CLASSIC CARS

Emotionales Business

Die Restauration, Instandsetzung, Reparatur und Pflege von Old- und Youngtimern stellt Unternehmer vor Herausforderungen. Interessante Impulse für dieses spannende Geschäftsfeld.

Wenn man im Autohaus Kunzmann in Aschaffenburg einen Blick in die Werkstatt wirft, dann wird sofort klar, was ein professionell betriebenes „Classic Center“ bewirken kann: An etwa 15 Prozent aller Arbeitsplätze wird an Youngtimern gearbeitet. Classic-Freunden, speziell Anhängern der Youngtimer – also Fahrzeuge, die etwa 20 bis 30 Zulassungsjahre laut Kfz-Schein aufweisen – geht das Herz auf: W123 (feiert gerade den 40. Geburtstag), W116, W108/109, die „Heckflosse“ und andere Zeitzeugen der vergangenen Automobilbaukunst werden hier fachmännisch instandgesetzt und aufbereitet.

Während man dem aktuellen Aftersales-Geschäft, nach „AW-Werten“ gemessen, einen eher rückläufigen Trend bescheinigt, sieht Werner Gossmann, exzellenter Kenner des Aftersales-Marktes und bei den Kunden des Autohauses Kunzmann bestens anerkannter Betreuer des Classic-Geschäftes, einen steigenden Markt. Das betrifft nicht unbedingt nur die Restaurierung der Oldtimer, dessen Marktvolumen endlich ist. Konnte man früher gut erhaltene Exemplare noch im Inland oder bei den europäischen Nachbarn finden, so ist es heute keine Ausnahme, dass begehrte Exemplare auch aus den USA oder Japan eingeführt werden. Diese hauptsächlich von Sammlern angeschafften Fahrzeuge dienen sowohl zur Vervollständigung von Sammlungen als auch als Wertanlage, Insider bezeichnen es als „Garagen-Gold“!

VORTEIL OLDTIMER

Nicht nur, dass Oldtimer einen erheblich höheren Wert als Youngtimer besitzen, sie haben noch weitere Vorteile:

- Niedrige pauschale Kfz-Steuer (191,73 Euro p.a.)
- Günstige Oldtimer-Versicherung
- Freie Fahrt in die Umweltzonen mit dem H-Kennzeichen

Für Werkstätten, die sich bei Restaurierung und Instandsetzung profilieren wollen, ist ein tiefgreifendes Fachwissen erforderlich. Geht es doch darum, die Fahrzeuge in einen kompromisslosen Originalzustand zu bringen und diesen dauerhaft zu sichern. Nur so kann man den Wert erhalten oder sogar steigern. Für Werkstätten ist dazu ein ausgeprägtes Netzwerk einerseits zur Teilebeschaffung und andererseits zu Handwerkern, für die Karosserie-Spezialarbeiten, Teilenachfertigungen, Speziallackierungen, Blecharbeiten auf Holzrahmen mit Niedrigtemperatur schweißen und Aufpolsterungen keine böhmischen Dörfer sind, unerlässlich.

Viele Oldtimer-Clubs bieten sehr gute Beschaffungsstrukturen, einschlägige Fachzeitschriften wie „Oldtimer Markt“ oder „Motor Klassik“ und das Internet schaffen Transparenz und letztlich küm-

Foto: Jörg Schwieder/Franz Sußbauer

BEGRIFFSDEFINITIONEN

Oldtimer sind Fahrzeuge ab 30 Jahre nach Erstzulassung, die mit einem „H-Kennzeichen" gefahren werden dürfen. Diese Automobile dienen in der Regel nicht als Gebrauchtfahrzeuge, sondern eher zu repräsentativen, spekulativen oder ideellen Zwecken.

Als **Youngtimer** kann man Fahrzeuge bezeichnen, die bereits 20 bis 30 Zulassungsjahre aufweisen. Viele davon werden noch gefahren und auf dem Weg zum „Oldtimer" hin gepflegt und erhalten.

KBA-BESTANDSZAHLEN

Youngtimer	Oldtimer
6.423.813	649.151

Durchschnittlicher Serviceumsatz p. a./Fahrzeug: 4.000 Euro

Quelle: BBE Automotive
Studie „Wirtschaftsfaktor Old- und Youngtimer"

mern sich zunehmend die Hersteller, allen voran Mercedes und Porsche, um dieses Klientel.

Wachsender Markt bei Youngtimern

Etwas anders ist die Situation bei den Youngtimern, also bei Automobilen der jüngeren Vergangenheit. Hier kann man getrost einen wachsenden Markt prognostizieren. Youngtimer kommen in Mode und derartige Fahrzeuge werden durchaus noch regelmäßig gefahren. Traditionell hat Mercedes in diesem Bereich auch die meisten Interessenten und Zulassungen. Doch gleich danach folgt der VW-Käfer, von dem ja noch viele Fahrzeuge zugelassen beziehungsweise am Markt angeboten werden. Hier sind auch noch sogenannte „Scheunenfunde" idealerweise mit „Brezelfenster" möglich. Natürlich gilt großes Interesse auch den Sportwagen von Porsche, zunehmendes Interesse erfährt Audi, erwähnt seien auch Nischen wie Volvo, Saab oder der legendäre 2CV von Citroën.

Freude am Detail

Wer sich mit dem Service für klassische Fahrzeuge befassen will, benötigt natürlich das absolute Know-how. Die Szene ist bestens vernetzt und Positives – wie Negatives – spricht sich schnell herum. Die Weiterempfehlung ist ein wesentliches Instrument der Kundengewinnung. Der Markt mit den Sammlerausstellungen, Teilebörsen, Clubtreffen oder Rallyes bietet eine sehr scharf umrissene Zielgruppe, die man mit Serviceangeboten treffgenau ansprechen kann. Das Internet ist die ideale Plattform für fachliche Kontakte und den Erfahrungsaustausch.

Ein möglicher „Classic-Service-Geschäftsaufbau" kann auch durch den direkten Verkauf oder Vermittlung von Young- oder Oldtimern geschehen oder damit ergänzt werden. Speziell Sammler schätzen bei Suche und Kauf von neuen Objekten die fachkundige Beratung und Begleitung des Servicebetriebes. So ergeben sich daraus weitere anschließende Servicegeschäfte zur Restaurierung und Instandsetzung – später dann zur Pflege und zum Werterhalt. Professionelle Classic-Serviceanbieter haben für ihre Kunden immer gute Empfehlungen für einen Neuerwerb zur Hand.

Leidenschaft pflegen

In diesem diffizilen Geschäft gilt es Kompetenz zu beweisen, Vertrauen zu gewinnen und einen kompletten Rundumservice anzubieten. Man hat es hier mit Kunden zu tun, die mit Leidenschaft an diesen Fahrzeugen hängen, die ein Serviceerlebnis wünschen und den persönlichen Kontakt zum Monteur schätzen. Idealerweise hat man Mitarbeiter in diesem Metier, die früher noch an den Youngtimern im normalen Werkstattbetrieb gearbeitet haben und so die absolute Fachkompetenz besitzen – und wer das Classic-Geschäft wirklich pflegen will, tut gut daran, dieses Fachwissen auf junge Mitarbeiter zu übertragen.

Herausforderung Teilebeschaffung

Einige Hersteller bieten für Old- und Youngtimer ein gut sortiertes Teileangebot. Je nach Fahrzeugmarke und -typ kann es natürlich auch zu Angebotsengpässen kommen. Dazu gibt es Spezialisten, die zum Beispiel mit originalgetreuen Nachbauten Lösungen anbieten. Größtes Sammelbecken für entsprechende Teile ist der Gebrauchtteilemarkt, der via Internet gut organisiert ist. Ebenso bieten Fachmessen und Ausstellungen ein breites Angebot. Wer Rat sucht, ist auch bei den Oldtimer-Clubs gut aufgehoben. Aber ein Thema steht im Teiledienst immer an erster Stelle: Die absolute Originalität, das gilt auch für Zubehör.

Spezielle Anforderungen der Kunden

Klar ist, dass die emotionale Bindung des Kunden an seinem Old- oder Youngtimer wesentlich ausgeprägter als gegenüber dem Alltagsauto ist. Er vertraut sein „Schätzchen" nicht jeder Werkstatt an, häufig steht am Anfang ein Sondierungsgespräch, ob man zueinander passt.

Der Preis der Werkstatt steht dabei nicht unbedingt an erster Stelle. Im Besonderen erwartet der Kunde:

- schonenden Umgang mit dem Fahrzeug
- absolute Fachkompetenz des Betriebes und derer, die „Hand anlegen"
- Möglichkeit zum umfassenden Dialog zwischen Werkstatt und Auftraggeber
- Möglichkeit bei Instandsetzungen und Reparaturen mit dabei zu sein
- Dokumentation der Reparaturen, Protokolle, Fotos, Berichte, detaillierte Rechnungen
- Ausführung aller notwendigen Arbeiten aus einer Hand
- und natürlich die persönliche Auslieferung nach Werkstattaufenthalt.

Ferner schafft die Zertifizierung als „Oldtimer-Fachbetrieb" oder zum „Fachbetrieb für historische Fahrzeuge" durch die Kfz-Innung ein positives Image.

Werner Gossmann, Erwin Wagner

ANFORDERUNGEN AN EINEN CLASSIC-SERVICE-BETRIEB

- Qualifiziertes, speziell auf die Zielgruppe eingestimmtes Personal in der Werkstatt und im Teiledienst.
- Beschaffung und Vorhalten von Fachliteratur, Teilekatalogen, Reparaturanleitungen und dergleichen mehr.
- Messebesuche, ständige Information via Newsletter und Besuch von Spezialseminaren sind unerlässlich.
- Auf die Fahrzeuge abgestimmte Werkstatteinrichtung, Spezialwerkzeuge, Test- und Einstellgeräte sind selbstverständlich.
- Anbieten des gesamten Spektrums aus einer Hand: Von der Reparatur bis zu Verdeck- und Polsterarbeiten wird von den Kunden alles erwartet.
- Zertifizierung als „Oldtimer-Fachbetrieb" (z. B. TÜV SÜD) schafft positives Image.