

TÜV SÜD Classic Barometer 2017

Marktchancen von Autohäusern
und Werkstätten im Young- und
Oldtimer-Geschäft



**Mehr Sicherheit.
Mehr Wert.**



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Oldtimer-Markt boomt konstant seit mehr als 10 Jahren, die Preise steigen weiter und die anfänglich als „Nischen-Zielgruppe“ belächelte Oldtimer-Gemeinde wächst kontinuierlich. 2/3 der deutschen Bevölkerung freuen sich an den automobilen Klassikern auf unseren Straßen. Über 1000 Oldtimer-Events – von der Messe über die Ausfahrt bis hin zu sportlichen Rallye-Veranstaltungen – finden im Jahr 2017 in Deutschland statt. Die Oldtimer-Fachpresse erlebt mit ihren Auflagensteigerungen eine Renaissance.

Jede Menge Gründe für Autohäuser und Werkstätten, sich näher mit dem Thema Old- und Youngtimer zu beschäftigen. Doch wo fängt man an? Was will der zugegebenermaßen sehr „zersplitterte“ Markt eigentlich? Da die Beweggründe der Young- und Oldtimer-Besitzer sehr indifferent sind – von der Geldanlage über den „Hobbyschrauber“ bis hin zum Sammler –, ist eine differenzierte Sicht auf das Thema Classic im Autohaus sicher vonnöten.

TÜV SÜD hat in seinem Oldtimer-Barometer erstmals Privatkunden nach ihren Wünschen und Bedürfnissen in Bezug auf die Themen Service, Reparatur und Restaurierung befragt. Die Studie zeigt auf, dass das Thema klassische Automobile viel Potenzial und Chancen mit sich bringt und vor allem die Verknüpfung zum Kerngeschäft eines Autohauses signifikant zur Kundenbindung beitragen kann.

Lesen Sie selbst

Ihr



*Lars Kammerer
TÜV SÜD Classic*



A Hintergrund und Studiendesign

B Motivation zum Oldtimer-Kauf/-Besitz

C Erfahrungen mit Autohäusern/Werkstätten

D Management Summary und Empfehlungen

TÜV SÜD Classic Barometer 2017
Ergebnisse

Hintergrund und Studiendesign



1

Das etwa 6,5 Millionen Fahrzeuge umfassende Marktsegment älterer Fahrzeuge ab 15 Jahren hat Wachstumspotenziale und eine hohe Emotionalität: Oldtimer sind Sympathie-träger, Wunschobjekt sowie Imagebotschafter Ihrer Marken.

2

Auch für Autohäuser und Werkstätten sind Oldtimer ein lukrativer Markt mit hohen Potenzialen: Markengebundene Vertragshändler spielen bei Oldtimer-Käufern aktuell noch eine untergeordnete Rolle, und bei Reparaturen tendiert der Großteil der Oldtimer-Besitzer zum Do-It- Yourself.

3

Das TÜV SÜD Classic-Barometer zeigt, was Oldtimer-Besitzer von Autohäusern und Werkstätten erwarten und mit welchen Leistungen und Services Autohäuser Oldtimer-Kunden für sich gewinnen und loyalisieren können.



A

Stichprobe

n=246 Interviews mit Besitzern von Old- und/oder Youngtimer

B

Erhebungsmethode

Online-Interviews; Rekrutierung unter anderem über die Online-Community von TÜV SÜD ClassiC

C

Befragungszeitraum

2. November 2016 bis 7. Februar 2017

D

Befragungsdauer

Ca. 10 Minuten

E

Neutrale, unabhängige Durchführung

puls Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg



Männer dominieren die Szene. Old-/Youngtimer-Besitzer unter und über 50 Jahre sind jeweils ca. zur Hälfte in der Stichprobe vertreten.

Alter	
Bis 35 Jahre	20%
36 bis 50 Jahre	31%
Über 50 Jahre	49%
Ø Alter	48 Jahre
Geschlecht	
Männer	91%
Frauen	9%

Schulabschluss	
Volks-/Grund-/Hauptschule	13%
Mittlere Reife/ Polytechnische Oberschule	31%
Abitur	15%
Universität/Hochschule	39%
Sonstiges/keine Angabe	2%
Beruf	
Angestellte(r)	52%
Selbständige(r)/freiberuflich	17%
Arbeiter(in)/Facharbeiter(in)	10%
Beamte(r)	6%
Rentner(in)	9%
Sonstiges	6%

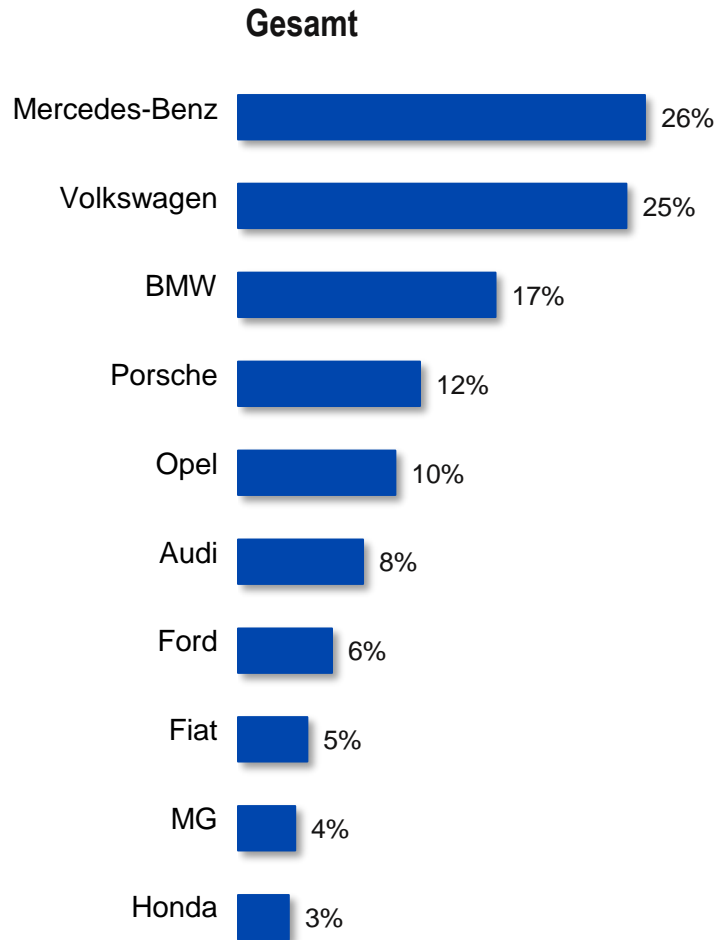
Bundesland	
Bayern	47%
Baden-Württemberg	38%
Anderes Bundesland/Ausland	15%
Haushaltsnettoeinkommen	
Bis 2.000 Euro	5%
2.000 Euro bis 3.000 Euro	17%
3.000 Euro bis 4.000 Euro	17%
4.000 Euro bis 5.000 Euro	13%
5.000 Euro bis 6.000 Euro	9%
Über 6.000 Euro	14%
Keine Angabe	25%

**Potenziale zum Cross-Selling vorhanden.
Über die Hälfte besitzen mehr als drei Fahrzeuge.**

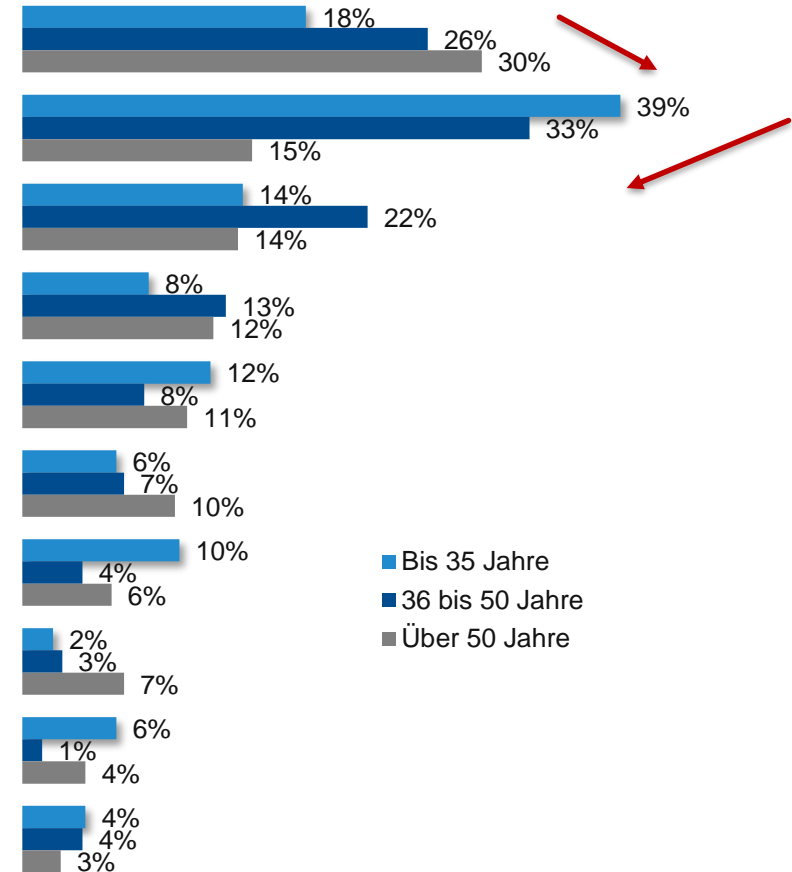
Persönlich genutzte Fahrzeuge gesamt	
1 Fahrzeug	7%
2 Fahrzeuge	16%
3 Fahrzeuge	23%
Mehr als 3 Fahrzeuge	54%
Ø Fahrzeuge	4,3 Fzg.
Persönlich genutzte Old- und/oder Youngtimer	
1 Fahrzeug	45%
2 Fahrzeuge	23%
3 Fahrzeuge	14%
Mehr als 3 Fahrzeuge	18%
Ø Old- und Youngtimer	2,5 Fzg.
davon Oldtimer Ø	1,5 Fzg.
davon Youngtimer Ø	1,0 Fzg.

Fahrstrecke pro Jahr	
Oldtimer: Ø km/Jahr	2788 km
Youngtimer: Ø km/Jahr	7063 km
Kaufort	
Autohaus	14%
Von privat	83%
Sonstiges/keine Angabe	3%
Kaufpreis	
Ø Kaufpreis	12.566 €
Geschätzter aktueller Wert	
Ø aktueller Wert	24.353 €

Mercedes-Benz und VW sind die häufigsten Marken.



Nach Altersgruppe



Basis: variiert

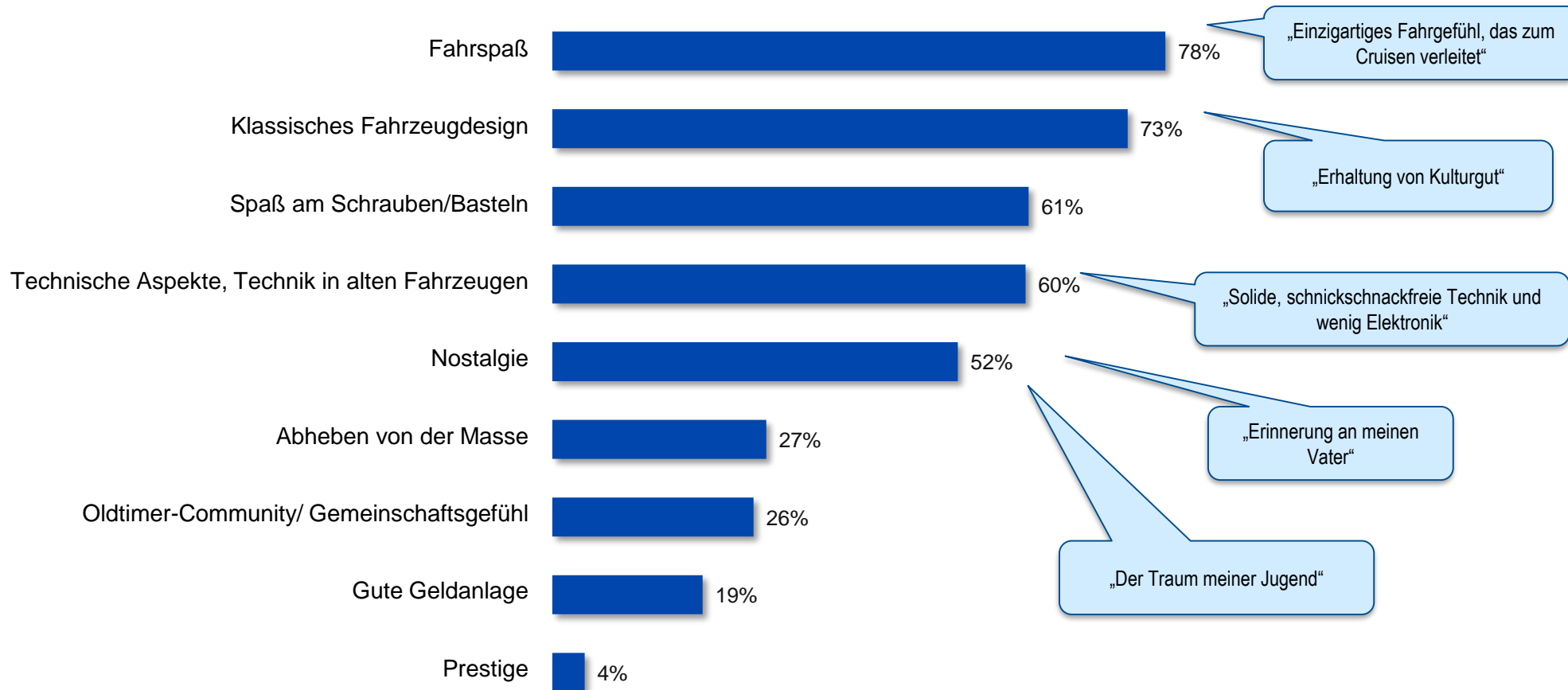
TÜV SÜD Classic Barometer 2017
Ergebnisse

Motivation zum Oldtimer-Kauf/-Besitz



Fahrspaß und Fahrzeugdesign sind treibende Motivatoren zum Old-/Youngtimer-Besitz.

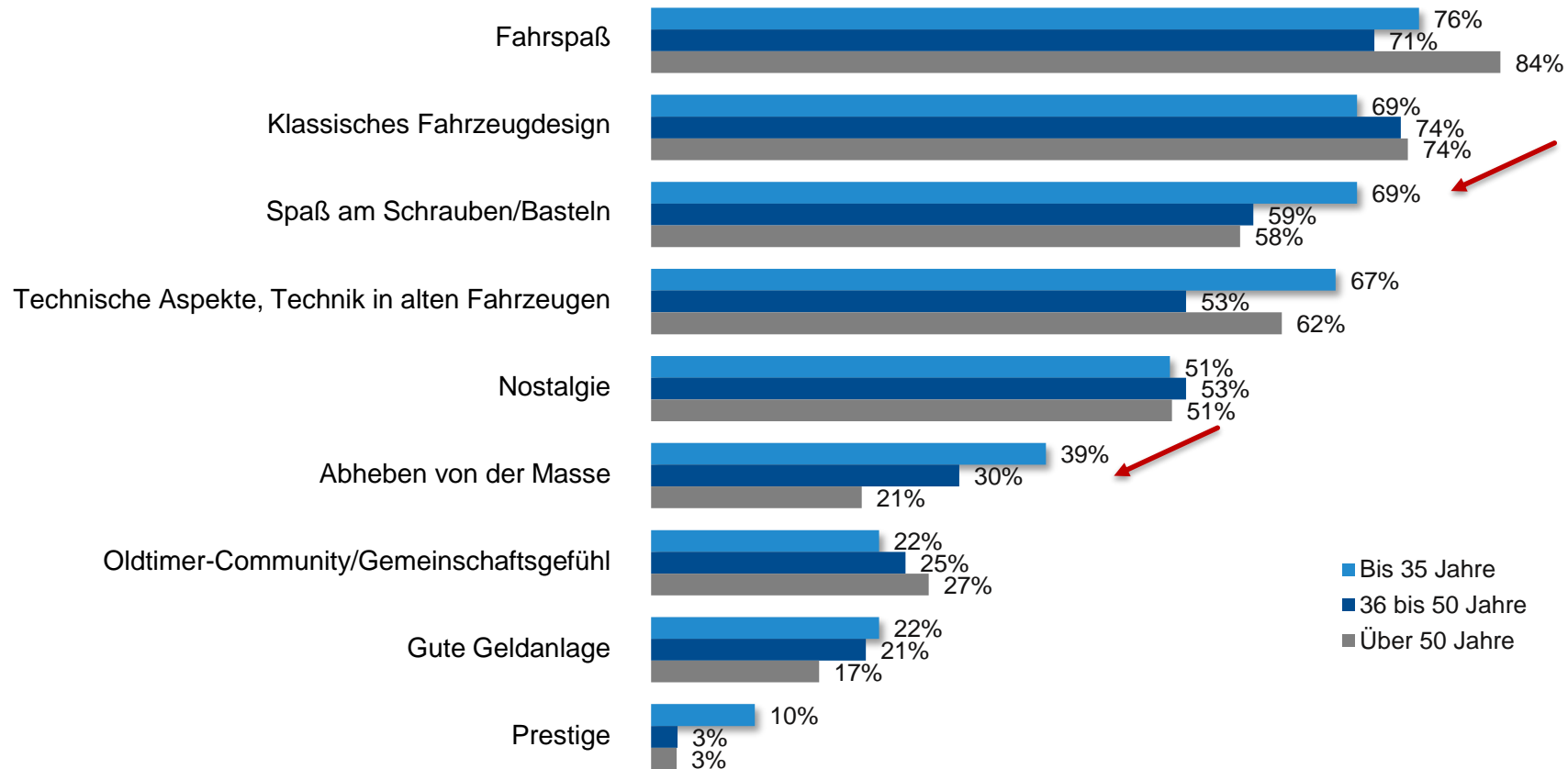
Welche der folgenden Aspekte reizt Sie am Thema Oldtimer besonders?



Basis: variiert

Fahrspaß ist bei allen Altersgruppen das Hauptmotiv. Jüngere motiviert der Spaß am Schrauben und das Abheben von der Masse.

Welche der folgenden Aspekte reizen Sie am Thema Oldtimer besonders?



Basis: variiert

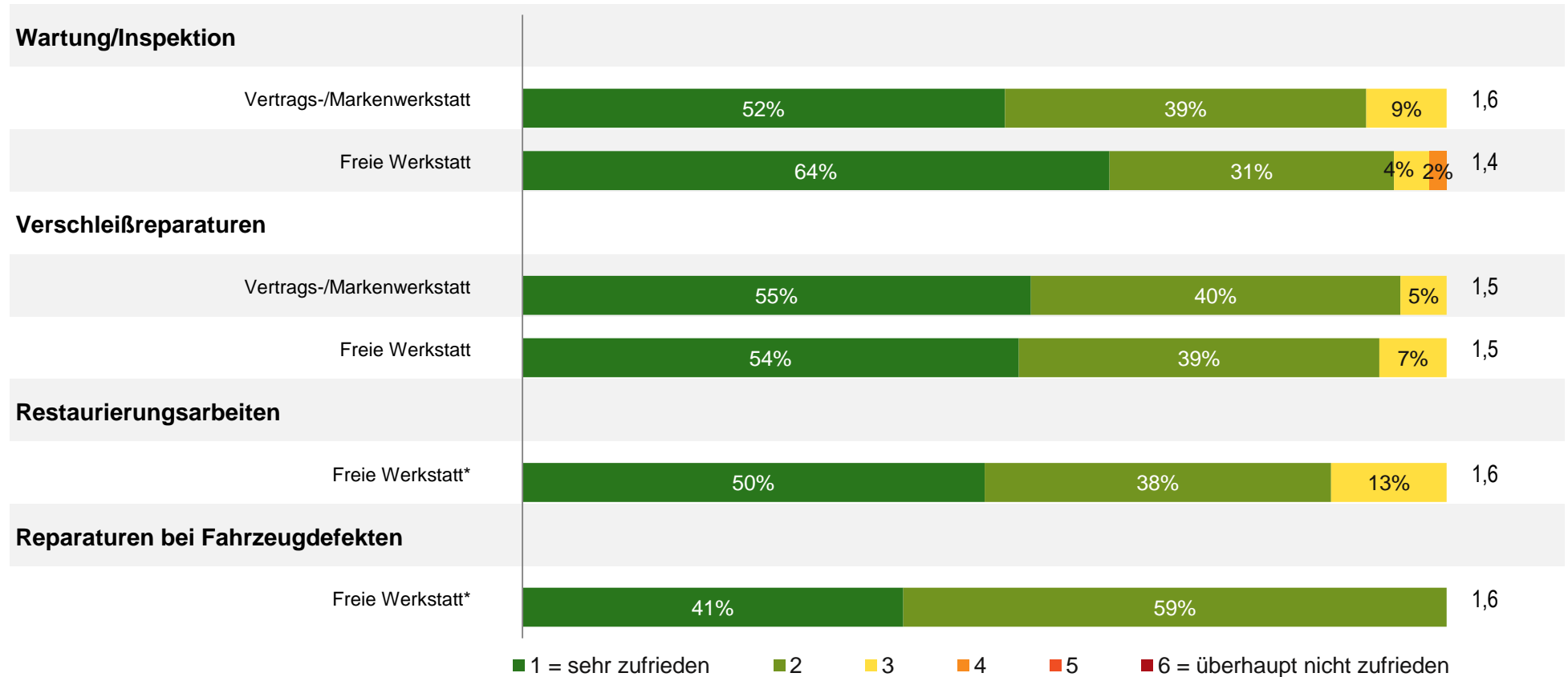
TÜV SÜD Classic Barometer 2017
Ergebnisse

Erfahrungen mit Autohäusern/Werkstätten



Hohe Zufriedenheit bei Regelservices mit freien Werkstätten.

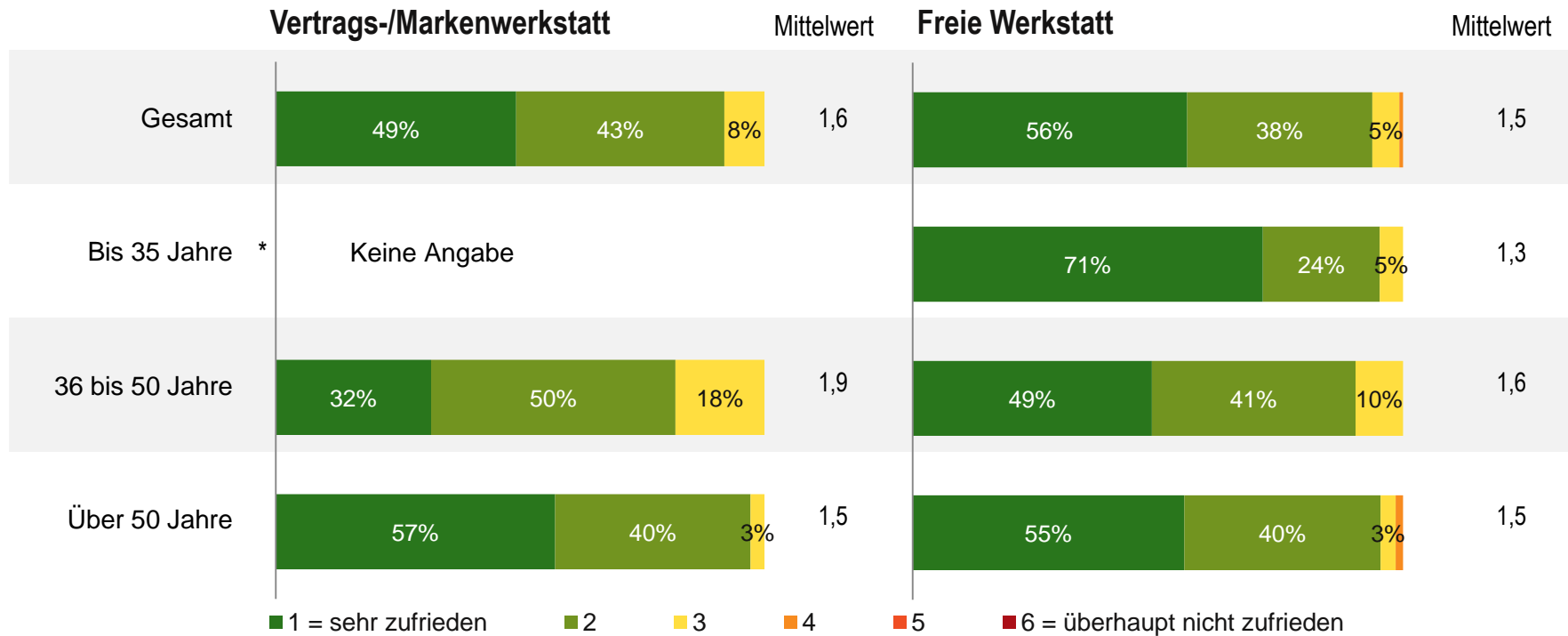
Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit der Durchführung von ... durch ...?



Basis: variiert | *n<20

Deutlich höhere Zufriedenheit mit Vertrags-/ Markenwerkstatt bei Älteren.

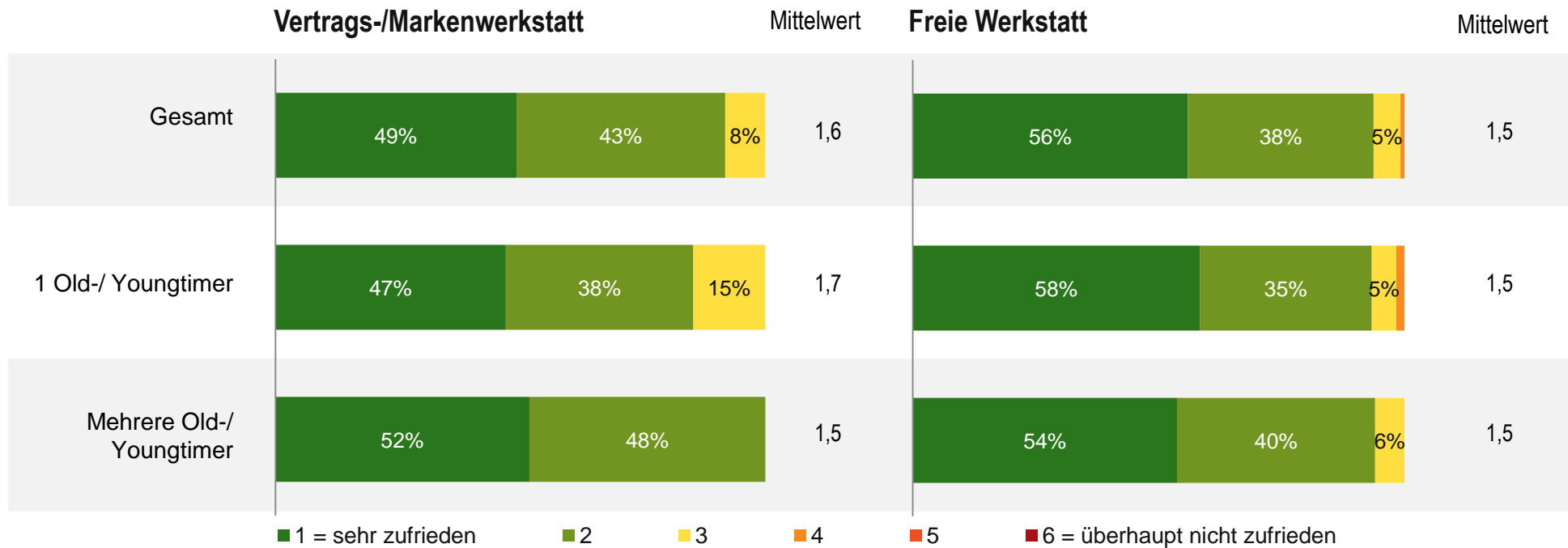
Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit der Durchführung von ... durch ...?



Basis: variiert | * Fallzahl zu gering

Höhere Zufriedenheit mit Vertrags-/Markenwerkstatt bei Besitzern mehrerer Old-/ Youngtimer

Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit der Durchführung von ... durch ...?

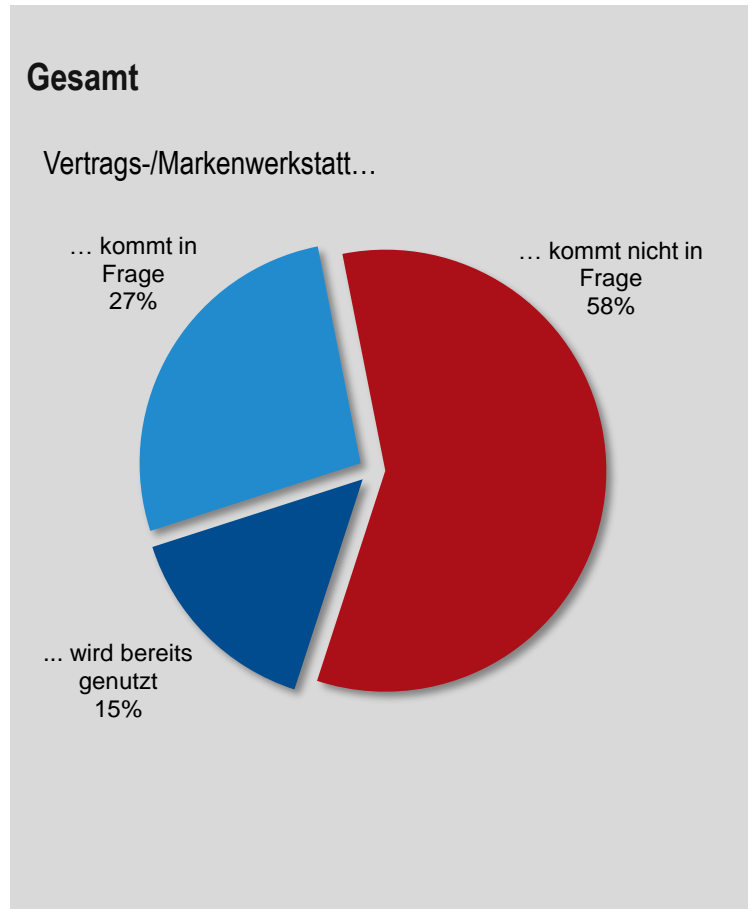


Potenziale für Vertrags-/Markenwerkstätten zur Durchführung von Reparatur-/Wartungsarbeiten

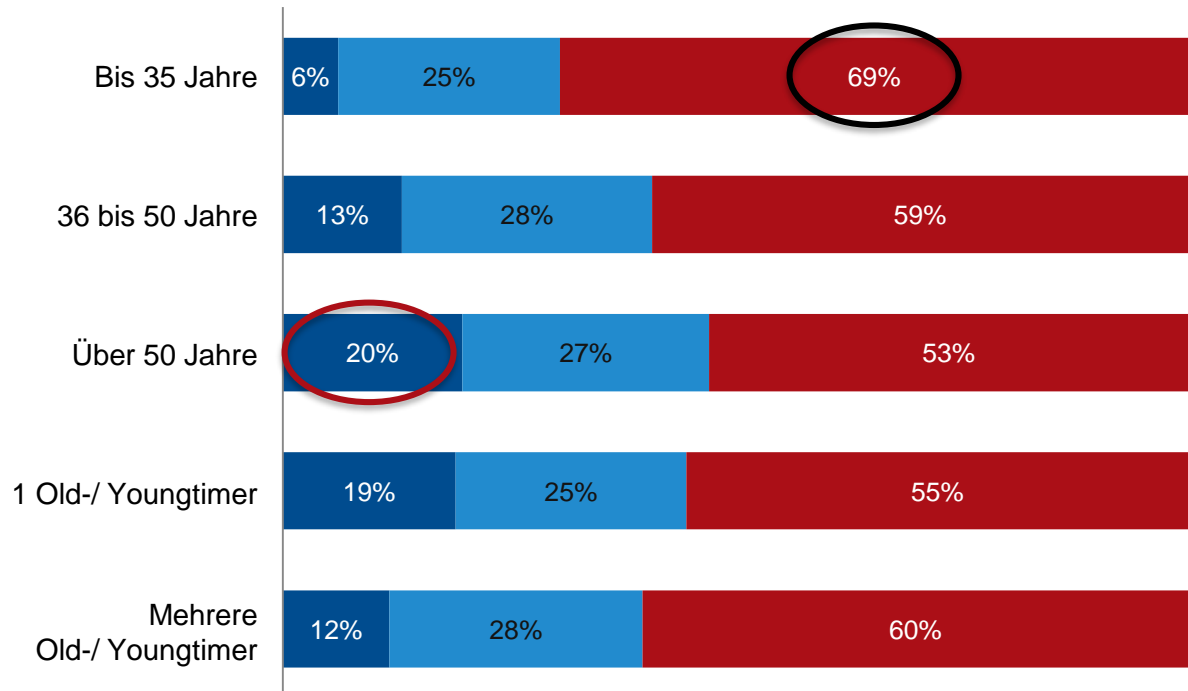


Über die Hälfte schließt die Durchführung von Werkstattarbeiten in einer Vertrags-/Markenwerkstatt aus.

Kommt für Sie für die Durchführung von Werkstattarbeiten eine Vertrags-/Markenwerkstatt in Frage?



Nach Altersgruppe und Anzahl Old-/Youngtimer

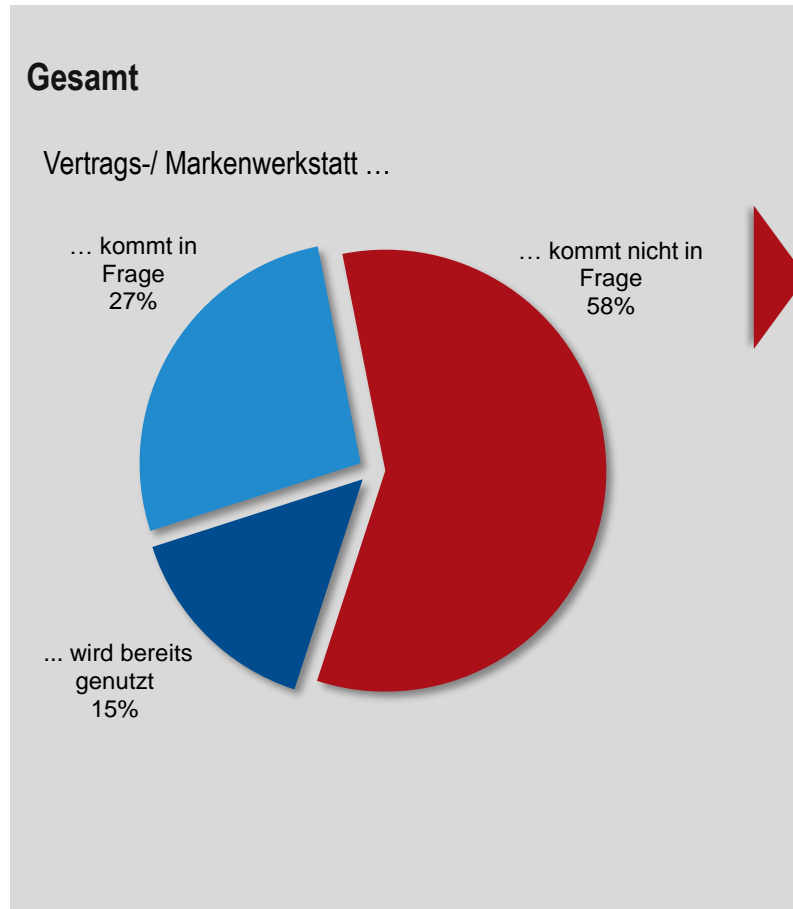


Basis: variiert

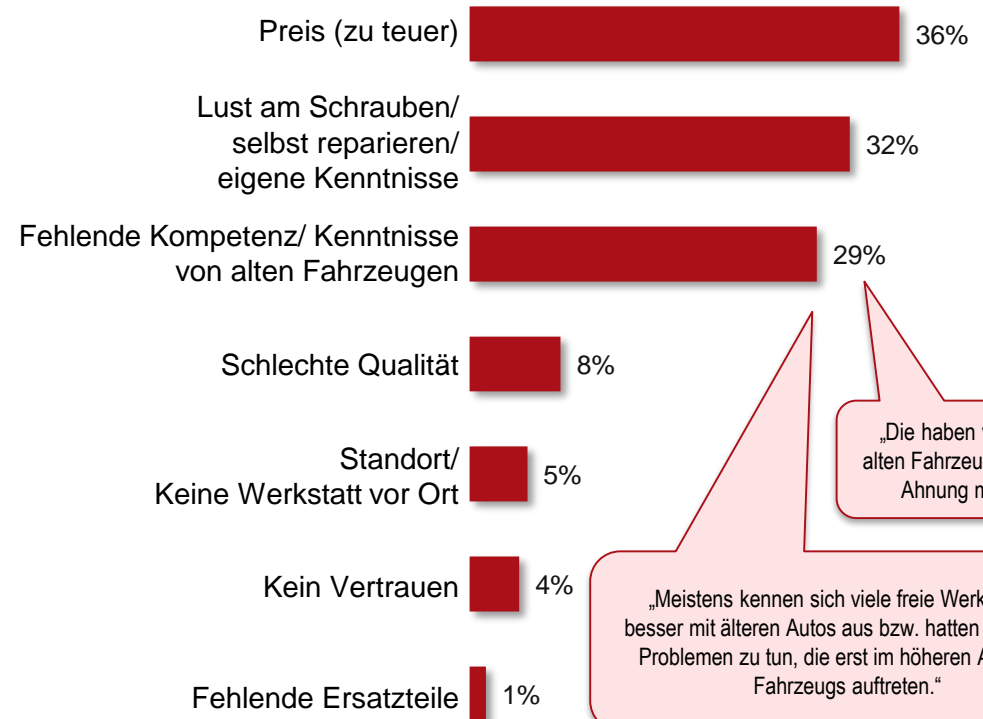
■ ... wird bereits genutzt ■ ... kommt in Frage ■ ... kommt nicht in Frage

Preis, Lust am Schrauben und mangelndes Vertrauen in die Kompetenz führen zur Ablehnung der Markenwerkstatt.

Kommt für Sie für die Durchführung von Werkstattarbeiten eine Vertrags-/Markenwerkstatt in Frage? *Wenn nein: Warum nicht?*



Gründe für die Ablehnung der Durchführung von Reparatur-/Wartungsarbeiten in einer Vertrags-/ Markenwerkstatt



„Die haben von den alten Fahrzeugen keine Ahnung mehr.“

„Meistens kennen sich viele freie Werkstätten besser mit älteren Autos aus bzw. hatten schon mit Problemen zu tun, die erst im höheren Alter des Fahrzeugs auftreten.“

Befürworter der Vertrags-/ Markenwerkstatt sind im Durchschnitt älter mit höherem Einkommen.

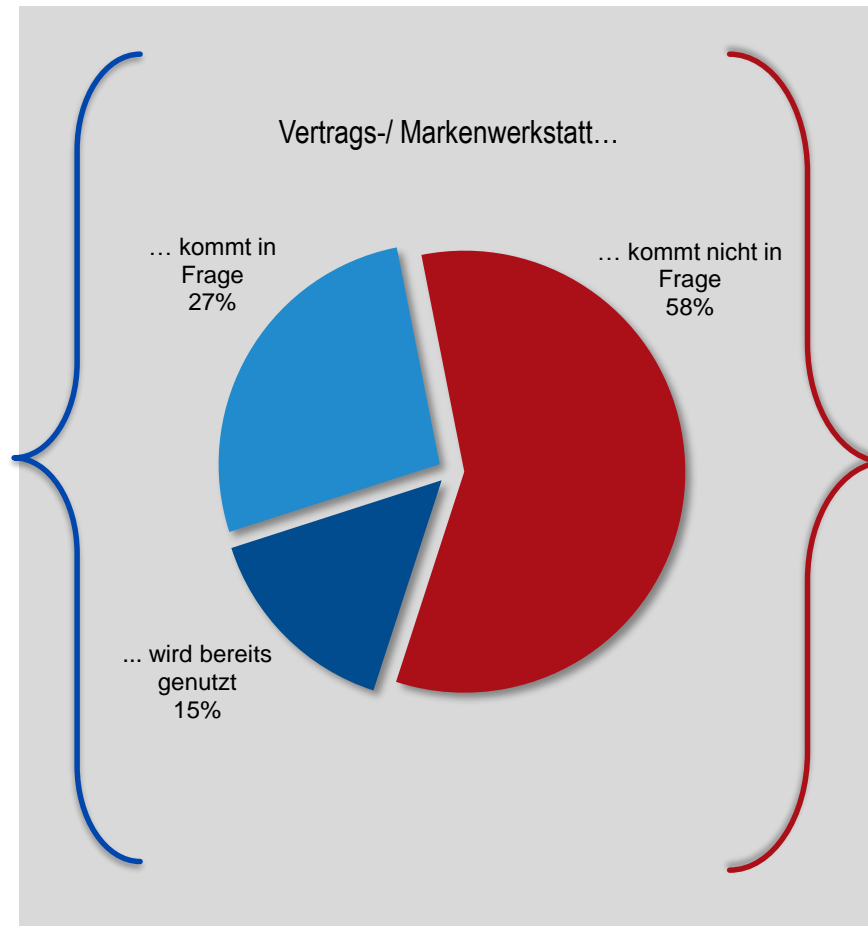


Über die Hälfte schließen die Durchführung von Werkstattarbeiten in einer Vertrags-/Markenwerkstatt aus.

Kommt für Sie für die Durchführung von Werkstattarbeiten eine Vertrags-/ Markenwerkstatt in Frage?

Befürworter der Durchführung von Werkstattarbeiten in einer Vertrags-/ Markenwerkstatt ...

- sind tendenziell älter.
- haben im Durchschnitt ein höheres Haushaltsnettoeinkommen.
- besitzen häufiger Old-/ Youngtimer der Premiummarken (Mercedes-Benz, Porsche).
- haben ihre(n) Old-/ Youngtimer häufiger im Autohaus gekauft.
- haben für ihre(n) Old-/ Youngtimer einen durchschnittlich höheren Preis bezahlt.



Ablehner der Durchführung von Werkstattarbeiten in einer Vertrags-/ Markenwerkstatt ...

- sind tendenziell jünger.
- haben im Durchschnitt ein geringeres Haushaltsnettoeinkommen.
- besitzen häufiger Old-/Youngtimer der Volumenmarken (VW, Opel).
- haben ihre(n) Old-/Youngtimer häufiger von privat gekauft.
- haben für ihre(n) Old-/Youngtimer einen durchschnittlich geringeren Preis bezahlt.

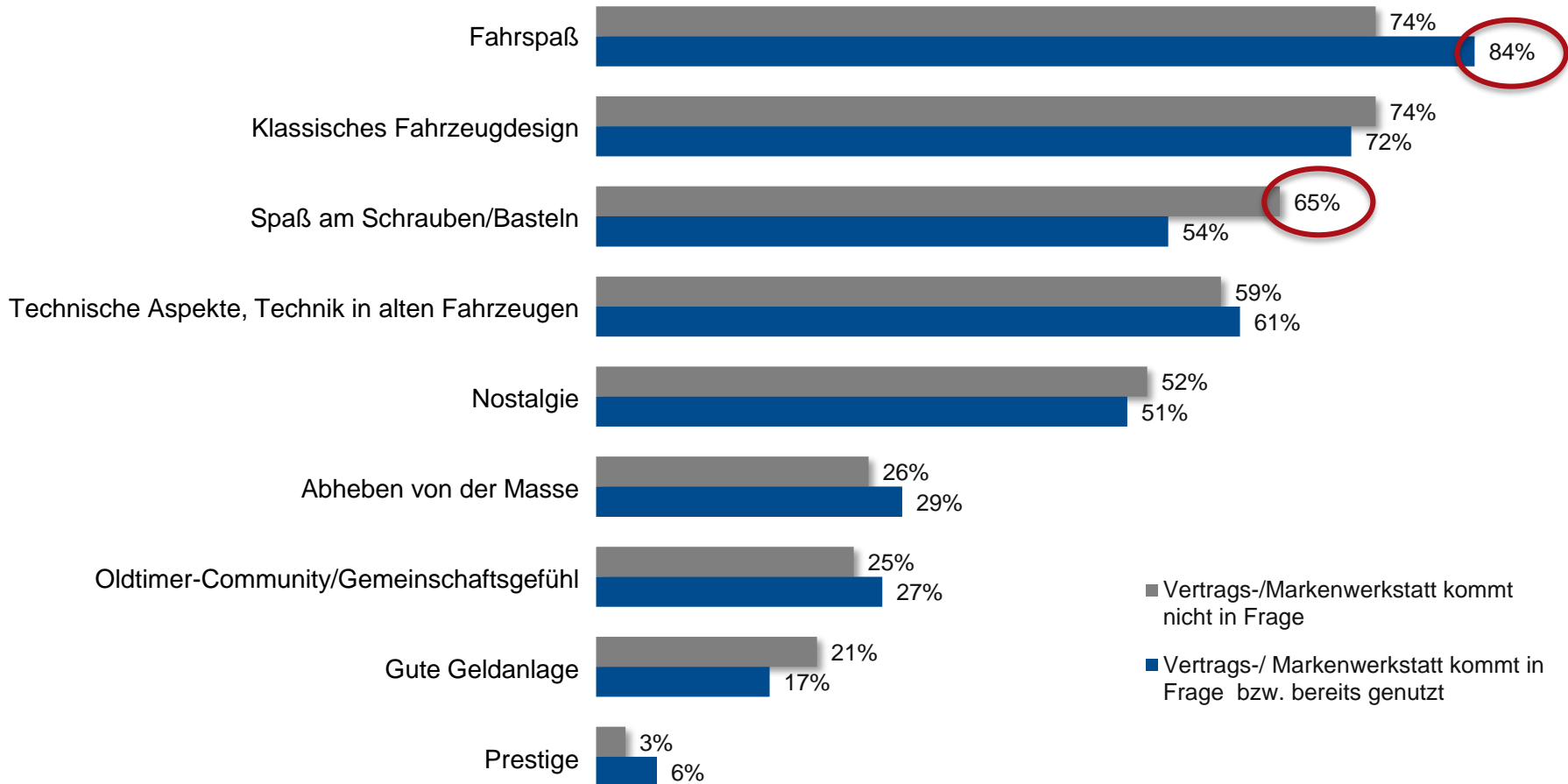
Basis: n=246

Ablehner der Markenwerkstatt sind überdurchschnittlich oft „Schrauber“, für Befürworter steht Fahrspaß im Vordergrund.



Merkmale der Befürworter und der Ablehner der Vertrags-/ Markenwerkstätten

Kommt für Sie für die Durchführung von Werkstattarbeiten eine Vertrags-/ Markenwerkstatt in Frage? Welche der folgenden Aspekte reizen Sie am Thema Oldtimer besonders?



Basis: n=246

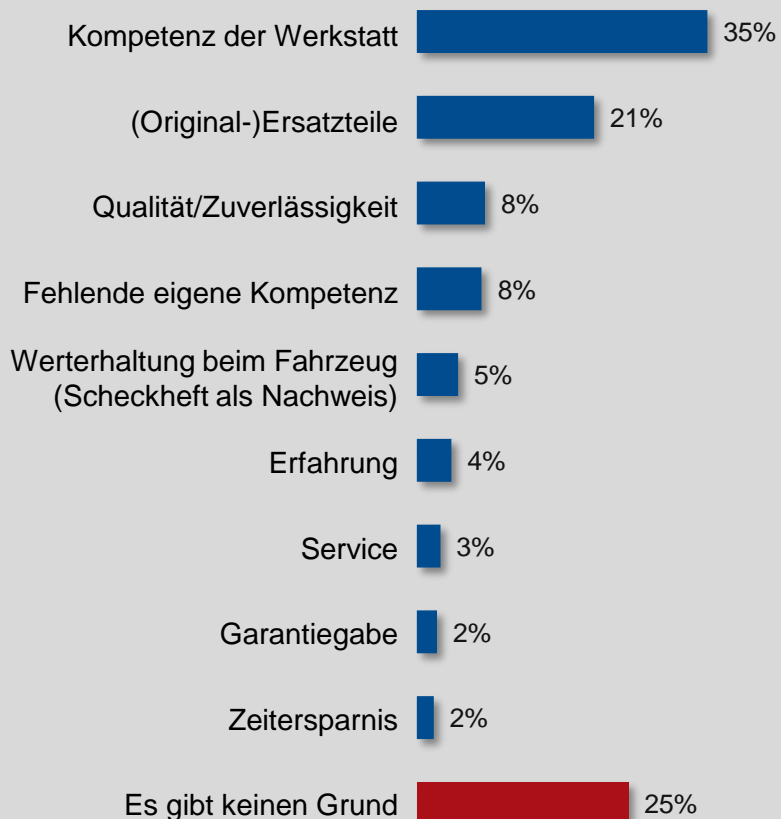
Ambivalente Kompetenzbewertungen von Markenwerkstätten im Oldtimer-Segment.



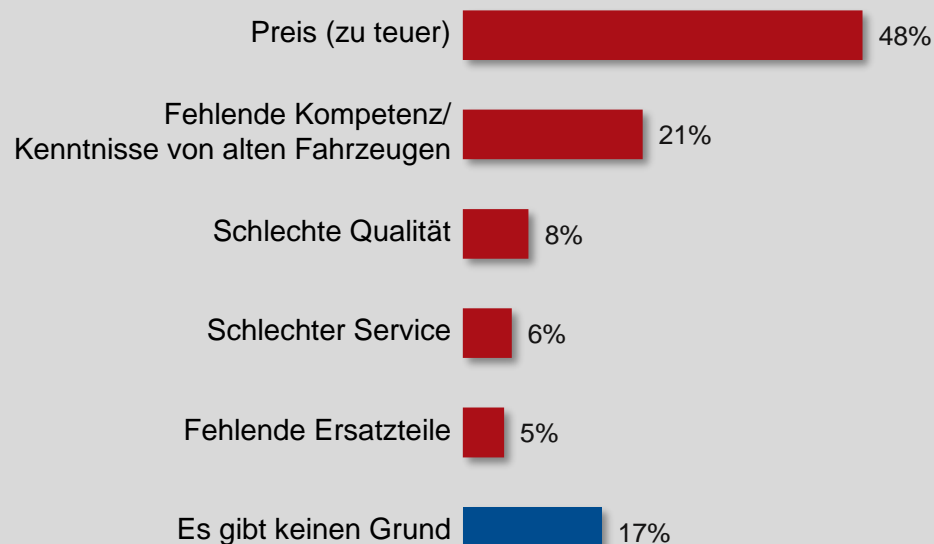
Chancen und Barrieren der Durchführung von Reparatur-/Wartungsarbeiten für Vertrags-/Markenwerkstätten

Welche Gründe sprechen Ihrer Meinung nach bei Old-/Youngtimern für/gegen die Durchführung von Reparatur- oder Wartungsarbeiten in einer Vertrags-/Markenwerkstatt?

Chancen (Gründe für Vertrags-/Markenwerkstatt)



Barrieren (Gründe gegen Vertrags-/Markenwerkstatt)



Basis: n=246

Chancen und Barrieren der Durchführung von Reparatur-/Wartungsarbeiten für Vertrags-/Markenwerkstätten

Welche Gründe sprechen Ihrer Meinung nach bei Old-/Youngtimern für/gegen die Durchführung von Reparatur- oder Wartungsarbeiten in einer Vertrags-/Markenwerkstatt?

Chancen (Gründe für Vertrags-/Markenwerkstatt)

„Dafür spricht nur, wenn sich die Werkstatt tatsächlich mit der Technik älterer Fahrzeuge auseinandersetzt. Bei älteren Fahrzeugen kann man keinen Diagnose-Computer anschließen, der einem sagt, was defekt ist. Da **muss man die Technik wirklich kennen und verstehen**, um einen Fehler zu finden. Nicht alle Werkstätten sind dazu noch in der Lage. Wenn sich die Werkstatt aber spezialisiert hat, kennt diese natürlich auch die Schwachpunkte älterer Fahrzeuge.“

„Nur wenn die Werkstatt **für Oldtimer zertifiziert** ist. Man könnte auch sagen, es muss noch jemand da sein, der diese Fahrzeuge wirklich kennt.“

„In **speziellen Oldtimer-Werkstätten**. Dort ist Fachwissen vorhanden.“

„Bei sehr hochwertigen Oldtimern besitzen Fachwerkstätten einfach das nötige **Wissen und Feingefühl** für solche edle Schätze.“

„Know-how, jedoch **NUR bei auf Oldtimer spezialisierten Werkstätten** (Classic Partner).“

Barrieren (Gründe gegen Vertrags-/Markenwerkstatt)

„Mir ist es wichtig, dass die Oldtimer bei einem **Spezialisten** gewartet/repariert werden, und das bietet eine Vertrags-/Markenwerkstatt meist nicht.“

„**Mangelndes Detailwissen**, fehlender Blick für Originalität, fehlende Bereitschaft /Know-how, sich in alte Technik einzuarbeiten.“

„**Mechatroniker in modernen Vertragswerkstätten** verstehen weniger von alten Autos als alte Mechaniker aus der Dorfschmiede.“

„**Kein Vertrauen**. Heute stehen die Monteure nur da: Was ist das denn? Zum Beispiel die Benzin-Einspritzung (D-Jet). **Kein Prüfgerät** mehr vorhanden!“

„Oft **mangelnde Wertschätzung** gegenüber alten Autos. Die heutige Generation Mechaniker kann nur noch mit Hilfe ihres Diagnose-Computers am Kfz arbeiten. Heute werden **nur noch Teile ausgetauscht** und nicht mehr instandgesetzt.“

„Die Serviceunterlagen sind **auf falschem Stand**, dadurch Verwendung falscher Öle etc.“

„Nun ja, die Leute, die diese Autos noch kennen, sind fast **alle im Ruhestand** inzwischen.“

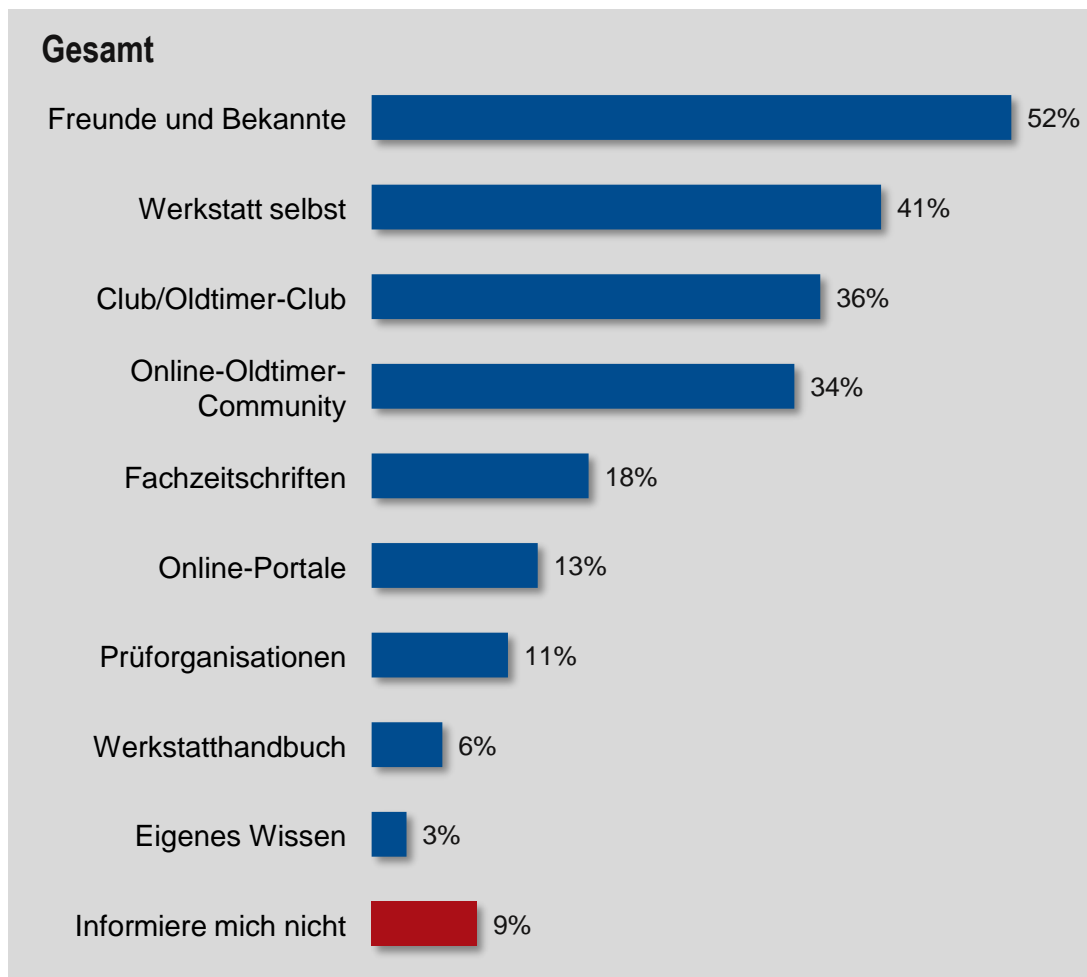
Basis: n=246

Freunde und Bekannte sind die hauptsächliche Informationsquelle.

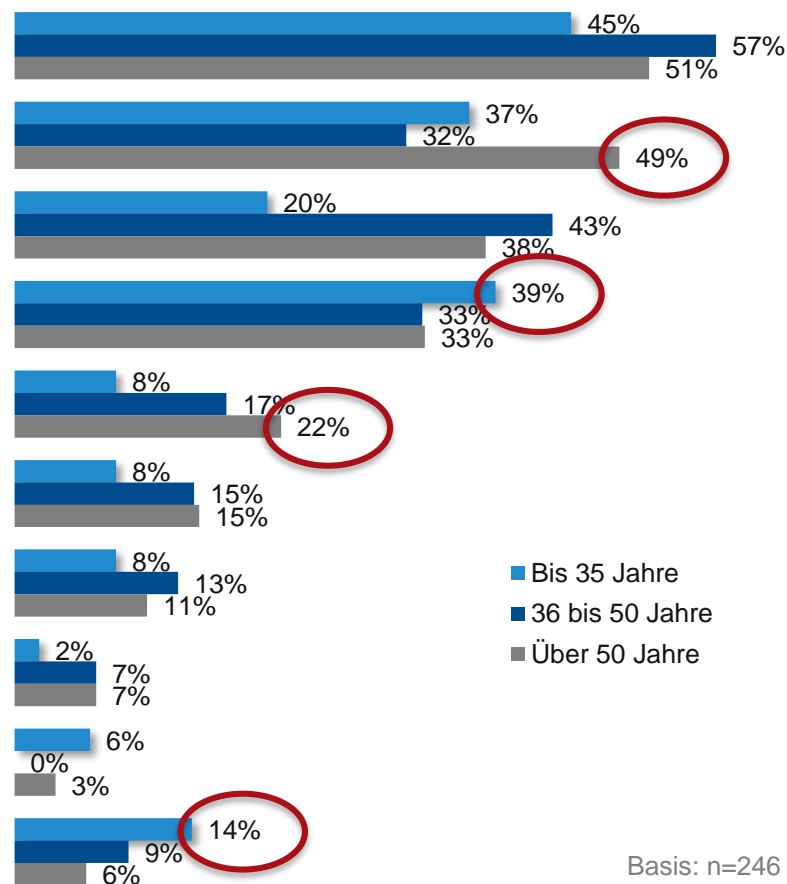


Informationsquellen zur Durchführung von Werkstattarbeiten

Wo informieren Sie sich über die Durchführung von Werkstattarbeiten für Ihre(n) Old- bzw. Youngtimer?



Nach Altersgruppe



Basis: n=246

TÜV SÜD Classic Barometer 2017
Ergebnisse

Management Summary und Empfehlungen



1

Hohes Potenzial von
Markenwerkstätten im
Young- und Oldtimer-
Geschäft.

Stichwort:
Kundenbindung.

2

Image- und
Kompetenzdefizit von
Marken-werkstätten bei
Oldtimern.

Freie Werkstätten
schneiden deutlich
besser ab.

3

Hoher Do-it-
yourself-Anteil
in der Old- und
Youngtimer-Szene.

Positives Image der Young- und Oldtimerszene für Kundenbindung/Kundenneugewinnung im Autohaus/Werkstatt nutzen.



Sogwirkung Old-/Youngtimer für Events & Live-Aktionen (Stichwort Erlebbarkeit des Handels/Werkstatt) nutzen.



Old-/Youngtimerengagement hat positiven Einfluss auf die regionale Händlermarke und schafft Emotion.



Old-/Youngtimercommunity hat positive Auswirkungen auf Neu-GW- und Werkstattgeschäft und sollte als Marketinginstrument forciert werden.

