werkstätten mit  
ZDK-Zertifizierung

**ca. 800** Nicht zertifizierte  
Classic Spezialisten

**400** Autohäuser mit Classic-  
Engagement, teilweise  
mit ZDK-Zertifizierung



 **> 10.000** Beschäftigte bei Classic Spezialisten

Mit Young- und Oldtimern beschäftigen sich 22.000 Autohäuser und freie Werkstätten. Die meisten jedoch nur am Rande. Die Zahl der echten Spezialisten mit tieferem Oldtimer-Know How liegt weiterhin bei etwa 1.600 Betrieben aus der Mechanik- oder Karosserie/ Lack-Branche. Bei den Autohäusern sind nur wenige mit vollem Engagement im Markt aktiv, spezielle Classic-Konzepte bieten hier insbesondere die deutschen Premiummarken.

Auch im freien Markt fehlt es an zentralen Systemen rund um Classic, hier ist nur Bosch mit einem größeren Netz stärker engagiert.

**Handelsebene:**

**2.600**



**Freie Teilehändlerstandorte mit kleinem Classic-Randsortiment**

**ca. 50**



**Groß- und Einzelhändler mit breitem Sortiment an Classic-Teilen, sehr viele Anbieter mit Nischenprodukten**

**ca. 50**



**Fahrzeug-Händler speziell für Young- und Oldtimer**

Der klassische Teilegroß- und Einzelhandel kann die Volumenmodelle der jüngeren Vergangenheit noch mit den gängigen Ersatz- und Verschleißteilen bedienen. Bei wenig verbreiteten Fahrzeugen oder Teilen, die selten verbaut werden, kommen die Spezialisten zum Einsatz. Bei ganz seltenen Teilen helfen zumeist nur noch Clubs oder manuelle Nachfertigungen. Sehr viele Gebrauchtwagenhändler bieten ab und an auch Young- und Oldtimer an. Die Autohäuser engagieren sich hier kaum, auch wegen der Gewährleistungsrisiken. Nur wenige Spezialisten bedienen als Händler den Premiummarkt.

**Szene:**

**> 50**



**Messen und größere  
Teilemärkte mit  
> 1 Mio. Besuchern in 2019**

**4.000**

**Events pro Jahr  
als peripherer  
Wirtschaftsfaktor**



**> 1.500**

**Old- und  
Youngtimer Clubs**

**63**

**Im ADAC  
organisiert**



**Museen und private  
Sammlungen in  
Deutschland**

**> 300 Museen, ca. 200 Sammlungen**

Fans von klassischen Autos sind häufig organisiert und besuchen in der Freizeit Messen, Museen, Events und Clubveranstaltungen. Organisierte Ausfahrten sind für die Touristikbranche von größerer Bedeutung.

Die Szene ist aber in Bewegung. Traditionelle Formate stagnieren eher, neue zumeist digital initiierte Formate entwickeln sich und erreichen insbesondere jüngere Classic-Fans.

Branchenexperten schätzen, dass in Deutschland 200.000 Oldtimer nicht zugelassen sind, mit 07er-Kennzeichen fahren und/ oder in Sammlungen oder Museen stehen.

Im März 2023 fragte BBE Automotive bei 86 Autohäusern und freien Werkstätten mit Classic-Engagement noch fünf Themen ab.

- 1. Was gibt ein Oldtimerkunde pro Jahr für ein Fahrzeug in der Werkstatt aus?**
- 2. Wie viel Prozent der Oldtimerkunden kommen auch mit einem jüngeren Fahrzeug in die Werkstatt?**
- 3. Werden für Oldtimer höhere oder niedrigere Stundensätze angesetzt?**
- 4. Werden Dienstleistungen rund um Oldtimer auf der Homepage präsentiert?**
- 5. Wird mit Clubs aktiv zusammengearbeitet?**

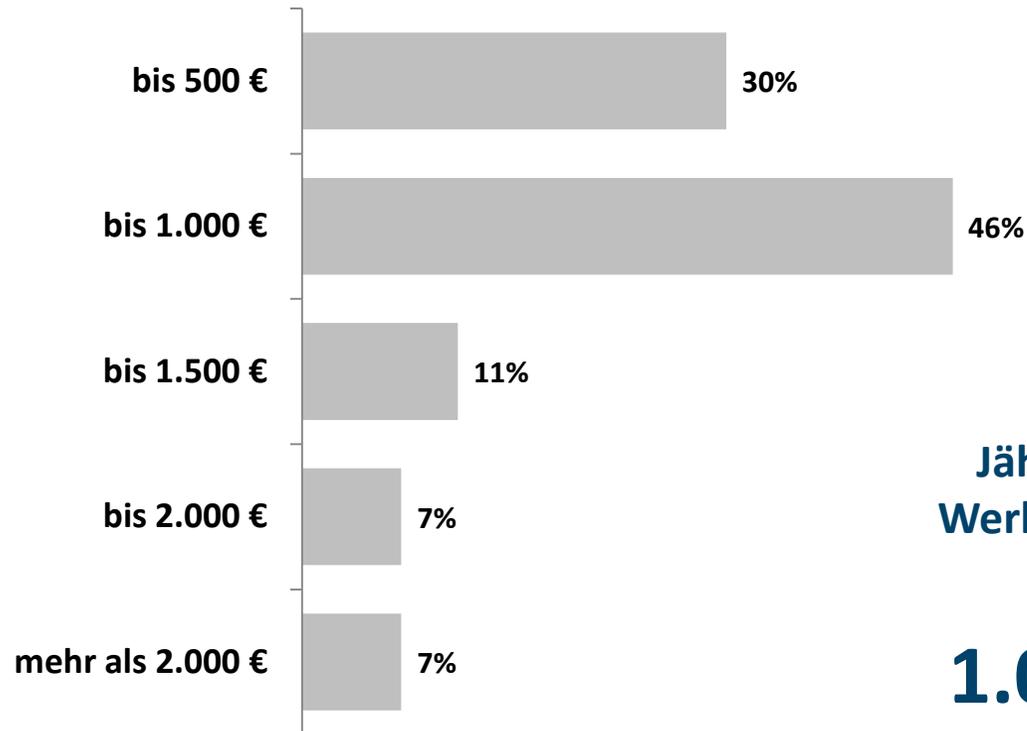
**Kernergebnisse:**

Ein Kunde gibt durchschnittlich fast 1.100 € pro Jahr in seiner Werkstatt aus

Fast 90% der Oldtimerkunden kommen auch mit anderen Fahrzeugen in die Werkstatt

8 von 10 Betrieben haben keine gesonderten Oldtimer-Stundensätze

Über 60% kommunizieren ihr Angebot rund um Oldtimer überhaupt nicht

**Was gibt ein durchschnittlicher Oldtimerkunde im Jahr in etwa für Reparatur und Wartung in der Werkstatt aus?**

**Jährliche Ausgaben in der  
Werkstatt für Reparatur und  
Wartung:**

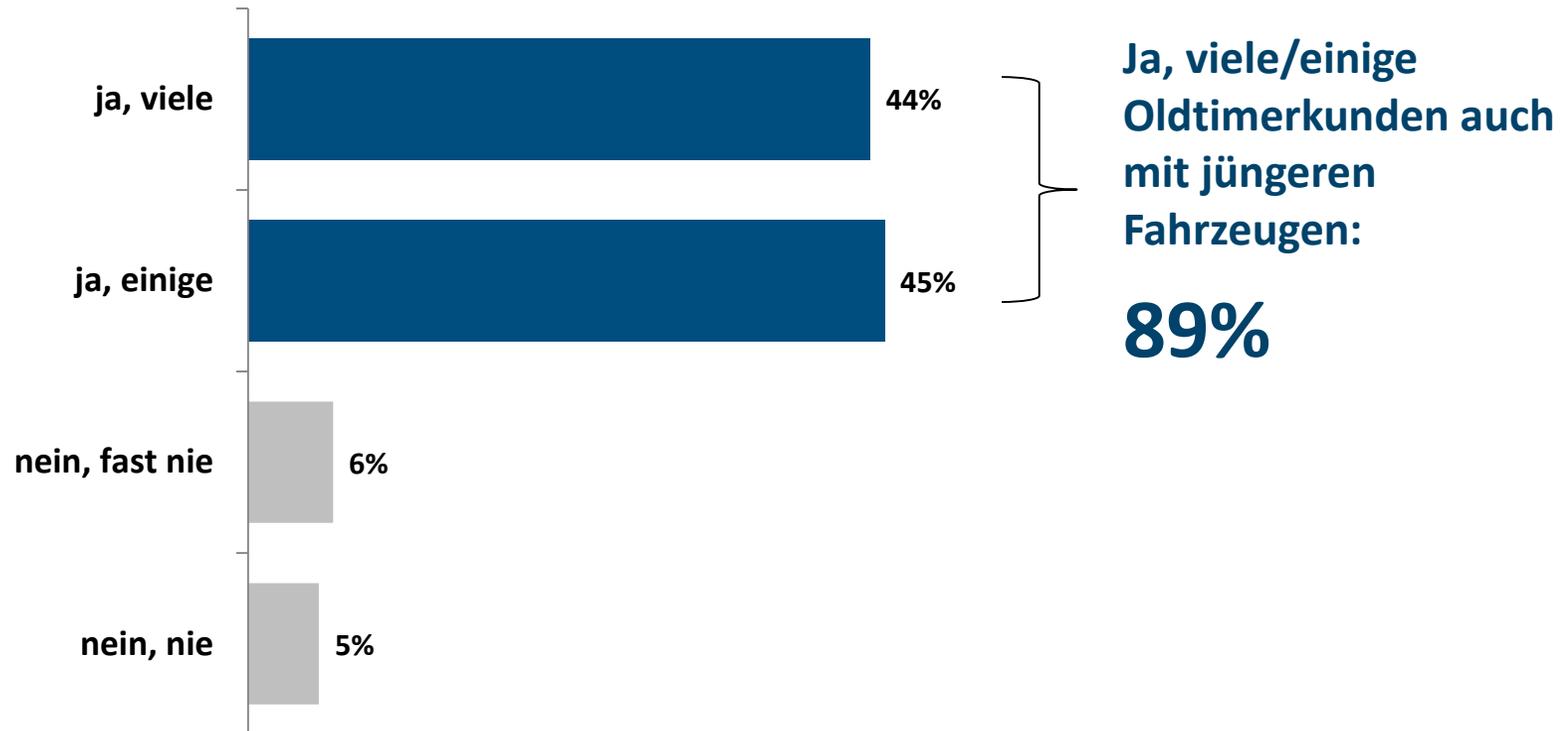
**1.085 € pro Jahr**

Laut Schätzung der Betriebe, die Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anbieten, gibt ein durchschnittlicher Oldtimerkunde pro Jahr in der Werkstatt nur für Reparaturen und Wartung durchschnittlich etwa 1.085 € aus.

Das Gesamtvolumen ist höher, da neben der Werkstatt auch andere Ausgaben rund um die Reparatur und Wartung anfallen. Z.B. DIY, Karosserie und Lack, Reifen etc.

Der von VF Allensbach ermittelte Wert aller Ausgaben in Höhe von ca. 1.600 € ist so realistisch.

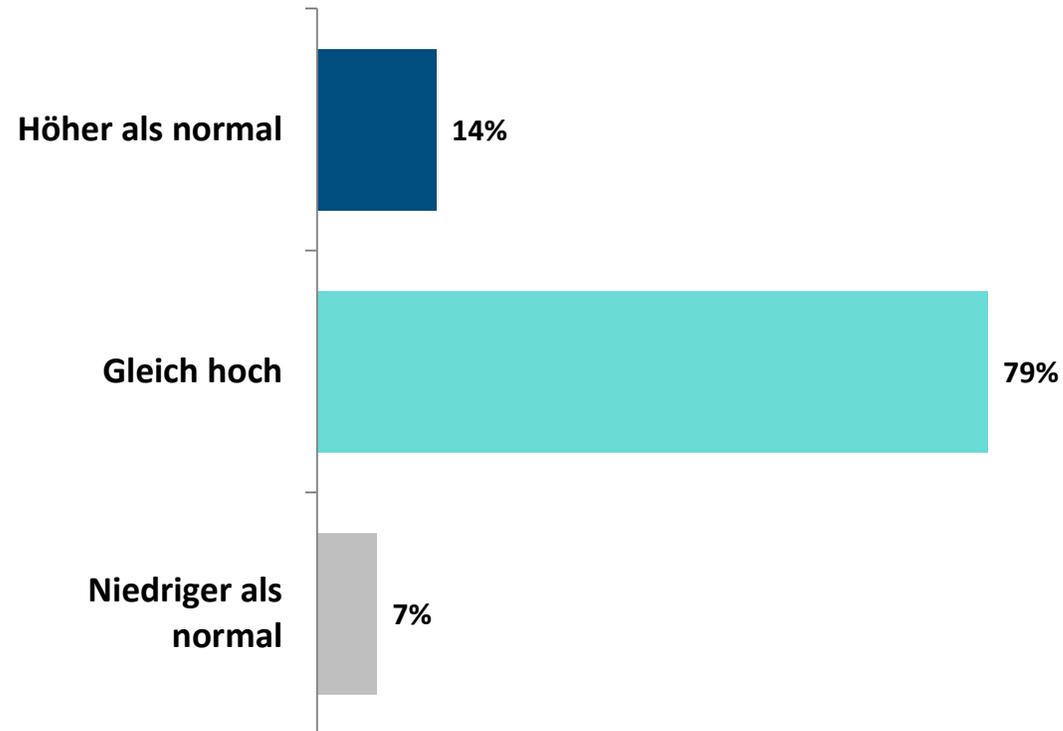
## Kommen Ihre Oldtimerkunden auch mit jüngeren Fahrzeugen in Ihre Werkstatt?



Etwa 9 von 10 Oldtimerkunden generieren ein Zusatzgeschäft für die Werkstätten, da sie auch mit jüngeren Fahrzeugen in die gleiche Werkstatt kommen.

Eine aktive Ansprache erfolgt in der Praxis aber selten.

## Wie hoch ist der Stundenverrechnungssatz bei Oldtimern?



**Höhere Verrechnungssätze  
bei Oldtimern:**

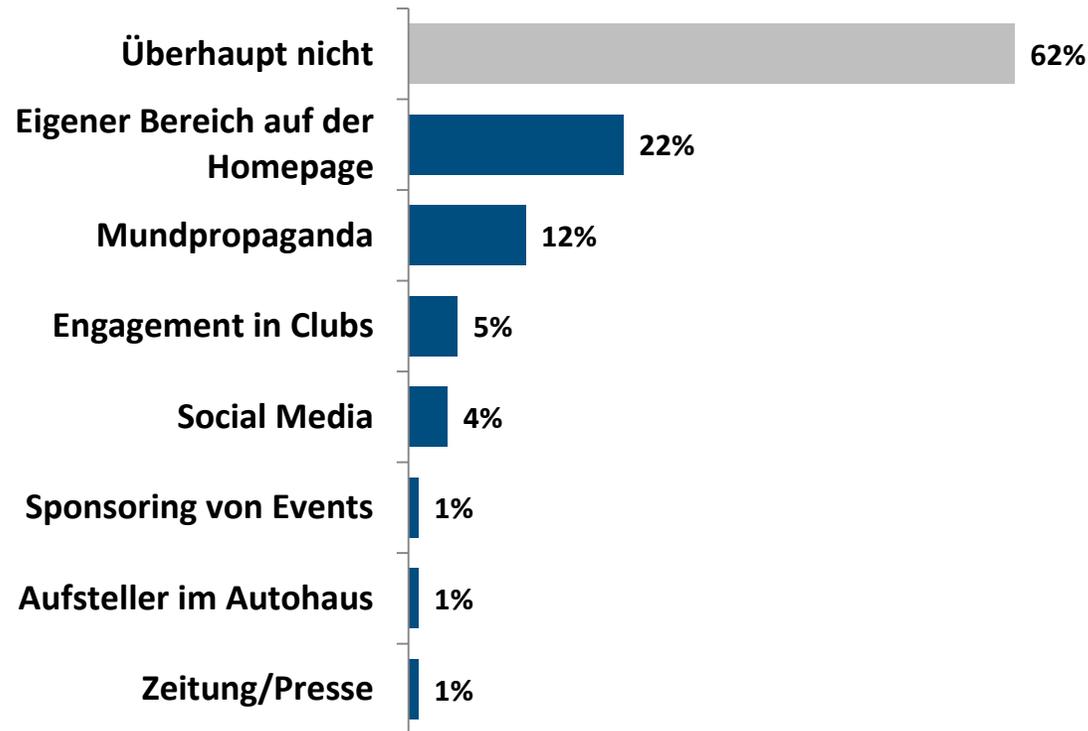
**14%**

Jeder siebte Betrieb, der Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anbietet, setzt für Oldtimer höhere Stundensätze an.

8 von 10 Betrieben differenzieren nicht nach dem Alter des Fahrzeugs.

Deutlich komplexere Arbeiten und spezifisches Know How lassen sich die Werkstätten in der Regel nicht in Form von höheren Stundensätzen honorieren.

## Wie aktiv kommunizieren Sie Ihr Angebot für Oldtimer?



**Rund 40%**  
kommunizieren ihr  
Angebot für Oldtimer,  
einige davon auf  
mehreren Kanälen

**5%** arbeiten aktiv mit  
Clubs zusammen

Mehr als die Hälfte der Betriebe nutzen die Chance nicht, ihre Dienstleistungen rund um Oldtimer zu kommunizieren.

Nur jeder fünfte Betrieb präsentiert das Oldtimer-Engagement auf der Homepage, 12% kommunizieren (nur) über Mundpropaganda, etwa 5% über Clubs und Social Media.

Chancen zur aktiven Außendarstellungen werden fast nicht genutzt.

**„Tue Gutes und spreche darüber“, das sei der Branche angeraten.**



## Probleme der Branche



- Das **Finden geeigneter Mitarbeiter** ist das größte Alltagsproblem, es fehlt den meisten Betrieben an Attraktivität in Form einer Arbeitgebermarke
- Viele Betriebe **engagieren sich halbherzig** im Classic-Markt und scheitern dabei an der falschen Kalkulation
- **Kalkulation und Controlling erfolgen selten professionell**, daraus resultieren unauskömmliche Renditen
- **Ein professioneller Einstieg** in das Geschäft dauert **mindestens fünf Jahre**, Anlaufverluste sind normal
- Zu geringe Umsätze resultieren zumeist aus einem **schlechten Marketing** und **falscher Kundenansprache**
- **Homepages, digitales Marketing und Kundenkarteien** sind große Baustellen, aber auch ein realistisches Potenzial
- **In Netzwerken wird zu wenig gearbeitet**, Einzelkämpfertum und unnötiger Wettbewerb mit Kollegen

## Qualifizierung, Zertifizierung

- Kompetenzbasis aufbauen durch Ausbildung der Mitarbeiter und eine Zertifizierung des Betriebes.
- Vertrauenspartner der Branche werden.



## Attraktivität für Mitarbeiter

- Kompetenz nach außen auch zeigen.
- Nur so werden sich auch neue Mitarbeiter mit Ihnen als Arbeitgeber beschäftigen.

## Netzwerk aufbauen

- Eigenes Netzwerk aufbauen und pflegen.
- Mit Clubs, Kollegen und anderen Gewerken zusammenarbeiten.



## Networking

- In Netzwerken Alltagsprobleme lösen und gemeinsam ein breites Publikum erreichen.

## Zielgruppen- orientierung

- Spezielle Angebote für Marken, Modelle oder Segmente entsprechend des Marktpotenzials selbst entwickeln.
- Spezielle Services zur Diagnose, Reparatur oder Restaurierung anbieten.

## Homepage

- Kompetenz des eigenen Classic Bereichs über die Homepage als digitale Visitenkarte ziehen .



## Schauraum

- Automobilia und Oldtimerthemen im Kundenkontaktbereich zeigen,
- Kunden ein Einkaufs- und Besucherlebnis bieten und Classic-Kompetenz zeigen.

## Bestandskundenmanagement

- Potenzielle neue Kunden sind seit Jahren in Ihrer Datenbank.
- DSGVO-konforme Kontaktierung potenzieller Classic-Kunden.



## Regelmäßige News

- Regelmäßiger Kontakt zu den bestehenden Kunden, nicht zu oft, aber mit Inhalt und echten News.

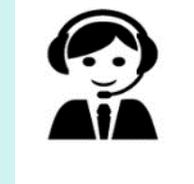
## Soziale Medien

- Aktivitäten aus der Werkstatt berichten, es gibt viel zu erzählen und zu zeigen.
- Follower in sozialen Medien finden.



## Steckbrief

- **Monatliche Befragung von 100 Autohäusern und 100 freien Werkstätten**
- **Veröffentlichung im kfz-Betrieb**
- **Sponsor BDK**
- **Durchführung als telefonische Befragung durch BBE Automotive GmbH**



## Fragen zum Business mit Young- und Oldtimern

- **Januar 2023**



<b>Die Werkstattbranche laut ZDK 2022:</b>	<b>36.570 Betriebe</b>
<b>Freie Werkstätten:</b>	<b>22.110 Outlets</b>
<b>Autohäuser:</b>	<b>14.460 Outlets</b>
<b>Autohäuser Betriebe (BBE):</b>	<b>ca. 12.000</b>



[www.bdk-bank.de](http://www.bdk-bank.de) Die Bank zum Auto.

**BIX**  
Branchenindex

**kfz-betrieb**

**Danke für die Bereitstellung  
dieser Ergebnisse**

---

### **Wachstum wird erwartet**

Rund die Hälfte der Betriebe geht von einer positiven Entwicklung des Classic-Marktes aus.

---

#### **Viel Engagement am Rande**

80% der Freien und 54% der Autohäuser sind bereits bei Young- und Oldtimern engagiert.

---

#### **Schwierigere Ersatzteilverfügbarkeit**

Verfügbarkeit wird von etwa der Hälfte der Befragten als schlechter als zuvor bewertet

---

#### **Zumeist langjährig**

Der Großteil der Betriebe ist schon seit mehr als 10 Jahren in diesem Bereich aktiv.



---

#### **Qualität von Ersatzteilen**

wird von 13% der Autohäuser und 28% der Servicebetriebe als leicht verschlechtert gesehen

---

#### **Tradition und Kundenbindung**

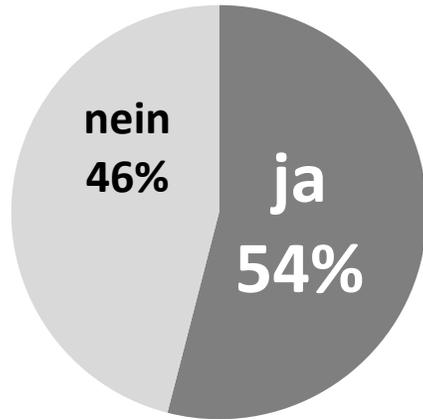
dominieren noch vor dem persönlichen Interesse als Gründe, Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anzubieten.

---

#### **Interessierte Neueinsteiger**

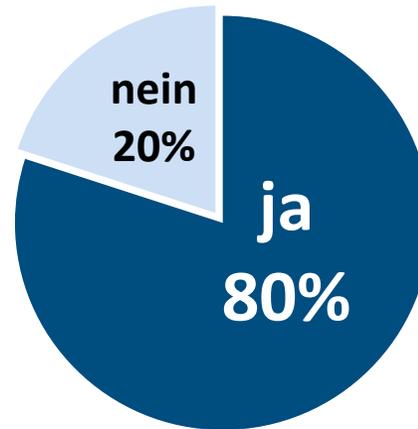
30-40% der Betriebe können sich grundsätzlich einen Einstieg vorstellen, 5-6% planen einen Einstieg bzw. machen sich konkrete Gedanken.

## Bieten Sie Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer an?



Autohäuser

**Basis in D:**  
ca. 8.000 Betriebe



Freie Werkstätten

**Basis in D:**  
ca. 22.000 Betriebe

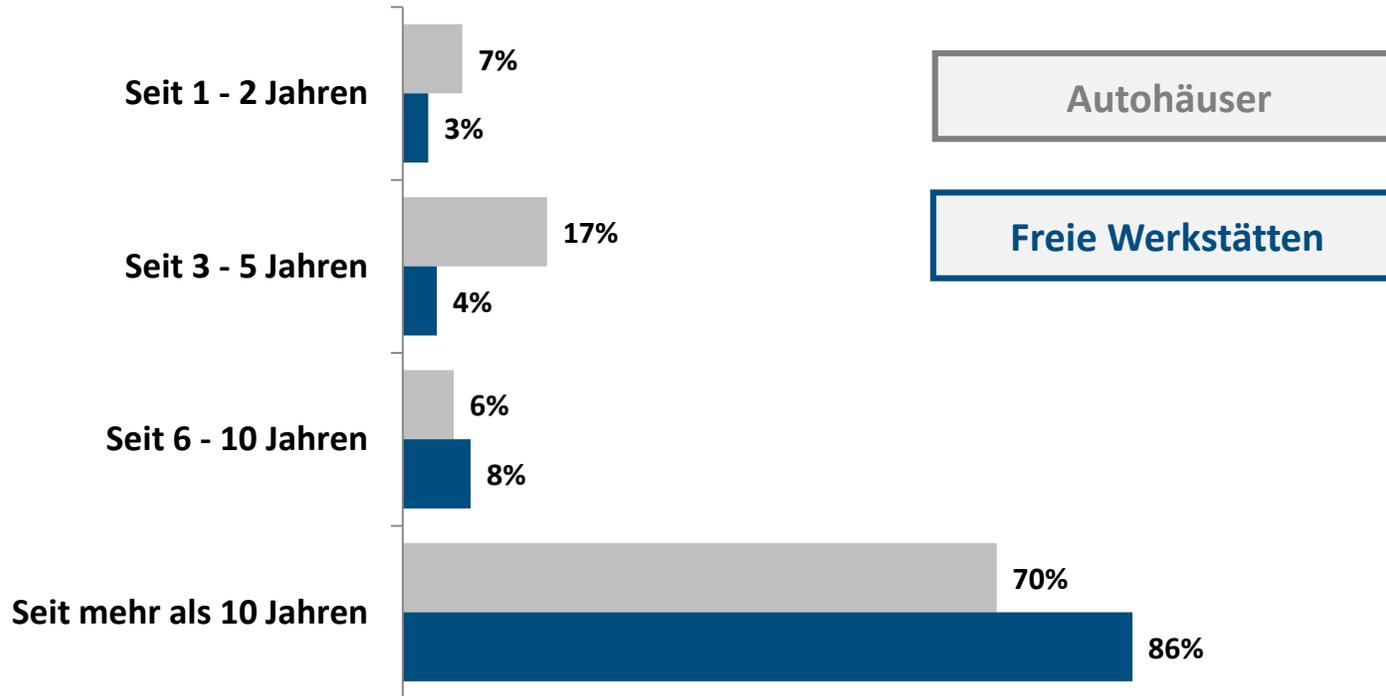
Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer werden von etwa der Hälfte der Autohäuser und von 80% der Freien Werkstätten angeboten. In Summe sind das ca. 4.000 Autohäuser und ca. 16.000 Freie Werkstätten.

Man darf hier aber nicht von Spezialisten sprechen, diese Betriebe werden vielfach komplexe Arbeiten ablehnen und bei seltenen Fahrzeugen auf Spezialisten verweisen. Viele Volumenmodelle im Oldtimeralter, wie der Golf, der 3er oder 190er und 124er Modelle kommen aber auf die Höfe der Betriebe und können zumeist auch dort repariert und gewartet werden.

**Auffällig: Nur jedes fünfte Autohaus mit einer asiatischen Marke ist hier aktiv.**

## Seit wann bieten Sie Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer an?

(Filter: wenn Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)



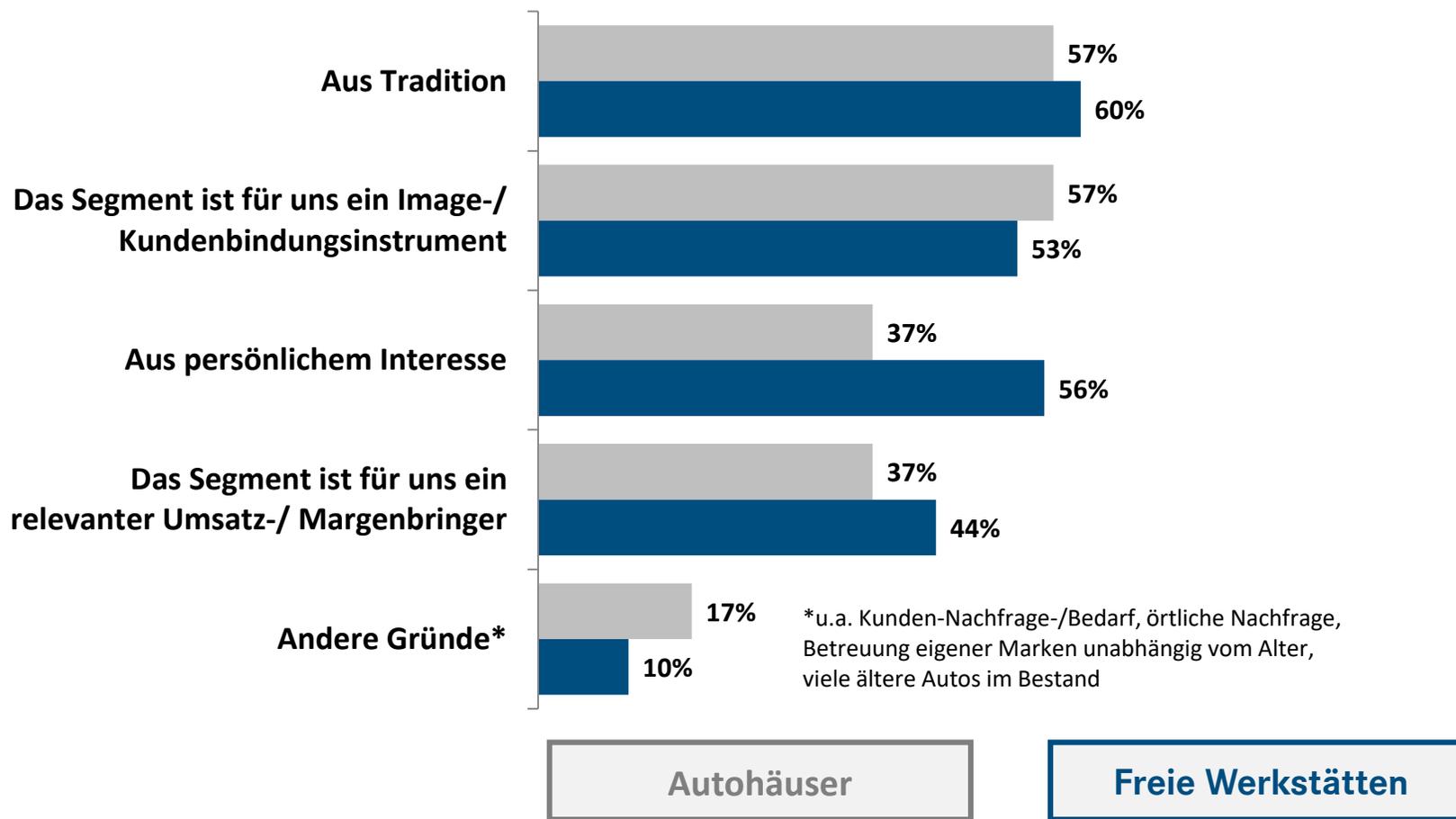
Der Großteil der Betriebe, die Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anbieten, sind schon seit mehr als 10 Jahren in diesem Bereich aktiv.

Das gilt insbesondere für die freien Werkstätten.

Jedes vierte Autohaus ist aber in den letzten 5 Jahren neu eingestiegen.

## Weshalb bieten Sie Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer an?

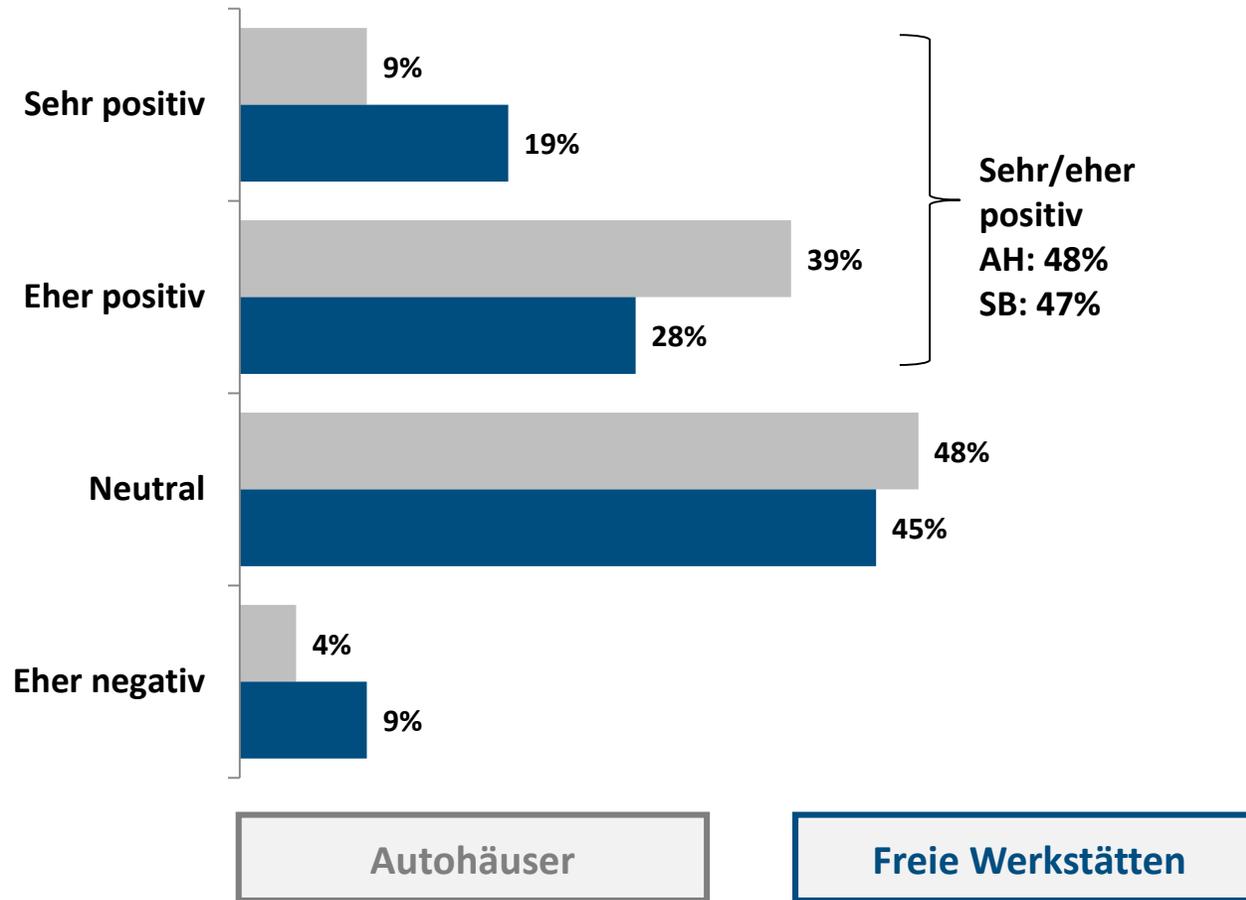
(Filter: wenn Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)



Tradition und Kundenbindung sind die Hauptgründe, Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anzubieten. Das persönliche Interesse ist besonders ausgeprägt bei den freien Werkstätten. Young- und Oldtimer sind für die Mehrheit kein Umsatz- und Margenbringer, das gilt insbesondere für die Autohäuser. Jeder Neueinsteiger sollte ohne Illusionen das Thema angehen und einplanen, dass erst nach einigen Jahren ein einträgliches Geschäft zu erreichen ist.

**Grundsätzlich kann das Thema aber auf das Unternehmensimage und damit auf das gesamte Geschäft einzahlen.**

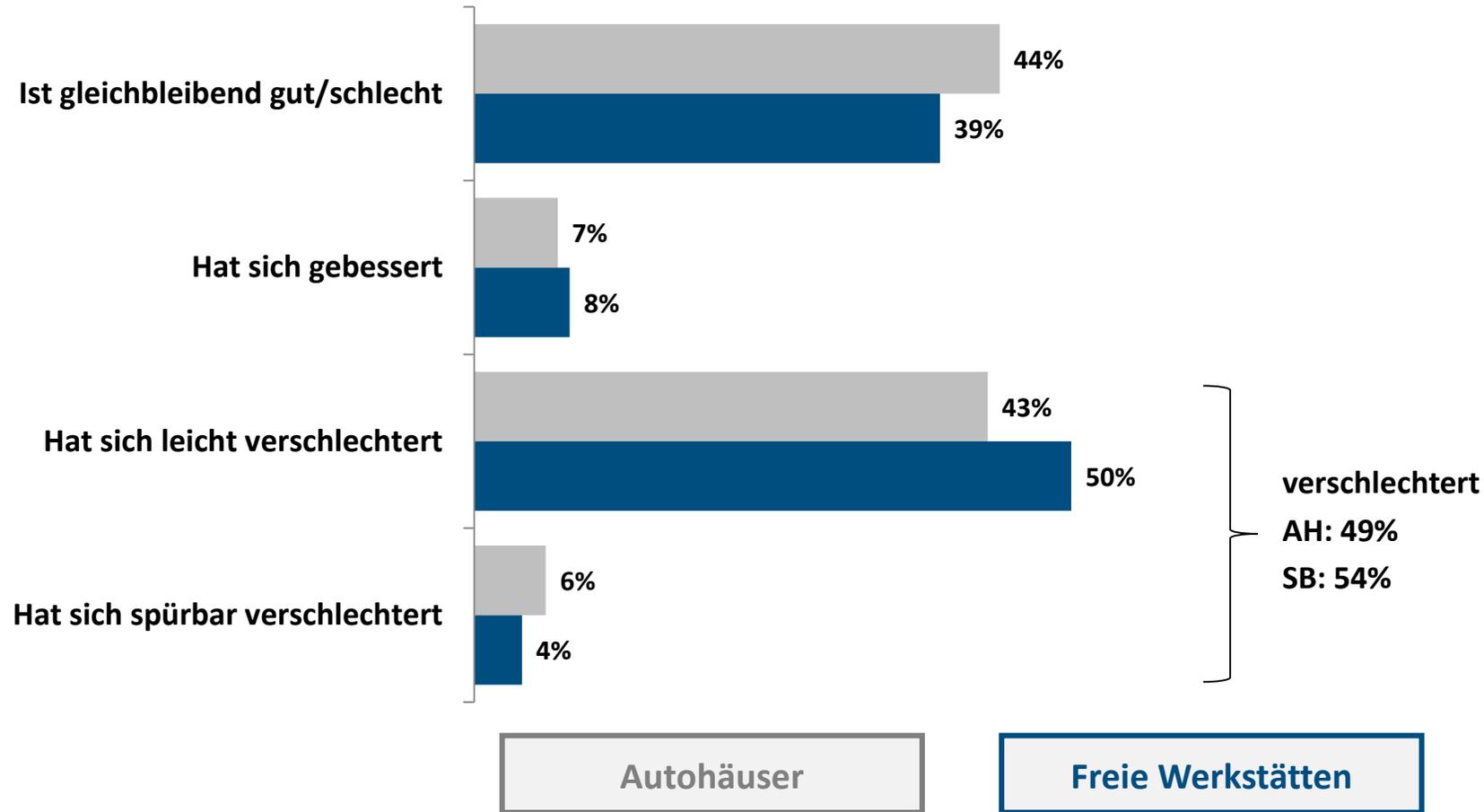
**Wie beurteilen Sie die künftige Entwicklung eines Servicemarktes „Classic“ in wirtschaftlicher Hinsicht?** (Filter: wenn Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)



Rund die Hälfte der Autohäuser und der Servicebetriebe gehen von einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Servicemarktes für Young- und Oldtimer aus.

Nur eine kleine Minderheit ist skeptisch.

**Wie beurteilen Sie die aktuelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen für klassische Fahrzeuge?** (Filter: wenn Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)



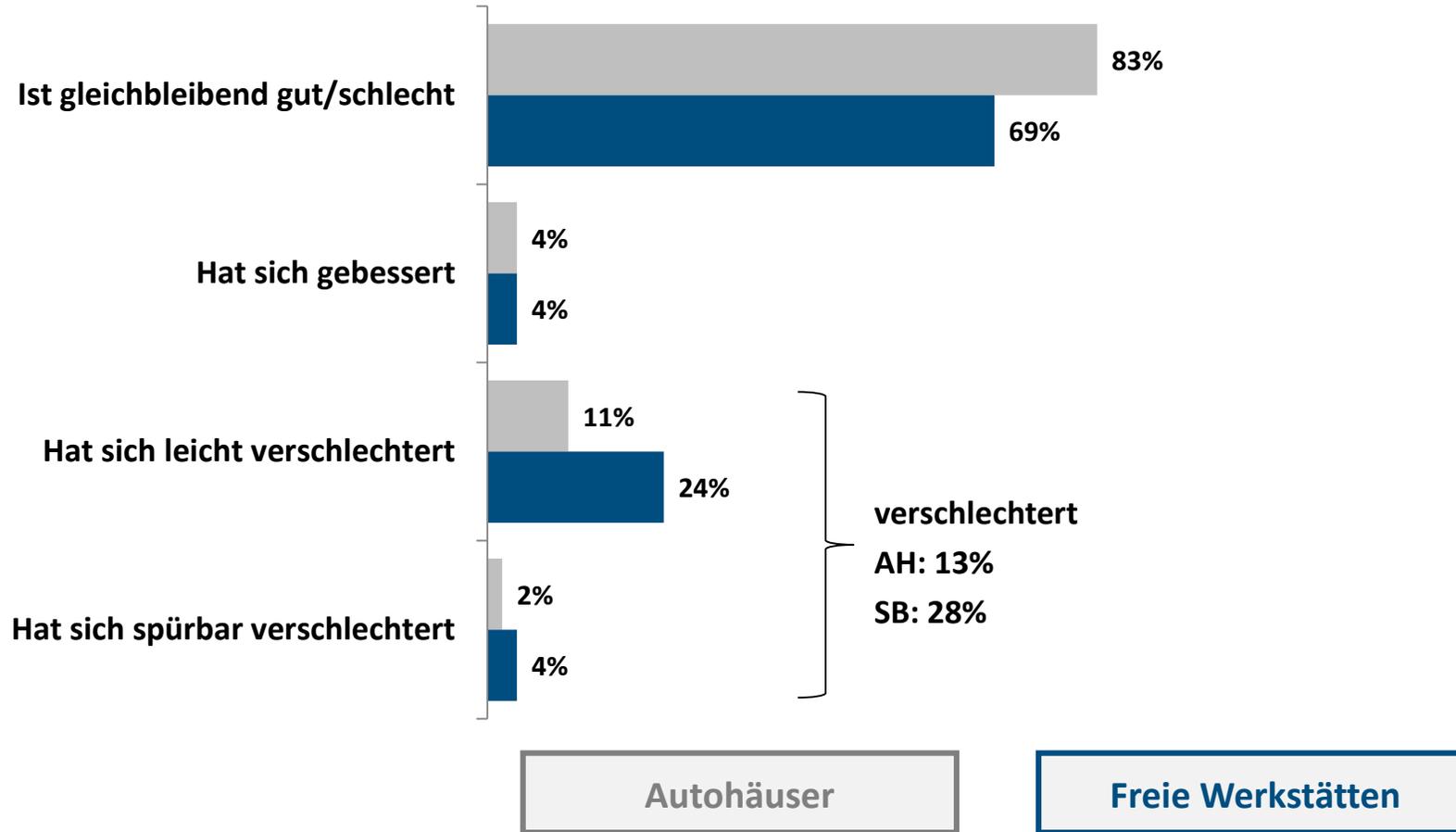
Die aktuelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen für klassische Fahrzeuge wird von etwa der Hälfte der befragten Betriebe als schlechter als zuvor bewertet, ca. 40% halten diese für gleichbleibend.

Etwas häufiger berichten Autohäuser mit europäischen Marken von einer Verschlechterung der Ersatzteilverfügbarkeit.

Im freien Markt wird kein Unterschied in der Beurteilung nach Mitgliedern in Werkstattssystemen oder ganz freien Betrieben offensichtlich.

**Wie beurteilen Sie die aktuelle Qualität von Ersatzteilen für klassische Fahrzeuge?**

(Filter: wenn Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)

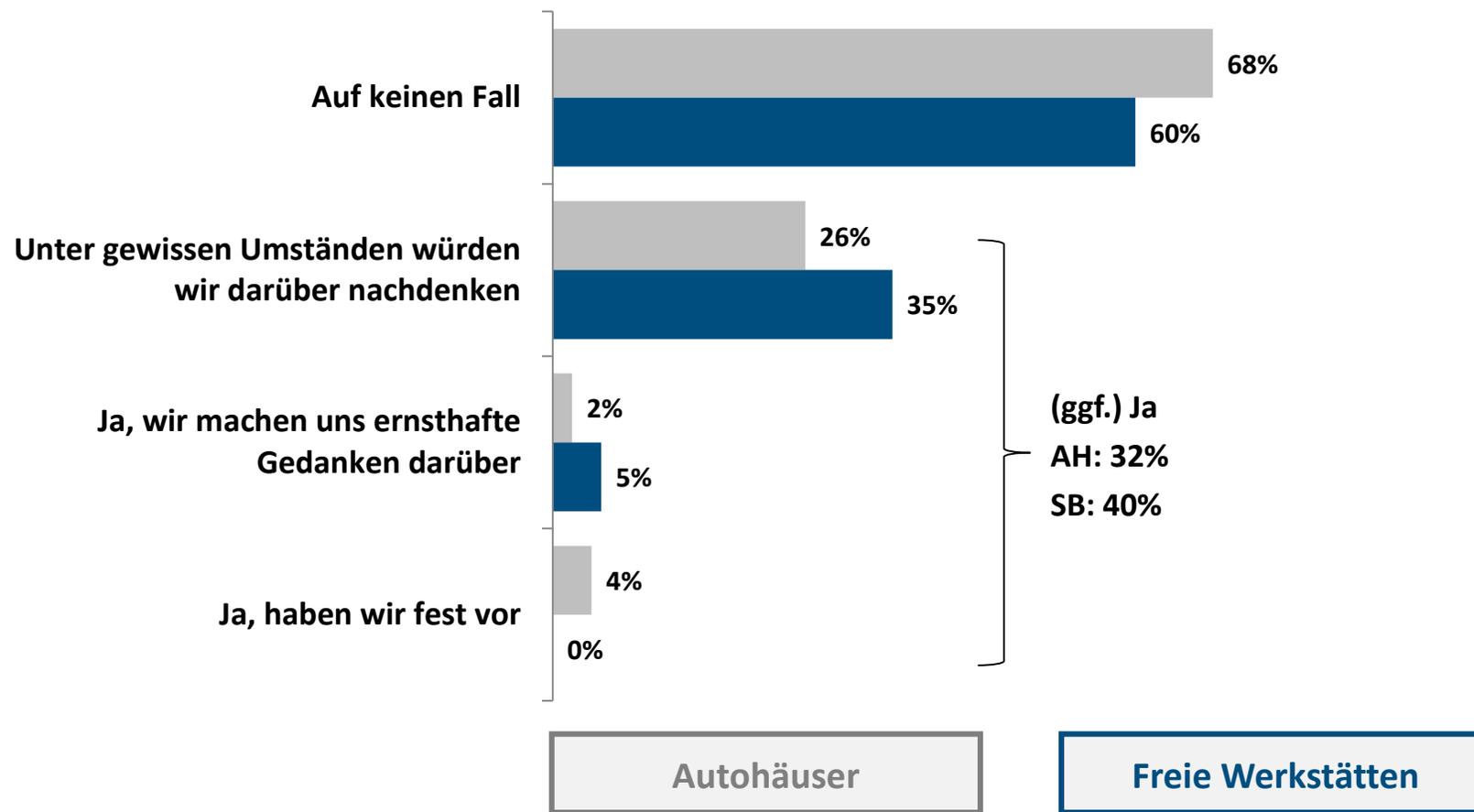


Die aktuelle Qualität von Ersatzteilen für klassische Fahrzeuge bewertet der Großteil der Betriebe als gleichbleibend.

13% der Autohäuser und 28% der Servicebetriebe sehen hier aber eine zumeist leichte Verschlechterung.

## Beabsichtigen Sie, Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anzubieten?

(Filter: wenn keine Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)

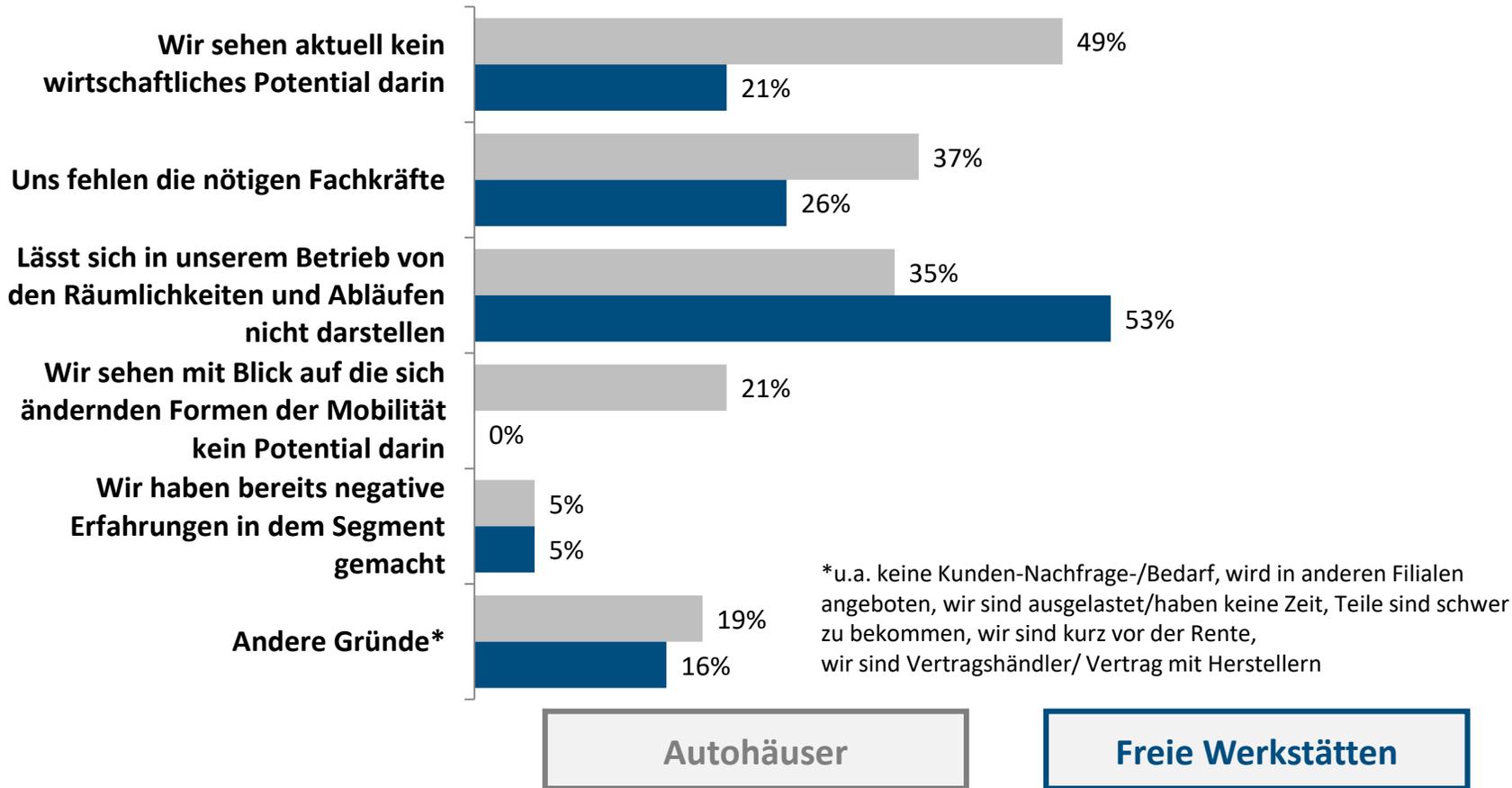


Ein Drittel der Autohäuser und 40% der Servicebetriebe, die aktuell keine Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer anbieten, können sich grundsätzlich vorstellen in der Zukunft in diesem Bereich aktiv zu werden.

Die Zahl der konkreten Interessenten liegt auf beiden Ebenen nur bei ca. 5%, d.h. jeder Zwanzigste.

Hochgerechnet sind das ca. 1.500 Betriebe, die zukünftig in das Classic-Business einsteigen könnten.

**Weshalb beabsichtigen Sie keine Serviceleistungen rund um „Young- und Oldtimer“ anzubieten?** (Filter: wenn keine Serviceleistungen rund um Young- und Oldtimer angeboten werden)



Die Hauptgründe, keine Serviceleistungen rund um „Young- und Oldtimer“ anzubieten, sind aus Sicht der Betriebe das zu geringe wirtschaftliche Potenzial sowie fehlende Fachkräfte und Räumlichkeiten.

Trotz positiver Sicht auf den Gesamtmarkt bestehen Bedenken bezüglich der Wirtschaftlichkeit.

Insbesondere bei kleineren freien Betrieben fehlt es aber an internen Kapazitäten zum Ausbau des Angebotsspektrums.

**Die Branche hat das Problem, geeignetes Personal insbesondere im Werkstattbereich zu finden.**

**Das sind die Themen:**

- Vollbeschäftigung in der Branche insgesamt
- Intensiver Verdrängungswettbewerb rund um Arbeitnehmer
- Fehlender Nachwuchs
- Drohende Besetzungslücken
- Kundenunzufriedenheit durch Wartezeiten
- Überarbeitung des bestehenden Personals
- Fehlendes Personal bei starker Auslastung kostet wichtige Roherträge

**Zusätzlich in der Classic-Branche:**

Warten, Instandhalten und Restaurieren von Oldtimern ist nicht mehr Inhalt der Kfz-Mechatroniker-Ausbildung. Mitarbeiter mit entsprechendem Wissen sind im Ruhestand.

**Das heißt:**

Kfz-Mechatroniker zu finden ist schwer, Classic-Car-Spezialisten noch viel schwerer



Tanja Schmidt  
Head of Sales and HR Consulting

Die Antwort der  
Personalspezialistin:

**Leidenschaft für Classic-Cars**

„ Der Markt ist immer  
spezialisiert auf digitale  
Themen und neuen Techniken  
in Kfz, aber es gibt auch Leute,  
die lieben und suchen diese  
Entschleunigung, das Pure, das  
Handwerk.“

Ende 2022 fragte der Kfz-Betrieb im BDK-BIX speziell zu diesem Thema 100 freie Werkstätten.

Offensichtlich wurde, die Werkstätten gehen bei der Personalrekrutierung immer noch die klassischen Wege.

- Einen eigenen **Karrierebereich** auf der Homepage haben nur 14% aller Werkstätten
- Allgemeine **Jobbörsen** nutzen nur 14%, spezielle Automobil-Jobbörsen nur 5%
- $\frac{3}{4}$  aller Werkstätten nutzen keine **digitalen Kampagnen** zur Mitarbeitersuche über Social Media
- Eine **digitale Bewerbung** über die Karriereseite bieten nur 6%, 16% akzeptieren aber Bewerbungen über WhatsApp
- Nur 11% achten auf die **Arbeitgeber-Bewertungen** der gängigen Portale

### **Das Problem aus dem Alltag der BBE- und VIASONA-Berater:**

Viele Betriebe verzichten darauf, sich als Arbeitgebermarke attraktiv zu präsentieren.

Personal wird von mehr als drei Viertel aller Werkstätten über klassische Kanäle gesucht. Interessenten sind heute aber anders unterwegs und werden so nicht erreicht.

Die Homepages sind unpersönlich gestaltet, Begeisterung für das eigene Tätigkeitsspektrum wird nicht vermittelt.

Bei der Bewerbung werden weiterhin umfangreiche Unterlagen angefordert. Der Bewerbungsprozess wird so zu kompliziert gestaltet.

Gemeinsam mit dem Personalberater VIASONA entwickelt die BBE Automotive GmbH Lösungen zur erfolgreichen Personalrekrutierung auch für Oldtimerspezialisten.

**Hier sind die Tipps:**

- **Employer Branding** – Die Arbeitgebermarke und deren Besonderheit bewusst machen
- **Kandidatenansprache** – Schärfen auf Classic Cars (Arbeitgeber- und Personalmarketing)
- **Reichweite schaffen** – Speziell für die Zielgruppe (online, offline, SEO, Kampagnen)
- **Weiterbildungsmanagement** – Weiterbildung ermöglichen, z.B. Servicespezialist Classic, Restaurator
- **Personalmotivation und –bindung** – Das bestehende Personal mit allen Kräften halten

So kann man die wenigen Suchenden ansprechen und überzeugen und nicht oder latent Suchende erreichen und begeistern.

Parallel gilt es durch permanente Personalarbeit die eigenen Spezialisten im Unternehmen zu halten.

Für die Branche bedeutet das vielfach, umdenken und auch neue Wege bei der Rekrutierung gehen.

Bei konsequenter Umsetzung finden wir genügend Beispiele von Unternehmen, die eine motivierte Mannschaft aufgebaut haben.

## Der ZDK und die Initiative AutoBerufe bieten auf der Webseite [autoberufe.de](https://autoberufe.de) einen Werkzeugkasten für Kfz-Betriebe an, um beim Recruiting neuer Auszubildender zu unterstützen.

Der Werkzeugkasten soll eine Hilfe sein, die Arbeitgebermarke im Bereich Ausbildung aufzubauen, moderne Nachwuchswerbung zu betreiben, potentielle neue Azubis zu erreichen, für das Unternehmen zu gewinnen und einzustellen und diese gut an Bord zu holen und an das Unternehmen zu binden.

### Für den Bereich Old- und Youngtimer bietet die TAK folgende Seminare zur Weiterbildung an:

#### Die Sachverständigentätigkeit im Oldtimer-/Youngtimermarkt

Teil 1: Versicherungsgutachten und Zustandsnoten

Teil 2: Fahrzeugbewertungen und Schadenskalkulation

#### Einstieg in den Oldtimer-/Youngtimermarkt

Basis-Seminar für Mitarbeiter aus Werkstätten und Autohäusern, Auftragsgewinnung und Werkvertrag in der Oldtimer-Werkstattpraxis, Aufbau-Seminar für Mitarbeiter aus Kfz-Werkstätten.

#### Oldtimerrecht

Ein Aufbau-Seminar für Mitarbeiter aus Kfz-Werkstätten und Sachverständige. Restaurierungsethik in der Werkstattpraxis. Ein Aufbau-Seminar für Mitarbeiter aus Kfz-Werkstätten und Sachverständige. Befundung, Bewertung und Kostenplanung am Oldtimer. Ein Aufbau-Seminar für Mitarbeiter aus Kfz-Werkstätten und Sachverständige.

#### Restaurator im Kfz-Handwerk

Es ist geplant, dass sich interessierte Meister und analog Qualifizierte zum staatlich geprüften Restaurator weiterbilden können. Mit der Qualifikation zum „Restaurator Master Professional“ erreichen Sie eine Stufe über dem Kfz-Meister. Der Lernumfang beträgt mindestens 1.600 Stunden. Davon sind 800 Stunden Präsenz und 800 Stunden Selbstlernen.

Quelle: ZDK, Stefan Meyer

### Die Tipps vom ZDK:

#### Wo erreichen wir zukünftige Auszubildende am besten?

**ONLINE** -> z.B. Google, Berufsportale, eigene (Karriere-)Website

**SOCIAL MEDIA** -> Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok und Facebook

#### **PERSÖNLICH** ->

Berufsorientierungstage, Schulvorträge, Ausbildungsmessen, Girls' Day, Nacht der Ausbildung, Azubi-Speed-Dating (online + Präsenz)



**Insgesamt 23 Fahrzeug- und Teilehersteller haben sich an der Online-Befragung beteiligt und Fragen rund um den Markt und das eigene Engagement im Classic-Segment beantwortet. Die Abfrage erfolgte im Februar und März 2023.**

**Ziel der Untersuchung war es, die Sicht der Industrie zu kennen und deren Planungen abzuleiten.**

**Auch die Gründe für ein mögliches Nicht-Engagement waren von besonderer Bedeutung.**

Das Kulturgut wird sehr geschätzt, der Einfluss von Tradition auf das eigene Geschäft aber nicht immer.

Tradition wird nicht immer als Marketinginstrument genutzt.

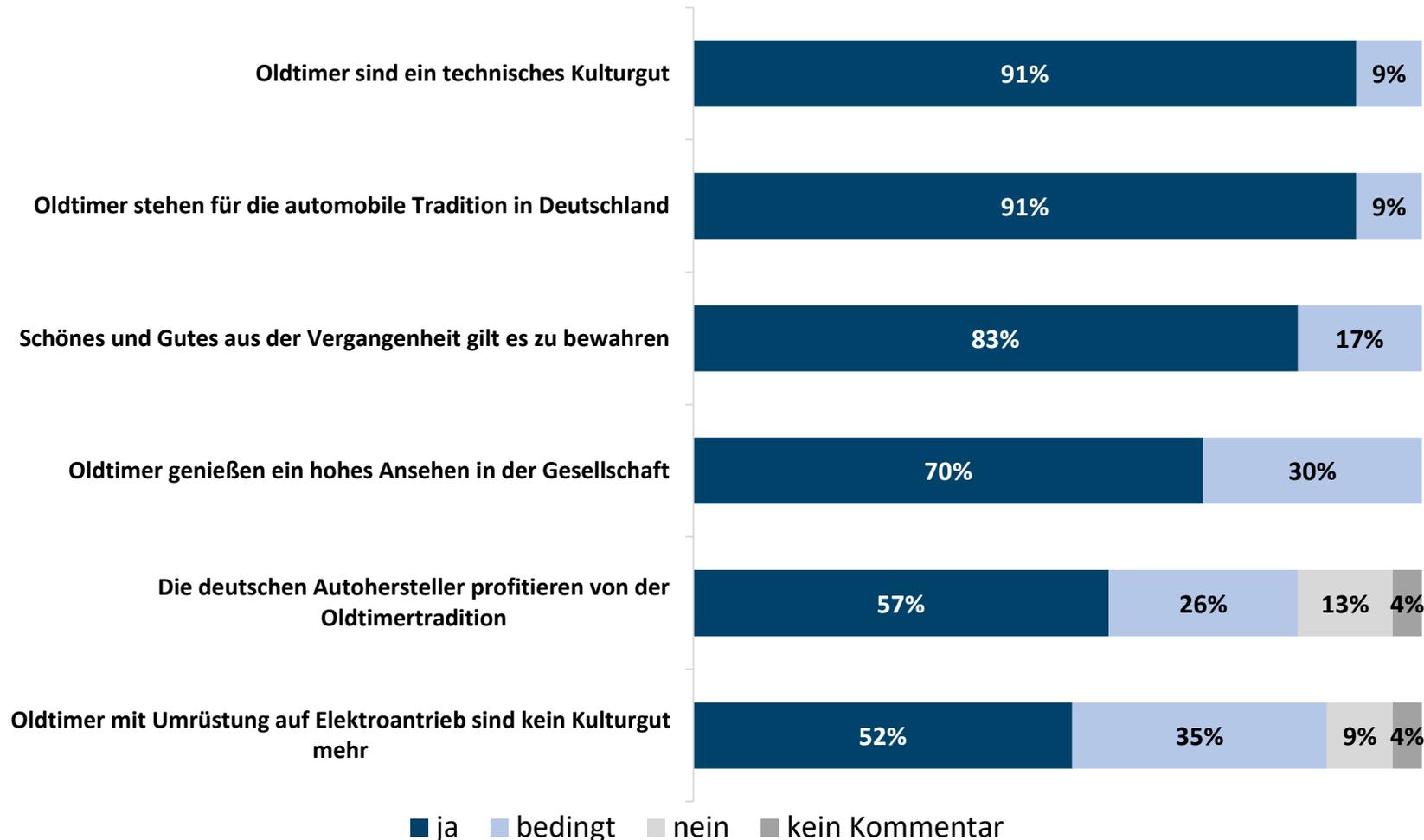
Nachrüstung mit Elektroantrieb wird als wenig chancenreich und kontraproduktiv erkannt.

Auch wenn die Teilelieferung für Oldtimer nicht unbedingt als Zuschussgeschäft gesehen wird, sieht nur jeder vierte Hersteller ein lukratives Geschäft.

**Fazit:**

**Chancen erkannt, ein stärkeres Engagement ist eher unwahrscheinlich**

## Grundsätzliche Einstellung der Teilehersteller zu Oldtimern



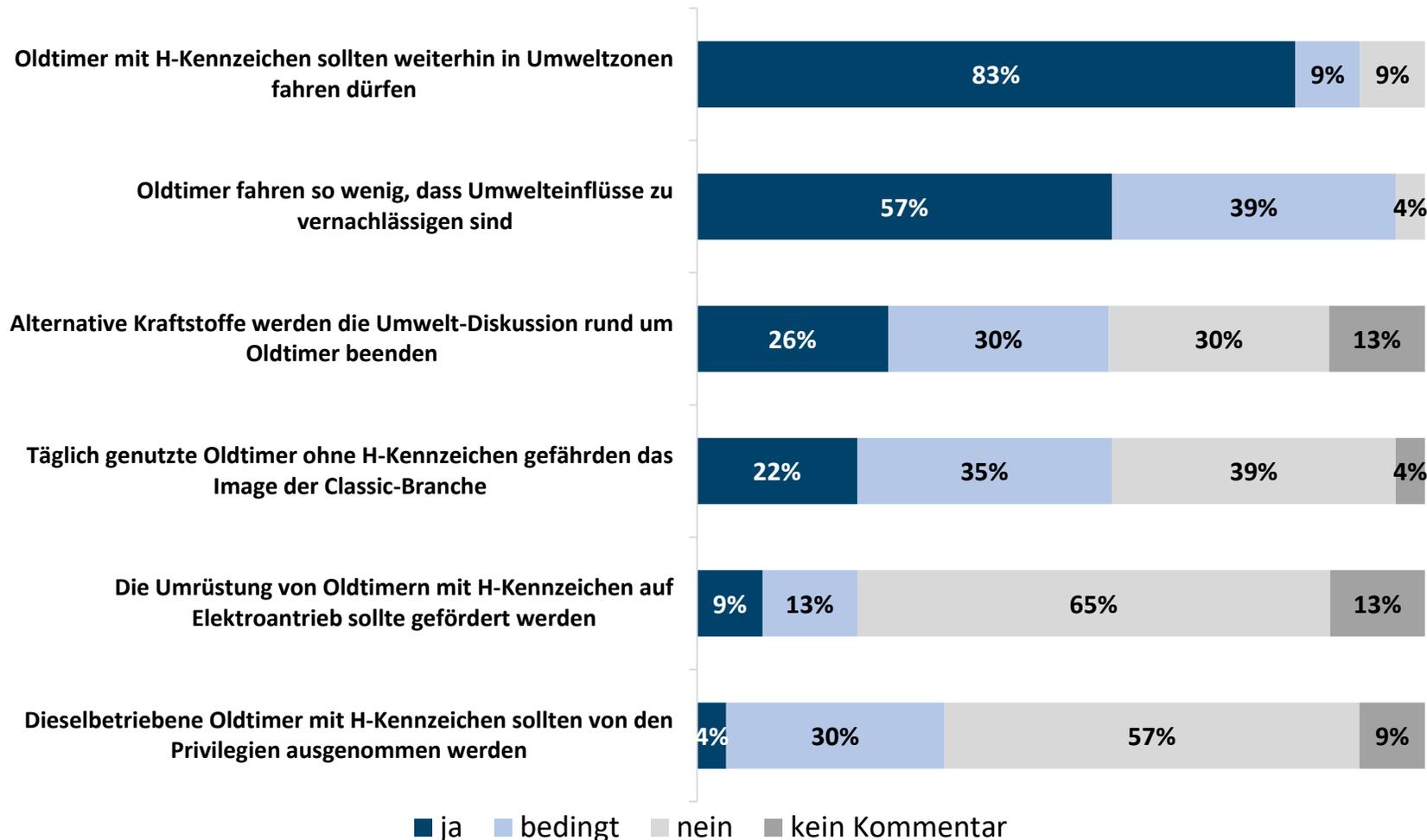
Fast alle sehen den kulturellen Wert der Oldtimer. Auch das Ansehen in der Gesellschaft schätzen mehr als zwei Drittel.

Aber nur 57% attestieren den deutschen Autoherstellern, dass diese von der automobilen Tradition profitieren.

Etwas heterogen, bei tendenzieller Ablehnung, ist die Sicht auf eine Nachrüstung mit Elektroantrieben.

Die Hälfte sieht dann kein Kulturgut mehr, jeder Dritte ist hier aber noch unsicher.

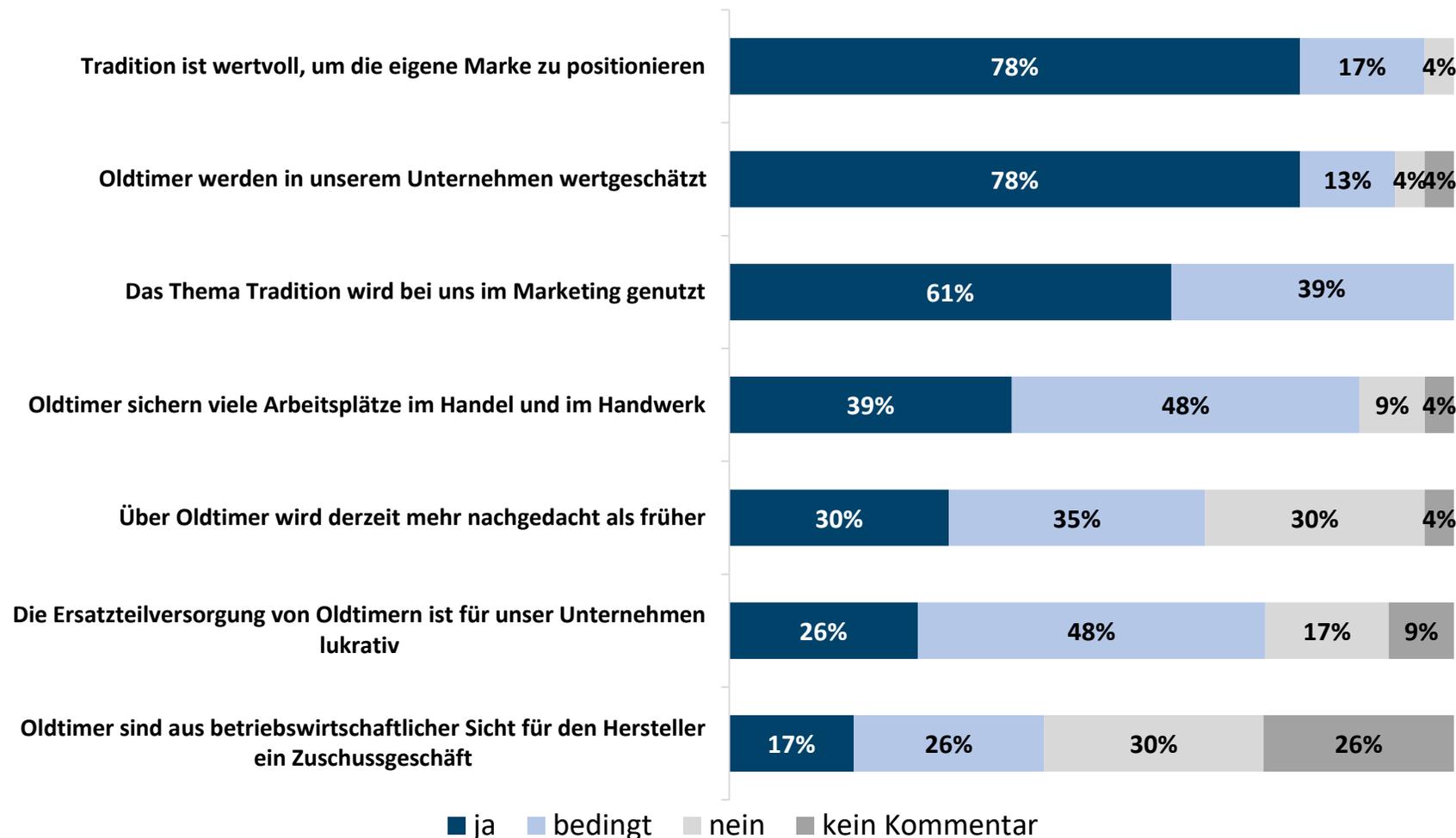
## Umweltthemen aus Sicht der Teileindustrie



Privilegien für Oldtimer befürwortet die Mehrheit, Umwelteinflüsse werden mehrheitlich auch nicht gesehen.

Völlig geteilt ist die Meinung bei den alternativen Kraftstoffen.

**Interne Sicht auf Oldtimer**



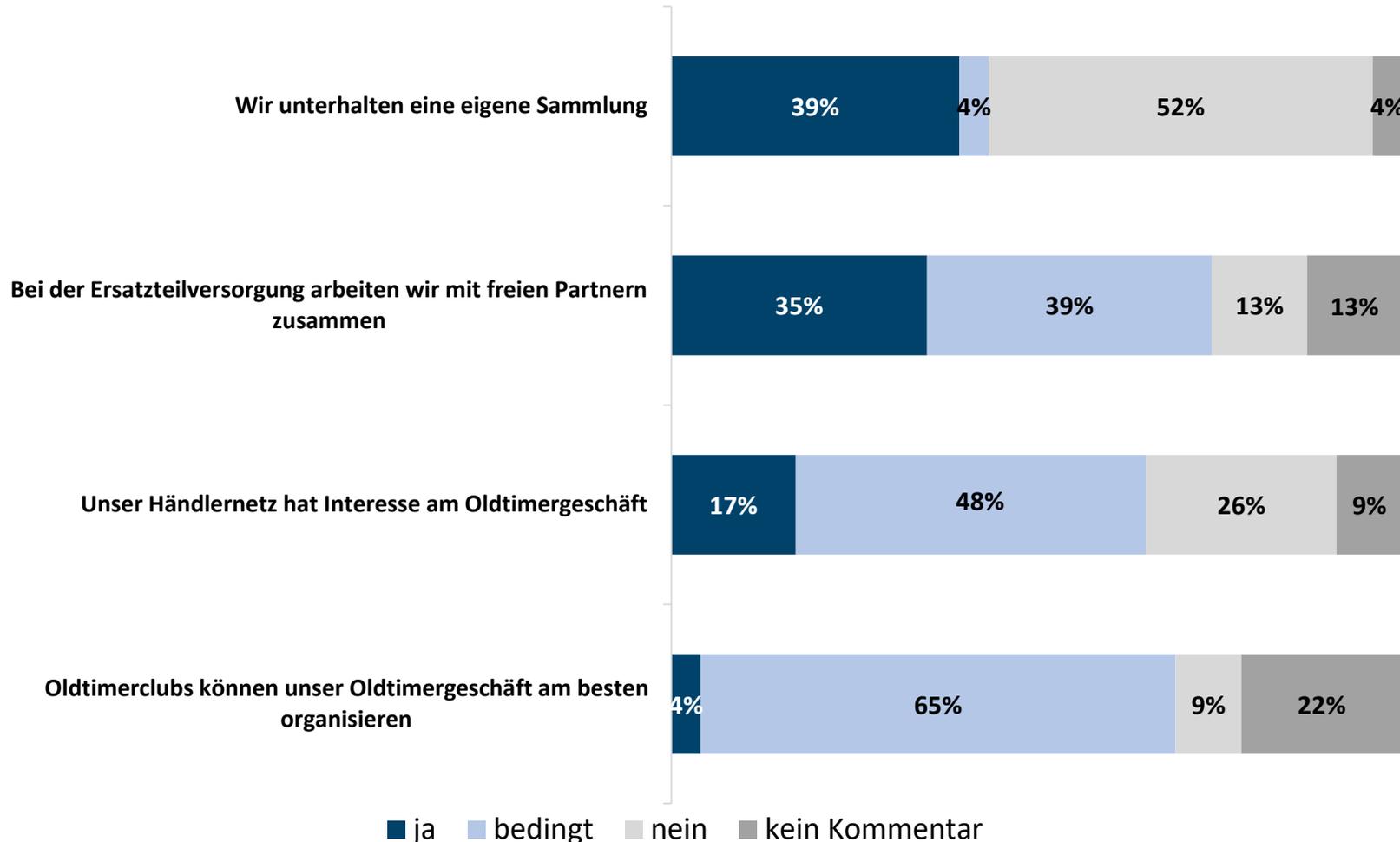
Den Wert der Tradition sehen 78%, bestätigt wird auch eine Wertschätzung der Oldtimer. Jedoch nutzen nur 61% die Tradition für das eigene Marketing.

Auch wenn die Teilelieferung für Oldtimer nicht unbedingt als Zuschussgeschäft gesehen wird, sieht nur jeder vierte Hersteller ein lukratives Geschäft.

Ein Umdenken bestätigt aber fast jedes dritte Unternehmen.

Quelle: BBE Herstellerbefragung, n=23; Februar-März 2023

### Interner Umgang mit dem Oldtimergeschäft

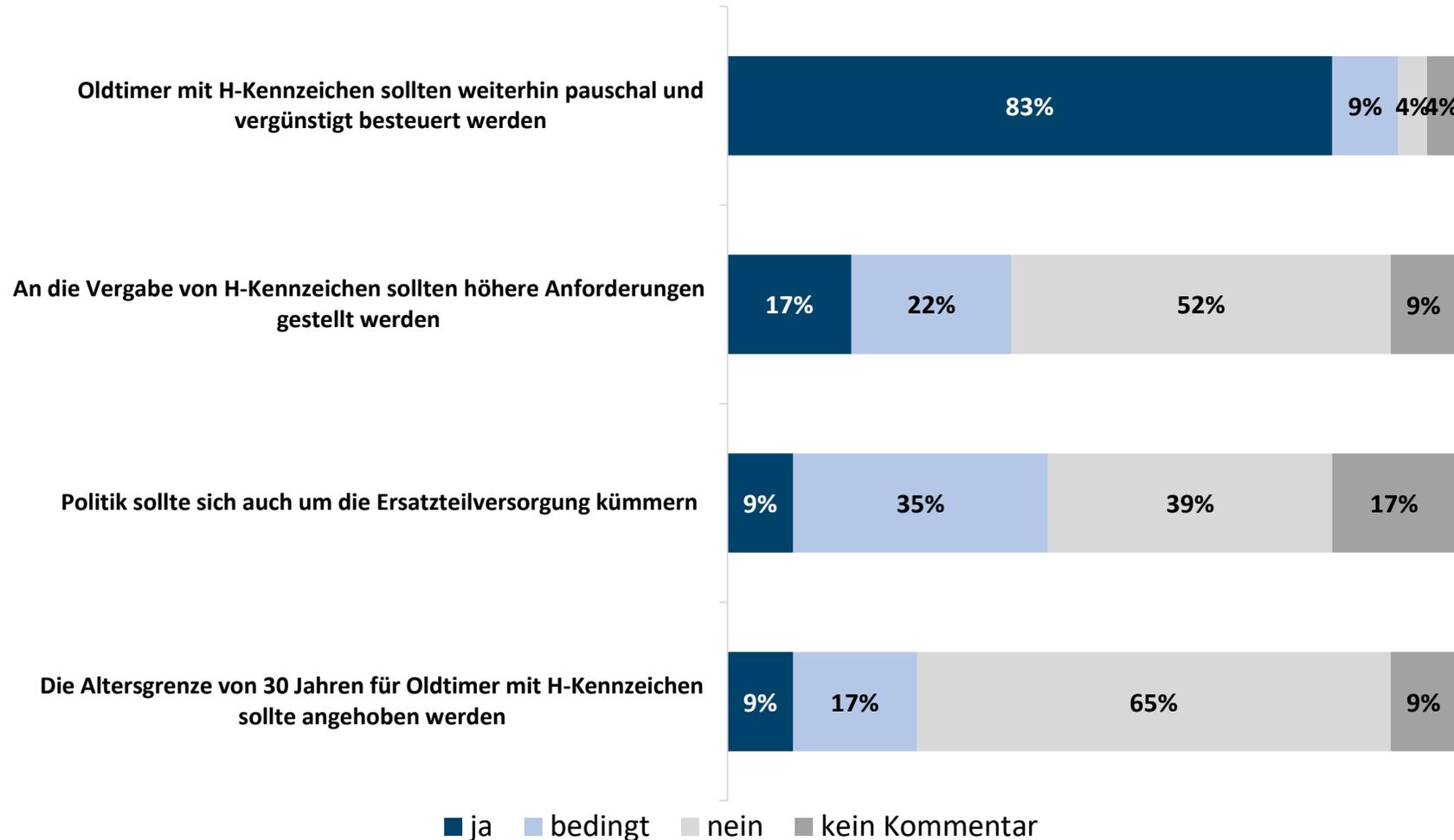


Oldtimer werden bei fast 40% auch in Form eigener Sammlungen gelebt. Es erfolgt aber nur selten eine Zusammenarbeit mit freien Anbietern und auch die Kooperation mit Clubs ist kaum vorhanden.

Die aktuell vorhandene Zurückhaltung resultiert wohl auch aus dem bestätigten, noch verhaltenen Interesse der Handelspartner.

Quelle: BBE Herstellerbefragung, n=23; Februar-März 2023

Wünsche für die Branche

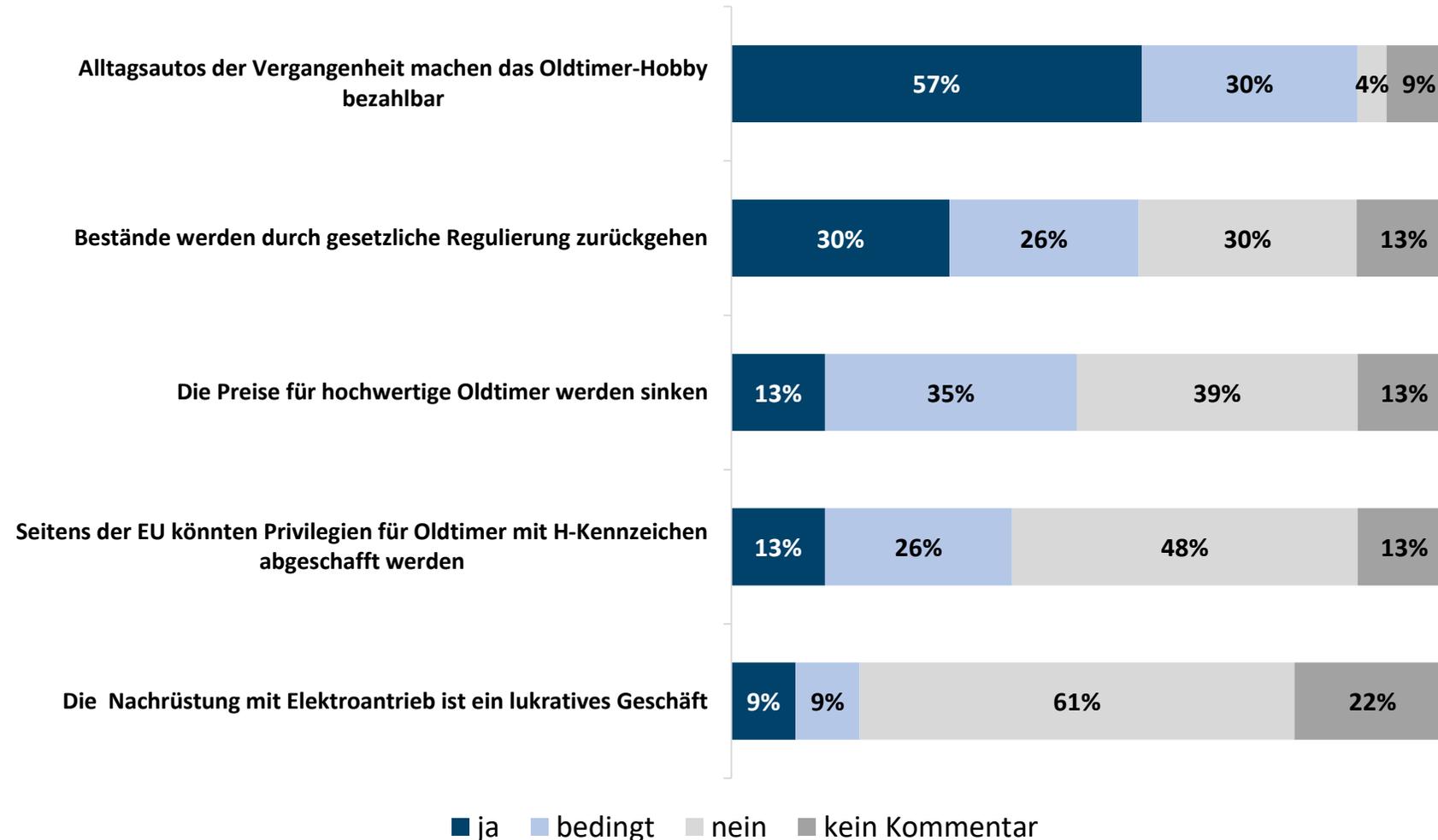


Die bestehende H-Kennzeichenpraxis soll aus deutlich mehrheitlicher Sicht der Industrie beibehalten werden.

Wünsche an die Politik sich um die Ersatzteilversorgung zu kümmern, werden kaum geäußert.

Quelle: BBE Herstellerbefragung, n=23; Februar-März 2023

Erwartungen für die Zukunft



Mehrheitlich wird eine bessere Bezahlbarkeit des Hobbies in der Zukunft erwartet.

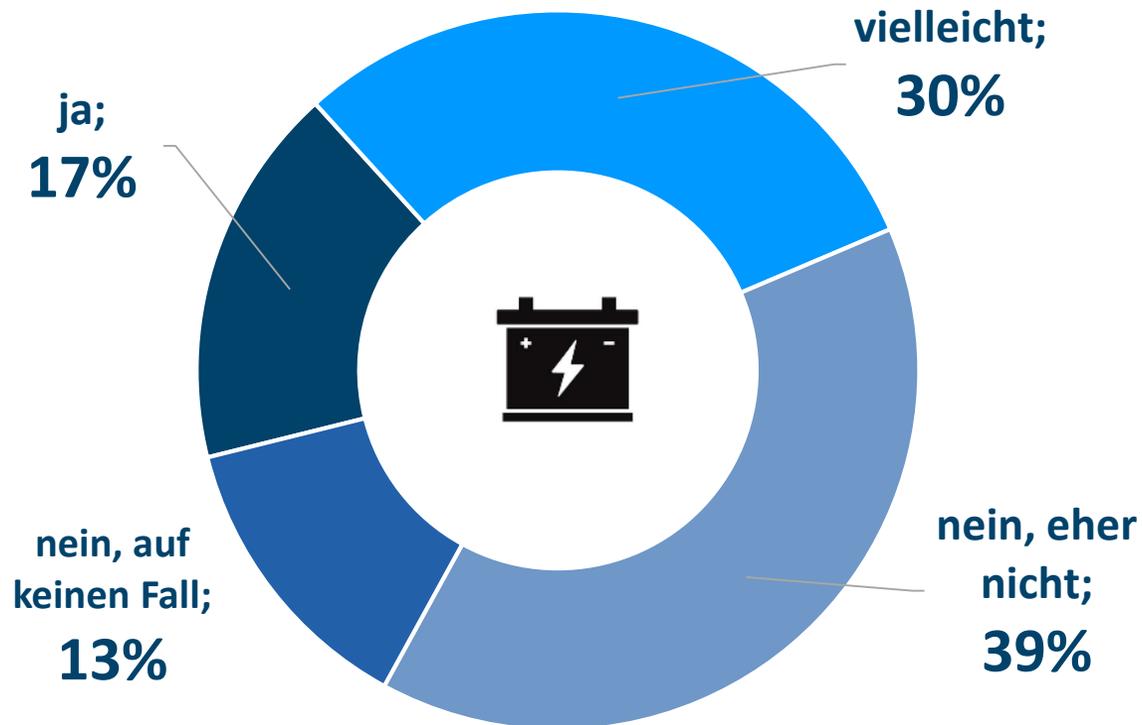
Ein lukratives Geschäft durch Nachrüstung mit Elektroantrieb erwarten nur wenige.

Bezüglich der Entwicklung der Preise für hochwertige Oldtimer finden wir keine einheitliche Meinung.

Quelle: BBE Herstellerbefragung, n=23; Februar-März 2023

## Zu Wasserstoff als Treibstoff

Sehen Sie in der Zukunft Chancen, dass Oldtimer als Verbrenner mit Wasserstoff betrieben werden können?



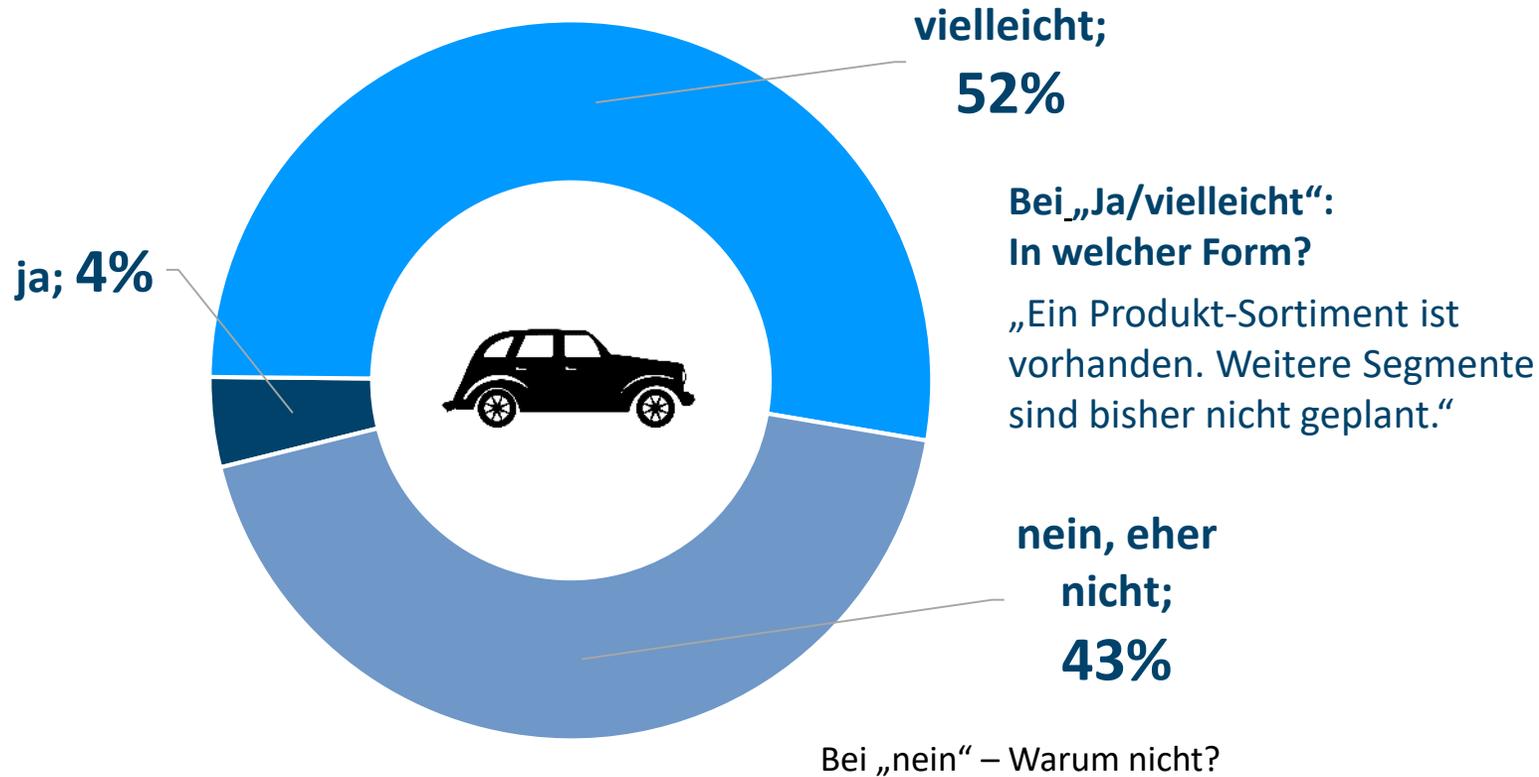
**Wasserstoff als Treibstoff für Oldtimer wird von fast der Hälfte durchaus als Option gesehen.**

**Ausgewählte Kommentare:**

- „Hängt von der allgemeinen Entwicklung ab.“
- „Platz und Gewicht für die Umrüstung je nach Fahrzeugtyp können Schwierigkeiten bereiten.“
- „Weil sich keiner auf diese Umstellung einstellen wird; ein Oldtimer bleibt immer Oldtimer solange nicht herumgebastelt wird.“

## Zum Engagement im eigenen Unternehmen

Wird sich Ihr Unternehmen zukünftig stärker im Geschäft mit Young- und Oldtimern engagieren?



**Direkte Planungen werden nicht offensichtlich, jeder Zweite antwortet aber mit „Vielleicht“.**

### Ausgewählte Kommentare:

Bei „nein“ – Warum nicht?

- „Fokus auf aktuelle und künftige Modelle. Wir verfügen bereits über eine Classic-Linie.“
- „Fokus auf zukünftige Mobilitätskonzepte“
- „keine Manpower, bzw. kein Know How“



**D**

## **Ausblick**

**Technik, Bestände, Zielgruppen**

## Nachrüstung mit Elektroantrieb

### Technischer Anspruch?

- Der Umbau auf einen E-Antrieb ist **technisch anspruchsvoll**. Rechtlich ist das eine grundlegende Modifizierung des Fahrzeugs.
- So ist nach Fertigstellung eine **Zulassung von einer Sachverständigenorganisation** notwendig.
- Das H-Kennzeichen geht verloren, kann aber durch ein derzeit steuerlich auch begünstigtes **E-Kennzeichen** ersetzt werden.

### Akzeptanz in der Szene?

- Die aktuelle Oldtimerszene steht einer Umrüstung auf E-Antrieb sicherlich **skeptisch gegenüber**, zu sehr fasziniert die alte Verbrenner-Technik.
- Neue Zielgruppen können aber erreicht werden, nicht nur die auf Nachhaltigkeit bedachten Verbraucher.
- E-Oldtimer können bei aktivem Marketing aber durchaus einen **speziellen Kultstatus** erlangen.

Die Szene wächst, **Volkswagen** ist mit **eClassics** und dem **Team E-Kit** eingestiegen. Die Kosten liegen im fünfstelligen Bereich. Im Netz werden auch Umrüstungen im Bereich von 10.000 bis 15.000 € angeboten.

Für **Premiumfahrzeuge** werden aber in der Regel **deutlich mehr als 50.000 €** aufgerufen.

**Classic-Trader** hat in einer Befragung von **1.968 Plattformnutzern** festgestellt, dass **13%** bei **Restriktionen** bereit wären, den **Oldtimer auf Elektro umzurüsten**. Insgesamt zeigten sich aber nur **27%** informiert bezüglich des Themas.

## E-Fuels

- Aus Sicht einiger Insider ist das eher **unwahrscheinlich**.
- Die Umwandlungs-Verluste sind groß und der Bedarf an der Nutzung von erneuerbaren Energien für andere Bereiche so sehr in Konkurrenz, dass viele erwarten, dass **E-Fuels und Wasserstoff eine Nische bleiben** werden.
- Zum Beispiel für den Rennsport aber auch für Oldtimer.
- Vor allem **Flug-Kerosin** wird hier als sehr interessant gesehen.

### Wie sieht es bei Oldtimern aus?

- Sollten Oldtimer zunehmenden Restriktionen ausgesetzt sein, können E-Fuels den Weiterbetrieb sicherstellen.
- Auszugehen ist aber von deutlich höheren Kosten pro Liter, die nicht von allen akzeptiert werden.
- Viele müssten dann aussteigen

#### Technisch:

- Erste Tests zeigen, dass auch ältere Verbrenner diesen Kraftstoff vertragen.

## Was sind E-Fuels?

Flüssige Energieträger, die auf Basis erneuerbarer Energien synthetisch hergestellt werden.

Zunächst wird mithilfe von Ökostrom per Elektrolyse Wasserstoff erzeugt. Der wird dann zusammen mit Kohlenstoff, der aus CO<sub>2</sub> gewonnen werden kann, zu einem flüssigen Energieträger synthetisiert, der CO<sub>2</sub>-neutral verbrennt:

**Denn bei der Verbrennung wird dieselbe Menge CO<sub>2</sub> freigesetzt, die bei der Produktion der Atmosphäre entzogen wird.**

## Statement des ZDK zu den E-Fuels:

**E-Fuels bieten nicht nur den Fahrern von Old- und Youngtimern, sondern allen 48 Millionen Autofahrerinnen und Autofahrern von Pkw mit Benzin- oder Dieselmotor in Deutschland die Möglichkeit, ohne technische Anpassungen an ihrem Fahrzeug einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.**

**Wasserstoff kann in Ländern hergestellt werden, die über mehr Wind- und Sonnenkraft verfügen als Deutschland, und dann als E-Fuel über bestehende Infrastrukturen wie Tankschiffe, Pipelines oder Lkw einfach und kostengünstig importiert werden. E-Fuels stehen damit nicht in Konkurrenz zu den knappen Mengen erneuerbaren Stroms in Deutschland. Eher wird das globale Potenzial erneuerbarer Energie besser erschlossen und die Wirkungsgradverluste von Wasserstoff und E-Fuels im Vergleich zur direkt-elektrischen Nutzung in Deutschland kompensiert. Bei der Produktion von E-Fuels entstehen neben E-Kerosin immer auch Koppelprodukte wie E-Benzin und E-Diesel, die nicht in der Luftfahrt eingesetzt werden können.**

**Über die Beimischung von E-Fuels kann ein Markthochlauf erzeugt werden: Je günstiger der synthetische Sprit über die Zeit wird, um so mehr könnte dem herkömmlichen Sprit beigemischt werden.**

Quelle: ZDK (Stefan Mayer)

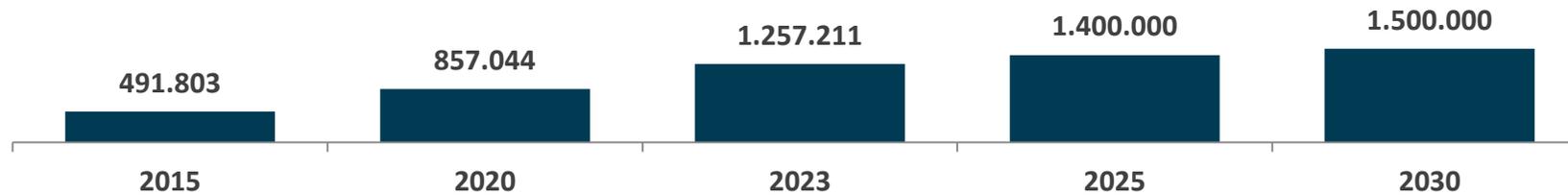


Auf der Automechanika 2022 in Frankfurt am Main stellte der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) gemeinsam mit den „Autodoktoren“ Holger Parsch und Hans Jürgen Faul die Ergebnisse des **Projekts „E-Fuels for Future“** vor.

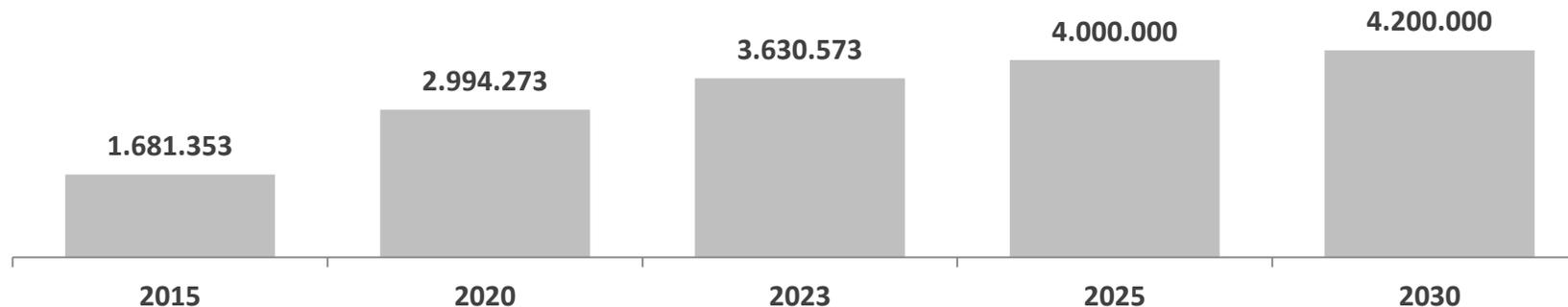
Der Praxistest und die Prüfergebnisse des ADAC zeigen: Die Abgas- und Verbrauchswerte liegen bei der Nutzung von E-Fuels auf einem vergleichbaren Niveau der Werte herkömmlicher Kraftstoffe und weit unterhalb der zulässigen und sehr strikten Emissionsgrenzwerte in der EU. Auch bei den technischen Eigenschaften, der Leistung und dem Fahrverhalten sind keine Unterschiede spürbar.

Die „Autodoktoren“ haben „E-Fuels for Future“ über mehrere Monate begleitet, sind das Testfahrzeug selbst viele hundert Kilometer gefahren und haben drei Videobeiträge dazu auf ihrem YouTube-Kanal veröffentlicht, die bereits fast eine Million Zuschauer hatte: [youtube.com/Autodoktoren](https://youtube.com/Autodoktoren)

### Entwicklung Bestand PKW (30 Jahre und älter)



### Entwicklung Bestand Youngtimer (20 bis 29 Jahre)



#### Wo geht es beim Bestand hin?

(Ergebnis einer Expertendiskussion)

**Bis zum Jahr 2030 deuten alle Prognosen auf einen insgesamt eher stagnierenden PKW-Bestand hin.**

**Bis 2030 werden nach BBE-Berechnungen auch immer noch drei Viertel des Bestands über einen Verbrennermotor verfügen, auch wenn Neuzulassungen nicht mehr möglich sind.**

**Der Markt der Old- und Youngtimer kann in dieser Zeit noch durch jungen Nachwuchs wachsen, die Dynamik der letzten Jahre wird aber etwas zurückgehen.**

## **Die Szene hat eine große Chance in den nächsten Jahren jungen Nachwuchs zu finden.**

Dieser nutzt die Chancen des günstigen Einstiegs in die Oldtimerei und trifft sich in unterschiedlichen digital organisierten Communities. Die Kaufabsichten sind vorhanden.

Zur Motivation tragen dabei folgende Punkte bei:

- Grundsätzlicher **Retro-/Vintage-Trend**, Retro ist cool!
- **Freude an dem Anderen**, Pendant zu uniformen Mainstream-Fahrzeugen
- **Spaß, in der Gemeinschaft einem Hobby nachzugehen**

Dieser Nachwuchs wird notwendig sein, denn 2030 werden die jetzt noch aktiven über 70-jährigen nicht mehr dem Hobby nachgehen und die starke Baby-Boomer-Generation, die derzeit teilweise noch einsteigt, auch bereits um die 70 oder darüber sein.

Sollten diese jungen Menschen nicht nachwachsen, dann wird die Nische der Oldtimer deutlich kleiner werden. Seitens der Politik wird derzeit nicht erwartet, dass es zu großen Restriktionen bezüglich des Betriebs von Oldtimern kommen wird.

Aktuell überwiegt noch die Bedeutung des Kulturguts gegenüber dem auch zukünftig weit unter einem Prozent liegenden Anteil an den Fahrleistungen.

**Interesse ist da.  
Die Branche braucht  
Nachwuchs,  
jetzt!**



Quelle: Adobe Stock

Die Branche kann auch in den nächsten Jahren auf ein sicheres Ertragspotenzial bauen. Die Kunden sind bereit, Geld in das Hobby zu investieren. Es bleiben aber die Probleme, das geeignete Personal zu finden, welches noch die alten Techniken beherrscht. Auch die Teileversorgung wird durch die immense Modellvielfalt immer herausfordernder.

Hier sind die Anbieter pragmatischer Lösungen gefragt, bei der Teileaufbereitung, Teilerecherche und auch bei einem geschickten Management von Gebrauchtteilen. Kreative Lösungen werden hier auf große Nachfrage treffen.

Werkstätten und Autohäuser, die sich in der Classic Szene aktuell engagieren, müssen sich noch aktiver präsentieren. Sichtbarkeit im Netz mit der Konzentration auf spezielle Themen führt sehr schnell zu einer höheren Kundennachfrage. Dabei sollte nicht vergessen werden, dass die Kunden jünger werden und entsprechend angesprochen werden müssen. Ein sehr schöner Nebeneffekt: Besitzer von Oldtimer haben in der Regel mehrere PKW im Haus.

### **Abschließend noch eine Anregung für die Teile- und Fahrzeughersteller:**

Tradition zahlt vielfach noch auf den Erfolg einer Marke ein, auch wenn das Business Modell im Teilebereich aufgrund begrenzter Volumina für viele schwer darstellbar ist. Die aus der Vergangenheit resultierenden Markenwerte dürfen nicht vergessen werden. Ein Engagement in der Szene sichert Aufmerksamkeit und Sympathie in der automobilen Gesellschaft.

### **Reparaturbranche:**

- Gute Aussichten
- Personal finden
- Kreative Lösungen anbieten
- Cross Selling nutzen
- Digital sichtbar werden

### **Teile- und Fahrzeughersteller:**

- Tradition als Markenwert schätzen
- Präsenz zeigen
- Sympathiewerte steigern

- Der Markt ist **gewachsen**
- Es kommen neue, aber andere Fahrzeuge
  - **Junge Menschen** wachsen nach
- Die Bevölkerung blickt **positiv** auf die Oldtimer
  - Die Umweltbelastung ist **sehr gering**
  - Die wirtschaftliche Bedeutung ist **groß**
- **3,8 Milliarden €** Reparatur- und Wartungsvolumen im Kernsegment
  - Der Markt bleibt **stabil**



**Gerd Heinemann**  
Geschäftsführer

+49 (0) 221 93655-252

gheinemann@bbe-automotive.de



**Agnieszka Sion**  
Projekt Managerin

+49 (0) 221 93655-259

asion@bbe-automotive.de



**BBE Automotive GmbH**

Sachsenring 69

50677 Köln

www.bbe-automotive.de

**Feedback zur Studie:**

Nutzen Sie folgende E-Mailadresse für Ihr Feedback zur Studie und bei Rückfragen:

[feedback@bbe-automotive.de](mailto:feedback@bbe-automotive.de)

Wir freuen auf die Diskussion mit Ihnen.