



Verband der
Automobilindustrie

Verband der
Automobilindustrie e.V. (VDA)

Behrenstraße 35
10117 Berlin

T +49 30 897 842 - 120
F +49 30 897 842 - 600

presse@vda.de
www.vda.de
Twitter @VDA_online

Gemeinsame Pressemitteilung

Classic Cars, ein Milliarden-Markt im Wandel

VDA, ZDK, und VDIK stellen umfangreiche Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung des Marktes für Youngtimer und Oldtimer vor.

Frankfurt am Main, 14. September 2018

Für die neue Studie „Classic Cars – Milliarden-Markt im Wandel“ hat die Unternehmensberatung BBE Automotive den Markt für Youngtimer und Oldtimer untersucht. Getragen wird die Studie vom Verband der Automobilindustrie (VDA), vom Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) und dem Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK). Weitere Studienpartner sind der Automobilclub von Deutschland (AvD), FSP/TÜV Rheinland, Bosch, Vredestein, Württembergische Versicherung, Classic Data, Oldtimermarkt und Santander, die zur aktiven Mitarbeit an dieser Studie gewonnen werden konnten.

Der Markt für echte Classic Cars umfasst laut den Autoren der Studie rund 2,2 Millionen Fahrzeuge. Diese Oldtimer ab 30 Jahren und die in der Freizeit genutzten Youngtimer ab 20 Jahren stehen in Summe für ein Marktvolumen von etwa 10 Milliarden Euro. Die Zahl der Classic Cars in diesem Markt wird insbesondere durch preiswertere Fahrzeuge wachsen. Stagnieren wird jedoch das Marktvolumen, da jüngere Besitzer weniger Geld für Oldtimer ausgeben. Sorge um den Nachwuchs haben die Autoren allerdings nicht. So zeigt auch die IfD-Allensbach Oldtimer-Studie, dass sich 15 Millionen Menschen in Deutschland für Oldtimer interessieren.

Der Käfer rollt und rollt

Mit mehr als 50.000 Fahrzeugen ist und bleibt der VW Käfer das volumenstärkste Oldtimermodell. Es folgt der Mercedes-Benz W 123. Mit dem VW Golf, dem 3er BMW und der Mercedes-Benz E-Klasse (W 124) stehen Newcomer bereit, die mit hohen Stückzahlen in das Segment der über 30-jährigen nachrücken. Insgesamt wird das Oldtimersegment von deutschen Marken dominiert, 70 Prozent aller Oldtimer ab 30 Jahre tragen ein deutsches Markenlogo. Es folgen die italienischen Marken mit einem Anteil von 7 Prozent, gefolgt von britischen und US-amerikanischen mit 6 Prozent sowie französischen Marken mit einem Anteil von 5 Prozent.



Neue Zielgruppen

Die Oldtimer-Branche muss sich auf neue Zielgruppen einstellen. Classic Cars der Zukunft sind nicht mehr nur die in der Vergangenheit immer teurer gewordenen Premiummodelle. Volumenmodelle der 1980er und 1990er Jahre werden immer interessanter. Gekauft werden diese aus den gleichen emotionalen Gründen wie teurere Oldtimer: Spaß am Fahren, Erinnerung an alte Zeiten. Die Ausgabebereitschaft beim Erwerb dieser Klassiker ist aber begrenzt. Die Studie zeigt gleichzeitig eine Abkühlung der Verkaufspreise von Oldtimer der Premiummarken. Die Angebotspreise für Klassiker wie den Mercedes SL und den Porsche 911er sind unter Druck. Bei historischen Volumenmodellen wie dem VW Käfer werden hingegen Preissteigerungen beobachtet.

Jährlicher Zuwachs von 70.000 Fahrzeugen

Die Studienautoren erwarten in den kommenden Jahren einen jährlichen Zuwachs um etwa 70.000 Fahrzeuge, die den Sprung über die 30-Jahre-Hürde schaffen. Neben den Premiumfabrikaten sind das insbesondere Cabrios, Coupés und Sportwagen, aber auch die ehemaligen DDR- bzw. osteuropäischen Marken, die über eine eingeschworene Community verfügen.

Regionale Oldtimer-Hochburgen

Untersucht wurde auch die regionale Verteilung der Young- und Oldtimer. Oldtimer-Hochburgen liegen eindeutig in kaufkraftstarken Regionen. Die deutsche Oldtimer-Hauptstadt ist mit fast 20.000 angemeldeten Oldtimern München. Hier liegt der Anteil am Gesamt-Pkw-Bestand bei 2,7 Prozent gegenüber 1,5 Prozent bundesweit. Überdurchschnittlich hohe Anteile sind auch im Rhein-Kreis Neuss, in Mannheim und im Landkreis Offenbach zu finden. Die Studie ordnet auch einzelne Fahrzeug-Typen regional zu.

VDA-Geschäftsführer Dr. Joachim Damasky: „Deutschland gilt als das Geburtsland des Automobils. Die Automobilindustrie pflegt ihre Tradition ganz bewusst. Oldtimer sind ideale Markenbotschafter. Sie stehen für Qualität, Langlebigkeit, Innovation und Design. Der VDA setzt sich dafür ein, dass historische Fahrzeuge auch künftig problemlos auf öffentlichen Straßen betrieben werden können. Oldtimer können und sollen sich eben nicht an aktuelle Standards anpassen müssen. Sie sollen ihren ursprünglichen Charakter behalten dürfen. Die technische Lücke zwischen aktuellen und historischen Fahrzeugen wird aber tendenziell größer. Deswegen brauchen wir auch künftig Ausnahmen für Oldtimer.“

Wir werden in den kommenden Jahren noch mehr Classic Cars auf unseren Straßen bewundern dürfen. Dieser Trend hält an. Neue, insbesondere jüngere Zielgruppen entdecken die Classic Cars. Oldtimer erfreuen sich also immer größerer Sympathie und stoßen bei immer mehr Menschen auf Interesse: Dieses positive Image wollen wir erhalten.“

VDIK-Geschäftsführer Dr. Thomas Almeroth: „Die Bedeutung von Young- und Oldtimern im deutschen Markt nimmt stetig zu. Für unsere VDIK-



Verband der
Automobilindustrie

Mitgliedsunternehmen, die Repräsentanten der internationalen Automarken in Deutschland, wird dieser Markt unter den Aspekten Markenbildung, Markenpflege und Markenbindung immer stärker auch zum Wirtschaftsfaktor. Viele davon sind unter Freunden klassischer Fahrzeuge schon seit jeher beliebt, namentlich englische, italienische und französische, aber auch einige amerikanische Autos. Natürlich liegt dies nicht zuletzt daran, dass aus diesen Ländern schon seit mehr als 70 Jahren Neufahrzeuge in Deutschland verkauft werden. Zunehmend wird das Thema auch für asiatische Marken interessant, von denen viele inzwischen seit 30 und mehr Jahren auf dem deutschen Markt präsent sind. Mehrere internationale Autohersteller haben, um ihre automobilen Markentraditionen zu betonen, inzwischen sogar Automuseen in Deutschland errichtet und unterstützen ihre Kunden und Werkstätten mit Rat und Tat.“

ZDK-Hauptgeschäftsführer Dr. Axel Koblitz: „Die Bedeutung des Marktes der Old- und Youngtimer wächst auch für die Fachwerkstätten im deutschen Kfz-Gewerbe. Das hat den ZDK veranlasst, im Juli 2009 das Qualitätszeichen ‚Fachbetrieb für historische Fahrzeuge‘ einzuführen. Dafür wurden bestimmte Standards für die Wartung und Instandsetzung der historischen Fahrzeuge festgelegt, die ein Betrieb erfüllen muss, wenn er dieses Zusatzzeichen führen will. Inzwischen haben sich rund 700 Kfz-Betriebe dafür qualifiziert.

Ein weiteres wichtiges Aufgabenfeld ist es, Fachwissen und Fähigkeiten für die Reparatur und Wartung historischer Fahrzeuge in unseren Betrieben zu erhalten und sicherzustellen. Das in den Jahren von 2009 bis 2016 durchgeführte Branchenmodell der Zusatzqualifikation ‚Kfz-Mechatroniker für Old- und Youngtimertechnik‘ brachte in diesem Zeitraum an acht Standorten rund 200 erfolgreiche Absolventen hervor. Inzwischen hat die Akademie Deutsches Kfz-Gewerbe (TAK) in Bonn mit der Weiterbildung zum ‚Servicespezialisten Oldtimer und Youngtimer‘ diese Qualifizierungsarbeit übernommen.“

Fazit

- Der deutsche Classic-Car-Markt der echten Freizeit-Youngtimer und Oldtimer hat ein Volumen von rund 10 Milliarden Euro.
- Der Markt wächst aktuell vor allem durch preiswerte Fahrzeuge aus den 80er- und 90er-Jahren. Darunter sind auch viele Volumenmodelle.
- Die Branche muss sich allerdings auf neue Zielgruppen einstellen, die mehr als bisher auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis achten.

[Die Studie steht hier zum Herunterladen bereit.](#)

Ansprechpartner:

Thomas Böhm
VDIK - Presse
+49 6172 987535
boehm@vdik.de

Ulrich Köster
ZDK - Pressesprecher
+49 228 91 27 270
koester@kfgewerbe.de

Eckehart Rotter
VDA - Abteilung Presse
+49 30 897 842 120
rotter@vda.de