

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	5
Vorwort	7

1 Wer braucht dieses Buch?

1.1 Der Oldtimermarkt in Deutschland	14
1.2 Berufe rund um den Oldtimer	22

2 Was sind Old- und Youngtimer?

3 Gesetzliche Richtlinien und Zulassungsformen – Zulassung von Old- und Youngtimern (Kfz-Steuer)

3.1 Reguläre Zulassung (Schwarzes Kennzeichen)	29
3.2 Saisonkennzeichen	30
3.3 Kurzzeitkennzeichen	32
3.4 Rotes Dauerkennzeichen (07-Kennzeichen)	34
3.5 H-Kennzeichen	36
3.6 06-Kennzeichen	39
3.7 Wechselkennzeichen	40
3.8 Ausfuhrkennzeichen	42
3.9 Grünes Nummernschild	44
3.10 Kennzeichengrößen	45
3.11 Ab- und Anmeldung	47
3.12 Laufzeit von HU-Plaketten	48
3.13 Sonderregelungen für Kennzeichen	49
3.14 Ausnahmegenehmigung für historische Nfz	51
3.15 Zustandsnoten	51
3.15.1 Oldtimer-Versicherungen	51
3.15.2 Unterschiede bei Gutachten	55

4 Sicherheit bei Old- und Youngtimern

5 Der Old- und Youngtimermarkt

5.1 Oldtimer als Wertanlage	61
5.2 Die Klassiker von morgen	66
5.3 Kaufberatung – Vorgehen beim Oldtimerkauf	69
5.4 Oldtimer-Transport – Wie geht es richtig?	74
5.5 Die Ersatzteilversorgung	84
5.6 Die Kunden	89

6	Die Restaurierung – Was heißt Restaurieren?	
6.1	Restaurierungsethik	97
6.2	Die Restaurierungsansätze	102
6.2.1	Bewertung der Historie	105
6.2.2	Die Bedeutung des Kraftfahrzeugs als historische Quelle	107
6.3	Bestandsaufnahme und Restaurierungskonzept – Planung der Restaurierung	110
6.4	Kostenermittlung der Restaurierung	113
6.4.1	Probleme erkennen	114
6.4.2	Die eigentliche Kalkulation	116
6.5	Originalität erkennen	121
6.6	Reversibilität	124
6.7	Dokumentation – Aufbau und Inhalt	128
6.8	Richtig fotografieren	130
6.9	Schadensbilder	134
6.10	Rost	138
7	Fahrzeugerhaltung, Konservieren	
7.1	Standschäden	150
7.2	Einwintern	155
7.3	Auswintern	166
7.4	Fahrzeugwäsche	173
7.4.1	Fahrzeug-Innenreinigung	182
7.4.2	Verdeckreinigung	190
7.4.3	Trockeneisstrahlen	197
7.4.4	Motorwäsche	203
7.5	Oldtimer fahren	208
8	Begutachtung – Sachverständigen-Gutachten	
8.1	Begutachtungspraxis	219
8.1.1	Versicherung von Oldtimern	223
8.1.2	Wertermittlung	225
	Abkürzungen	229
	Adressenverzeichnis	231
	Literatur – Fachzeitschriften	233
	Quellenverzeichnis	235
	Stichwortverzeichnis	237

Band 2 dieses Werkes (ISBN 3-8343-3379-7) enthält folgende Themen:

- Die Werkstatt – Qualitäts-Handwerkzeug
- Blechbearbeitung
- Der Motor
- Kraftstrang – Getriebeüberholung
- Fahrwerk – Lenkung
- Elektrik – Die Batterie
- Holzrestaurierung
- Lack, Dekor und Glas
- Verbindungselemente – Schraubenkunde
- Schmierstoffe für Old- und Youngtimer
- Prüfmethode: Prüfen von Oldtimerteilen – Sicherheit, Schäden
- Ersatzteilversorgung – Wie und wo recherchiert man Oldtimerteile?
- Kundendienst-Checkliste
- Beruf, Schulung und Weiterbildung – Wer bietet was an?

Wer braucht dieses Buch?

Müsste die Frage nicht eher lauten: Wer braucht Oldtimer? Alle. Oder keiner?

Mobilität ist eine der wesentlichen Grundlagen unserer modernen Gesellschaftssysteme. Kaum eine andere technische Erfindung hat das Leben der Menschen so beeinflusst wie das Automobil. Denn erst durch das Auto waren die Menschen in der Lage, ihren Drang zur individuellen Mobilität auf relativ einfache Art und Weise umzusetzen. Plötzlich konnten sie relativ schnell, unkompliziert und eigenbestimmt – aber auch eigenverantwortlich – größere Strecken zurücklegen. Komfort, Transportvolumen und Sicherheit sind nur einige Kriterien, die das Auto erfolgreich gemacht haben. Dazu kommen Effizienz, Sparsamkeit, Leistung und der Spaß an der Bewegung. Außerdem bedeutet mobil sein für viele auch fortschrittlich sein.

Pferde, Kutschen und Draisinen waren die Vorläufer. Aber erst die Massenmotorisierung hat eine Demokratisierung individueller Mobilität für breitere Bevölkerungsschichten möglich gemacht. So sehr das Automobil in seiner nun knapp über 130 Jahre andauernden Geschichte in der Kritik stand und immer noch steht – so sehr hat es dazu beigetragen, die Menschen unabhängiger zu machen.

Denken wir nur an die Anfangszeiten, als zum Schutz von Fußgängern noch vor jedem Fahrzeug ein Helfer laufen musste, der durch eine Flagge das Nahen der Gefahr anzuzeigen hatte. Oder denken wir an moderne Wirtschaftsströme. Ohne Lastkraftwagen wäre die heutige Versorgung flächendeckend nicht möglich. Selbst in den Zeiten von Internet ist das Automobil unverzichtbar, denn alles, was wir heute online bestellen, wird morgen geliefert – mit einem Auto.

Heute geht der Trend zu elektrischen Antrieben – als Alternative zu den bisher am häufigsten verwendeten Verbrennungsmotoren. Ein modernes Thema der heutigen Zeit? Mitnichten. Bereits um 1904 war der elektrische Antrieb von Kraftfahrzeugen „up to date“. In den USA gab es um diesen Zeitraum herum gut 100 Hersteller von E-Fahrzeugen.

Was heißt das nun für dieses Buch und seine Eingangsfrage?

„Zukunft braucht Vergangenheit“. Ohne die Kenntnisse des Vergangenen, ohne das Hinterfragen und Bewahren dessen, was die Generationen vor uns bereits entwickelt, erfunden und erdacht haben, werden wir nur schwer unsere gemeinsame Zukunft meistern können. Lebende Zeitzeugen aus den Anfangstagen des Automobils gibt es nicht mehr. Oldtimer und Youngtimer tragen durch ihren Erhalt und ihre Auseinandersetzung mit ihnen – sowohl fahrerisch als auch handwerklich oder auch nur durch Ansehen oder Bestaunen – in erheblichem Maße dazu bei, die Wurzeln unserer individuellen Mobilität nie aus den Augen zu verlieren.

Daher ist dieses Buch sicherlich für alle gedacht, die es lesen oder durchblättern mögen – für jeden aus seinem Blickwinkel. Natürlich kann ein solches Buch niemals in vollem Umfang

alle Facetten und Teilbereiche abdecken, es kann nie wirklich erschöpfend in die Tiefe gehen, es wird immer Unzulänglichkeiten, andere Ansichten und Diskussionsbedarf geben. Aber es eignet sich gut als Einstieg für Interessierte, als Nachschlagewerk für Profis, zum Lesen, zum Lernen und zum Schmökern. Auch Kfz-Betriebe, die überlegen, in das Geschäftsfeld der Oldtimer-Restaurierung einzusteigen, finden wertvolle Hinweise.

Wenn über die Auseinandersetzung mit den Wurzeln unserer individuellen Mobilität unsere Zukunft besser gestaltet werden kann, dann hat es sich schon gelohnt, das Thema Oldtimer und Youngtimer etwas intensiver zu betrachten. Die Freude am Erhalt, der Restaurierung und dem Fahrspaß muss dem in keiner Weise entgegenstehen. Im Gegenteil, die Freude darf ruhig die Triebfeder unseres Handels sein. Nehmen wir dieses Buch dazu als kleine Hilfestellung.

1.1 Der Oldtimermarkt in Deutschland

Den einen Oldtimermarkt gibt es in Deutschland nicht. Er hat sich schon längst zu vielen Teilmärkten entwickelt, die sehr unterschiedlich sind – trotz einer gemeinsamen Klammer, die aus der Beschäftigung mit klassischen Automobilen herrührt.

Bild 1.1

Inzwischen kann man nicht mehr von einem homogenen Oldtimermarkt in Deutschland sprechen, er hat sich in viele Teilmärkte aufgespalten.

[1]



Eine grundsätzliche Unterscheidung besteht darin, dass es sich zum einen um einen Hobbymarkt handelt, in dem sich sehr viele private Akteure beteiligen – meist als Kunden, Fahrzeugbesitzer und Besucher von Veranstaltungen und Messen sowie auf Ausfahrten. Gleichzeitig sind sie oft in Clubs und Interessengemeinschaften organisiert und engagiert. Dazu kommt, dass sie insbesondere beim Verkauf von Fahrzeugen und Ersatzteilen auch als Anbieter auftreten können. Im Werkstattbereich finden sie sich als „Do-it-yourself“-Schrauber und gleichzeitig wieder als Nachfrager für bestimmte professionalisierte Werkstattleistungen im gewerblichen Bereich.

Zum anderen ist der Old- und Youngtimermarkt ein hochprofessionalisierter Markt, der inklusive Privatmarkt mit vielen spezialisierten Anbietern im Handel von Fahrzeugen

und Zubehör, bei Werkstatteleistungen, bei Ausfahrten, Messen, mit Versicherungen und anderen peripheren Leistungen rund 15 Milliarden Umsatz pro Jahr generiert (BBE-Studie 2018). Dabei entfallen etwa 5 Milliarden Euro auf das Daily-User-Segment und 10 Milliarden auf die Classic Cars ab 20 Jahren.

Laut einer Studie der Unternehmensberatung BBE Automotive umfasst der Markt für echte Classic Cars rund 2,2 Millionen Fahrzeuge; damit sind Oldtimer ab 30 Jahren und die in der Freizeit genutzten Youngtimer ab 20 Jahren gemeint. Die Zahl der Classic Cars in diesem Markt wird laut der Studie insbesondere durch preiswertere Fahrzeuge wachsen. Stagnieren wird jedoch das Marktvolumen, da jüngere Besitzer weniger Geld für Oldtimer ausgeben.

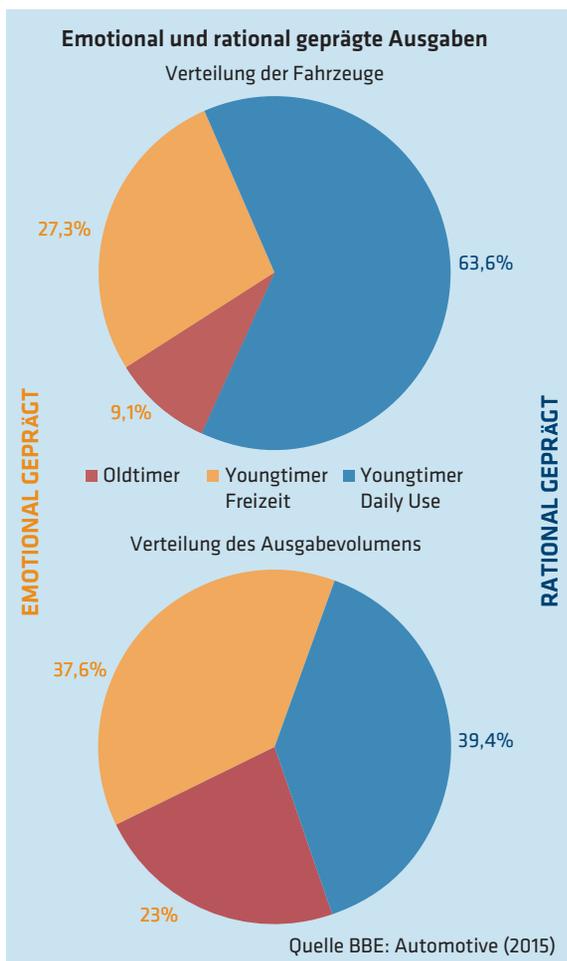


Bild 1.2

Das größte Interesse haben Autofahrer an Fahrzeugen, die aus der Nachkriegszeit und den Sechziger- sowie den Siebzigerjahren stammen.

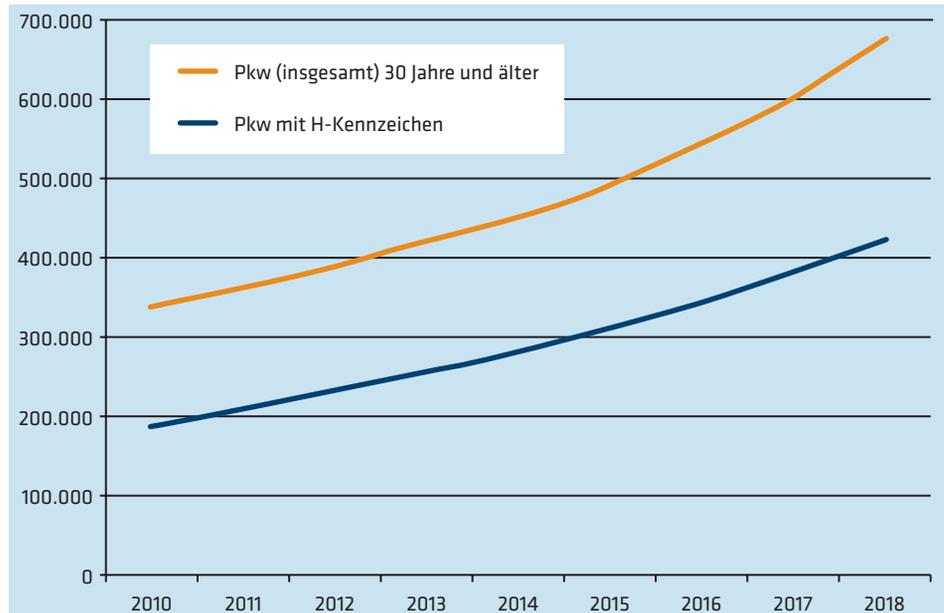
[2]

Sorge um den Nachwuchs haben die Autoren allerdings nicht. So zeige beispielsweise auch eine Oldtimer-Studie des Meinungsforschungsinstituts IfD-Allensbach, dass sich 15 Millionen Menschen in Deutschland für Oldtimer interessieren.

Nach Schätzungen von BBE haben etwa 30 Prozent der Freizeit-Youngtimer in Deutschland das Potenzial, einmal zu einem Oldtimer zu werden. Nicht ganz so optimistisch ist in diesem Fall das Meinungsforschungsinstitut IFD (Institut für Demoskopie) Allensbach in seiner Oldtimer-Studie 2017/2018. Deren Forscher gehen von einem Potenzial von weniger als 10 Prozent der Youngtimer aus, die das Zeug zu einem Oldtimer haben. Die

Bild 1.3

Die Zahlen der Pkw im oldtimerfähigen Alter und derer mit H-Kennzeichen steigen seit Jahren kontinuierlich an. [3]

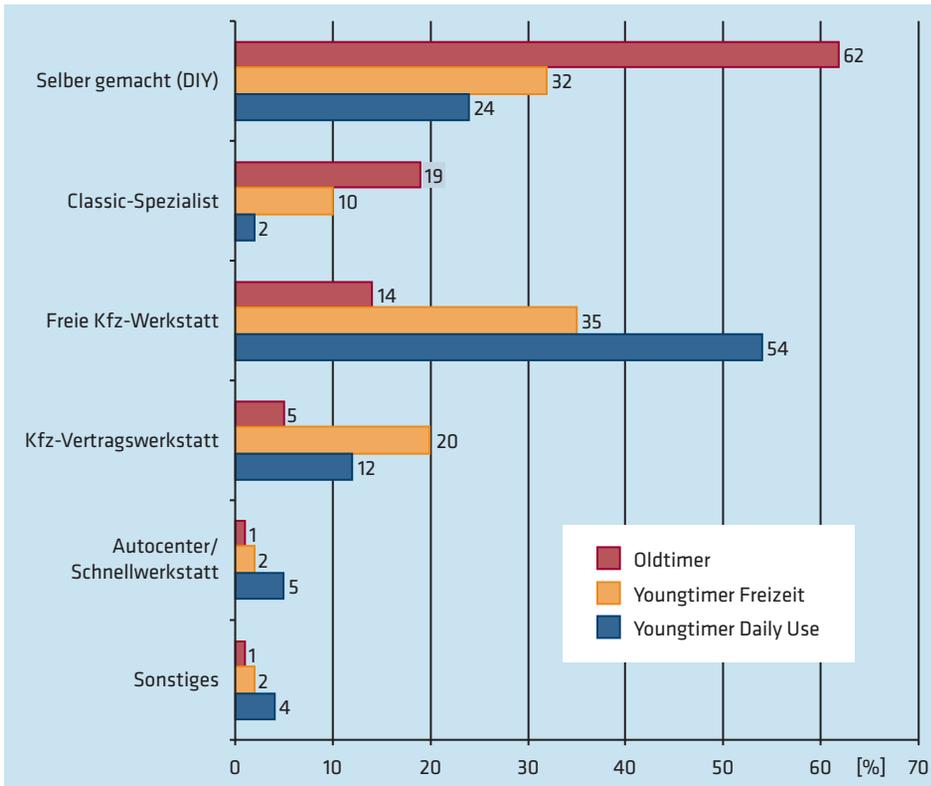


Oldtimer-Branche muss sich nach Angaben von BBE Automotive aber auf neue Zielgruppen einstellen. Classic Cars der Zukunft sind nicht mehr nur die in der Vergangenheit immer teurer gewordenen Premiummodelle. Volumenmodelle der 1980er- und 1990er-Jahre werden immer interessanter. Gekauft werden diese aus den gleichen emotionalen Gründen wie teurere Oldtimer: Spaß am Fahren, Erinnerung an alte Zeiten. Die Ausgabebereitschaft beim Erwerb dieser Klassiker ist aber begrenzt.

Die BBE-Studie zeigt gleichzeitig eine Abkühlung der Verkaufspreise von Oldtimern 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.

Die unterschiedliche Herangehensweise an das Thema Oldtimer kann also durchaus Vor- und Nachteile haben. Hobby und Beruf vertragen sich nicht immer gleichermaßen miteinander. Wer vom Hobby zum Beruf gelangt, wird möglicherweise sehr schnell kein Hobby mehr haben, die Abrechnung von Arbeitsleistungen im Werkstattbereich gehorchen leider allzu oft dem Spruch: „Du darfst die Zeiten nicht wirklich rechnen, das ist doch ein Oldtimer“, und viele Arbeiten befriedigen in erster Linie den Hobbyanspruch des Handwerkers. Andererseits identifizieren sich auch ausgebildete Kfz-Spezialisten sehr viel mehr mit ihrer Arbeit, wenn sie gleichzeitig ihr Hobby darstellt. Insofern ist die Frage nach Hobby oder Beruf im Bereich der Oldtimer und insbesondere im Bereich der Werkstätten eine zweiseitige Sache. Mit der nötigen rationalen Einstellung kann aber sowohl aus dem Hobby als auch aus dem Beruf die bestmögliche Verbindung zu den Oldtimern geschaffen werden. Aktuell sind viele Profis der Kfz-Branche auf dem besten Weg dahin. Die ZDK-Zertifizierung „Fachbetrieb für historische Fahrzeuge“ hat dazu mit mehr als 660 Betrieben beigetragen. Nach Zahlen des ZDK (Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe) sind im deutschen Kfz-Gewerbe etwa rund 10 000 Beschäftigte mit dem Thema Oldtimer befasst.

Andererseits soll auf keinen Fall das Engagement der Enthusiasten im Hobbybereich geschmälert werden. Hier macht mancher „Hobby-Schrauber“ dem ausgebildeten, aber weniger spezialisierten Profi manchmal noch etwas vor, wie er durch seine Arbeit Kompetenzen in Spezialgebieten erworben hat. Dazu trägt auch die mangelnde Wiederholbarkeit von technischen Fragen und Problemen bei. Generell werden Hobby und Beruf künftig sehr viel

**Bild 1.4**

Das Serviceverhalten von Old- und Youngtimer-Fahrern: Viele Besitzer von Oldtimern legen bei Inspektion und Routinarbeiten selbst Hand an oder nutzen Spezialisten. [4]

**Bild 1.5**

Weniger als die Hälfte der Oldtimerbesitzer gehen davon aus, dass ihr Fahrzeug auch eine Wertanlage ist. [2]

stärker zusammenwachsen müssen, wenn das Hobby Oldtimer für den privaten Besitzer noch bezahlbar und gleichzeitig für die beruflich damit Beschäftigten auskömmlich sein soll.

Weitere Unterscheidungen

Der Markt der Hochpreisklassiker unterscheidet sich stark vom Markt der „Brot-und-Butter“-Autos; Sammler denken anders als Fahrer, Schrauber oder Alltagsnutzer. Dazu kommen Investoren in „Garagengold“, Museen und professionelle Händler. Die

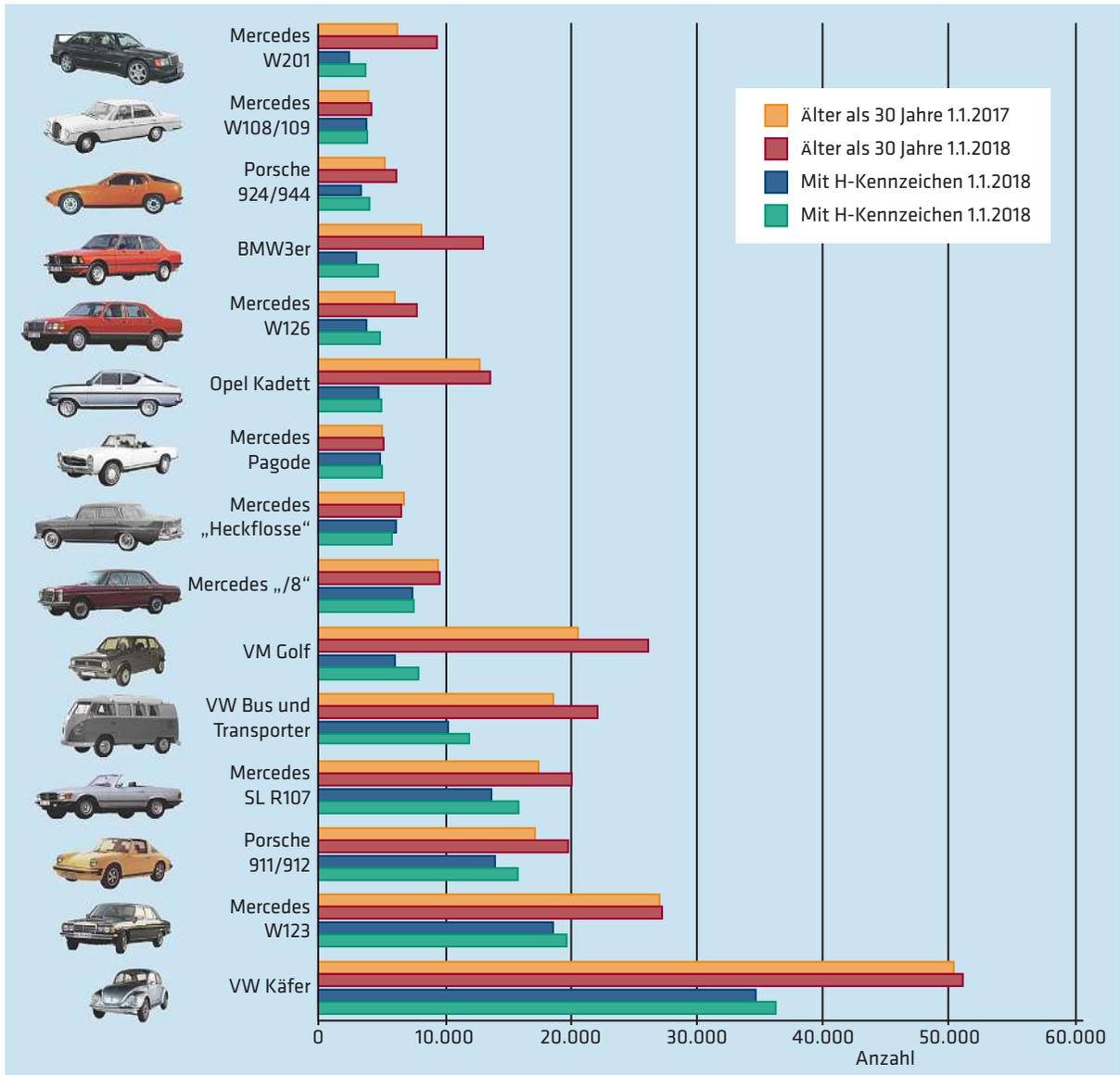


Bild 1.6 Die beliebtesten Oldtimer deutscher Hersteller. Insbesondere bei hochpreisigen Klassikern streben die Besitzer das H-Kennzeichen an.

[3; 5]

grundsätzlichen Unterschiede sind: Je hochpreisiger ein Klassiker ist, desto eher amortisieren sich aufwendigere Restaurierungsarbeiten. In den niedrigeren Preisklassen gilt: Das bessere (teurere) Fahrzeug ist der bessere Kauf.

Auch gehorcht der Markt der Vorkriegsklassiker anderen Regeln als der Markt der Youngtimer. Zum Klassiker werden Fahrzeuge nach allgemeiner Auffassung dann, wenn sie zu ihren Lebzeiten schon begehrt waren, Rennsportgeschichte geschrieben haben, besondere Leistungsmerkmale haben oder Sondermodelle waren. Ganz pauschal gesprochen heißt das, wenn der heutige Besitzer oder Interessent den Klassiker in seinen früheren Lebensjahren bereits besessen hatte oder auch, wenn dieser lediglich das finanziell unerreichbare Objekt der Begierde war.

Aus diesen Betrachtungen heraus erschließt sich, dass auch der Markt der klassischen Fahrzeuge einem demografischen Faktor unterliegt. Mit steigendem Alter der Besitzer nimmt das Interesse an Fahrzeugen der jeweils älteren Generation stetig ab. Das ist vielfach auch an stagnierenden oder gar zurückgehenden Marktpreisen insbesondere im Segment der Vorkriegsklassiker zu beobachten.

Dazu kommt, dass die Anforderungen an den freizeittauglichen Betrieb der Fahrzeuge gestiegen sind. Viele traditionelle Oldtimer-Rallyes werden inzwischen lieber mit einem moderneren Fahrzeug bestritten, mit dem man auch längere Strecken komfortabel genug zurücklegen kann. Ein Vorkriegsklassiker mit 30 oder 40 PS und 80 km/h Höchstgeschwindigkeit eignet sich dazu nicht unbedingt. Wobei als „modern“ dann schon Fahrzeuge der 50er- und 60er-Jahre gelten können, die dennoch einen weit höheren praktischen Nutzwert haben als Modelle von beispielsweise 1927.

Aktuell ist oftmals festzustellen, dass mancher Oldtimerfan beim Kauf gerne aus praktischen Überlegungen eher zum neueren Modell einer Baureihe greift, beispielsweise also lieber einen 911er Porsche statt einen 356er oder lieber einen Mercedes SLR107 statt einen Mercedes Pagode bzw. einen 190 SL aus den Fünfzigern wählt.

Die grundsätzlichen Auswirkungen auf den Markt sind: Mit zunehmender Geschichte des Automobils werden neue Modelle den Markt bereichern, bis auch sie irgendwann die 30-Jahre-Grenze zum Oldtimer übersteigen. Damit vergrößert sich die Auswahl an verfügbaren Fahrzeugen, Baujahren und Modellvarianten stetig. Bei anhaltender und

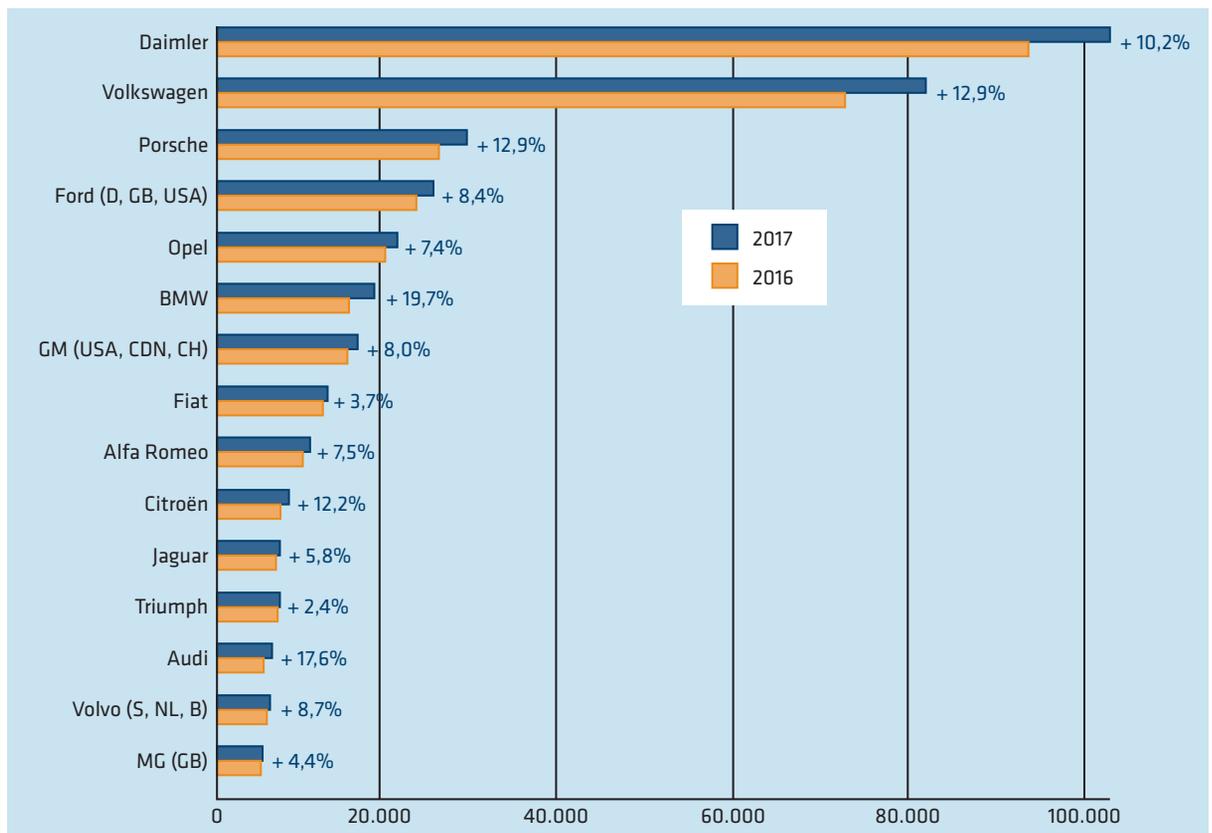


Bild 1.7 Die Marken mit den meisten Fahrzeugen mit H-Kennzeichen auf dem deutschen Markt: Daimler und Volkswagen führen klar.

[3; 5]

gleichbleibender Nachfrage kann das nur bedeuten, dass bei vielen bereits im Markt vorhandenen Fahrzeugen das Interesse sinkt. Damit wird sich der Wert der Fahrzeuge nicht mehr kontinuierlich nach oben entwickeln, sondern es ist auch mit Einbrüchen bei Nachfrage, Preis und Wert zu rechnen.

In den vergangenen Jahren haben viele Marktbeobachter bezüglich des Oldtimermarktes angenommen, dass sich die Preise immer weiter nach oben entwickeln werden – Stichwort Garagengold. Es hat sich aber gerade in jüngster Zeit gezeigt, dass dem nicht so ist und auch der Oldtimermarkt trotz aller positiven Entwicklungen auch nur den Gesetzen von Angebot und Nachfrage gehorcht. Dabei sind auch die normalen Marktschwankungen durch verkaufstechnisch bedingte Saisonzeiten, Blasenbildungen und ihr Platzen, Hypes auf Rennsportfahrzeuge, Kleinbusse, Vorkriegs- und Prestigefahrzeuge sowie Änderungen am Finanzmarkt bereits berücksichtigt.

Dass patinierte Fahrzeuge, oder anders ausgedrückt, Fahrzeuge im erhaltenen Originalzustand – (fast) gleich welchen Zustands –, sich einer erhöhten Beliebtheit erfreuen, ist eine dieser bisher bekannten Nachfrageveränderungen. Wirklich original erhaltene Fahrzeuge notieren heute im Zustand 3 zum Teil um bis zu 50% über dem Wert von komplett neu aufgebauten Fahrzeugen im Zustand 1 desselben Typs.

Wichtig für die Betrachtungen der Marktentwicklung für Old- und Youngtimer im Long-Term-Run ist das steigende Angebot im wachsenden Segment der Youngtimer und die demografische Entwicklung auf Seiten der Nachfrager. Dazu kommt, dass sich Old- und Youngtimer zwar anhaltend guter und starker Nachfrage erfreuen und insgesamt in der Bevölkerung ein sehr positives Image genießen. Aufgrund der Bevölkerungsentwicklung in Deutschland wird die Zahl der Oldtimer-Begeisterten allerdings nicht signifikant ansteigen. Somit bleibt für die nächsten Jahre als Fazit: Die Auswahl und das Angebot an klassischen Fahrzeugen, egal ob Youngtimer oder Oldtimer, werden künftig weiter steigen, die Nachfrage wird dagegen bestenfalls konstant bleiben.

Seit einigen Jahren ist der Oldtimermarkt auch in der öffentlichen Wahrnehmung mehr und mehr aus der vermeintlichen „Nische“ zu einem wichtigen Markt geworden, der je nach Berechnungsansatz zwischen 10 und 15 Milliarden Euro Umsatz jährlich generiert. Mithin wird man einen solchen Markt nicht mehr als Nische bezeichnen können.

Daraus hat sich ergeben, dass viele unterschiedliche Interessengruppen inzwischen ihren Weg in die Oldtimerbranche gefunden haben und ihr dortiges Engagement stetig ausbauen. Dazu gehören natürlich auch belastbare Zahlen, die bis in die 2000er-Jahre mehr oder weniger gefehlt haben.

Eine gute Grundlage zur Marktanalyse bietet dabei eine Studie von BBE Automotive aus den Jahren 2015 und 2018, die von etlichen Partnern aus der Oldtimerbranche mitgetragen wurde.

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 eingeschwo-rene Community verfügen.

Im Youngtimersegment muss man zwischen zwei großen Gruppen unterscheiden: Die zahlenmäßig größere sind die Fahrzeuge im täglichen Gebrauch. Die Besitzer halten ihren Autos die Treue, weil sie sich kein neues leisten können oder wollen. Sie lassen nur die nötigsten Arbeiten erledigen und suchen dazu meist freie Betriebe auf (siehe Bild 1.4). Trotz der Sparsamkeit der Besitzer sorgt die schiere Größe der Gruppe für ein gehöriges Umsatzvolumen: Es lag 2018 bei insgesamt 5 Milliarden Euro. Dieser Gruppe steht eine kleinere Zahl von Youngtimern gegenüber, die ihren Besitzern in erster Linie als Liebha-