



UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fachhochschule Kufstein Tirol

International Business School GmbH

Die Rolle der Jugend in der österreichischen Oldtimerszene

Wissenschaftliche Arbeit
Lehrgang Akademischer Automobil Manager

Verfasser:
Alexander Hübner

Betreuer:
Mag. Gloria Bottaro

Abgabedatum:
30.10.2018

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende wissenschaftliche Arbeit selbstständig und ohne unzulässige Hilfsmittel verfasst und in der Bearbeitung und Abfassung keine andere als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benutzt, sowie wörtlich und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe. Die vorliegende Arbeit wurde noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt

Ort, Datum und Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	-1-
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung.....	-1-
1.2 Zielsetzung und Relevanz.....	-2-
1.3 Forschungsfrage.....	-3-
1.4 Aufbau der Arbeit.....	-3-
2. Geschichte und Bedeutung des Automobils.....	-4-
3. Oldtimer.....	-5-
3.1 Definition nach FIVA und KFG.....	-6-
4. Die Österreichische Oldtimerszene.....	-7-
4.1 Allgemeines.....	-7-
4.2 Die Clubszene.....	-8-
4.3 Veranstaltungen.....	-9-
5. Motorsport.....	-10-
5.1 Motorsport damals.....	-10-
5.2 Motorsport heute.....	-11-
5.3 Motorsport mit Oldtimern.....	-12-
6. Vertretung der Jugend in der österreichischen Oldtimerszene.....	-13-
7. Maßnahmen zur Nachwuchsförderung.....	-16-
7.1 Aufklärung.....	-16-
7.2 Anti-Aging.....	-17-
7.3 Online Auftritt.....	-17-
7.4 Ansätze für zusätzliche Werbung und PR-Maßnahmen.....	-19-
8. Szeneneinstieg über den Motorsport.....	-20-
9. Fazit.....	-22-

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Flyer der Tullner Oldtimermesse 2017

Abbildung 2: Jochen Rindt auf einem Flupplatzrennen in Wien-Aspern 1965

Abbildung 3. Altersgruppen und ihr Prozentanteil auf Facebook in Österreich

Abkürzungsverzeichnis:

Vgl.	Vergleich
KFG	Kraftfahrzeug Gesetz
KFZ	Kraftfahrzeug
PKW	Personen Kraftwagen
FIVA	Federation Internationale des Vehicules Anciens
FIA	Fédération Internationale de l'Automobile
Hrn.	Herrn
Ca.	Cirka
Bzw.	beziehungsweise
Bzgl.	bezüglich
ABS	Anti Blockier System
z.B.	zum Beispiel
KR	Kommerzial Rat
ÖAMTC	Österreichischer Automobil-Motorrad und Touring Club
u.v.m.	Und vieles mehr
exkl.	Exklusive
inkl.	Inklusive
BMVIT	Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
ESCC	English Sports Car Club
ÖMVV	Österreichischer Motor Veteranen Verband
SUV	Sport Utility Vehicle
HFG	Histo-Cup Fahrgemeinschaft
F1	Formel 1.
Km	Kilometer
AMF	Austrian Motorsport Federation
VW	Volkswagen
TDI	Turbodiesel

1. Einleitung

Diese wissenschaftliche Arbeit befasst sich mit der essentiellen Rolle der Jugend in der österreichischen Oldtimerszene. Zu Anfang beschreibt sie den Oldtimermarkt mit speziellem Fokus auf Österreich, seine klassischen Mitglieder, den IST-Zustand und mögliche Zukunftsperspektiven. Das Kapitel „Motorsport“ befasst sich mit dem Stellenwert und der Wichtigkeit des Motorsports, der zur Erhaltung der Oldtimerszene beiträgt, sowie Jugendförderungsprogramme, um jungen Menschen die Möglichkeit zu bieten, in dieser Sparte Fuß fassen zu können. Des Weiteren werden verschiedenste Verbesserungsmöglichkeiten und Maßnahmen auch im Bereich Marketing und Onlineauftritt in dieser Szene vorgestellt.

1.1 Ausgangssituation und Problemstellung

Knapp 100.000 Österreicher besitzen einen Oldtimer, was in etwa einem Bestandwert von 3,7 Milliarden Euro entspricht, die in privater Hand gehegt und gepflegt werden. Die Freunde historischer Fahrzeuge werden mehr. Die Szene im Oldtimer- und Youngtimer-Bereich ist lebendig und im stetigen Wachstum. (vgl. Schamburek, 2017) Die Vorliebe für alte Fahrzeuge hat sich in den wohlhabenden Nationen in wenigen Jahrzehnten von einem Volkshobby zu einem Milliardengeschäft und einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt. Innerhalb der EU erbringt die Oldtimerbranche eine Wirtschaftsleistung von 17. Mrd Euro. (vgl. FIVA-Studie, 2006). Der Markt für Oldtimer ist dank Online-Portalen und Schätzstellen transparenter geworden, was auch ein Grund dafür ist, dass in den vergangenen Jahren ein wahrer Goldrausch in dieser Szene ausgebrochen ist. (vgl. Schamburek, 2017) Klassische Fahrzeuge sind Sammlerobjekte geworden, welche Inflationsschutz genießen und aufgrund der Sicherheit und Begrenztheit ein wertsteigerndes Potential bieten. (vgl. Schuster, 2015)

Eine durchschnittliche Wertsteigerung der Fahrzeuge von 20% konnte in den letzten Jahren festgestellt werden. (vgl. Merten, 2015)

Durch immer strengere Abgas- und Sicherheitsvorschriften ist es jedoch unsicher, wie sich die Oldtimerszene entwickeln wird und ob es in Zukunft noch erlaubt sein wird, mit diesen alten Fahrzeugen auf Österreichs Straßen unterwegs zu sein. Zusätzlich mangelt es massiv an ausgebildetem Fachpersonal, welches die veraltete Technik der Oldtimer noch versteht und auch bereit ist, dieses Wissen weiterzugeben. (vgl. Interview KR Steinbacher, 2015)

Ein weiteres Problem stellt die aufwendige Arbeit und der hohe Kosten- und Reparaturaufwand dar, welcher mit einem alten Kfz verbunden wird. Aus der Studie „Oldtimer in Österreich“ von Christian Schamburek aus dem Jahr 2017 ging hervor, dass 60% der befragten Österreicher einen Oldtimer für ein eher teures Hobby halten, das sich nicht jeder leisten kann. Dabei wurden die Anschaffungskosten eines Oldtimers offenbar überschätzt, denn nur 79% der Bestände an historisch zugelassenen Fahrzeugen liegen im Wert über 10.000,-. Bei einem durchschnittlichen Verdienst eines österreichischen Oldtimerbesitzers von 3.000-4.000 Euro pro Monat, ist das ein überschaubarer Betrag, wenn darauf Rücksicht genommen wird, dass der durchschnittliche Besitzer 3,2 Fahrzeuge in seiner Garage stehen hat. (vgl. Schamburek, 2017)

Die Tatsache, dass 56% der typischen Oldtimerbesitzer zwischen 40 und 60 Jahre alt sind, lässt den relativ hohen Altersdurchschnitt in dieser Szene erahnen. Jedoch lässt sie die Frage offen, wie sich die Oldtimerszene weiterentwickeln wird und kann, wenn es nicht gelingen sollte, mehr junge Menschen für diese Leidenschaft zu begeistern.

1.2 Zielsetzung und Relevanz

Diese Arbeit analysiert und bewertet den Markt für klassische Fahrzeuge sowie ihre unzähligen Veranstaltungen, Clubs und deren Mitglieder. Ziel dieser Arbeit ist es, die Rolle und Bedeutung der Jugend in dieser Szene darzustellen und aufzuzeigen, wie mehr junge Leute davon überzeugt werden können, dass ein Oldtimer oft viel mehr bieten

kann, als ursprünglich angenommen wird und nicht zwingend mit hohen Kosten verbunden sein muss. Auch Marketing-Maßnahmen mit dem Ziel den hohen Altersdurchschnitt in dieser Szene zu senken werden vorgestellt. Jungen Erwachsenen soll der Einstieg in die Oldtimerbranche mit allen ihren Vorzügen schmackhaft und erleichtern werden, um ein mögliches Aussterben dieser Szene in Österreich zu verhindern.

1.3 Forschungsfrage

Es ergibt sich somit folgende Forschungsfrage:

- Welche Rolle vertritt die Jugend in der österreichischen Oldtimerszene?

Aus dieser Hauptfrage ergeben sich noch folgende Unterfragen:

- Warum ist Österreichs Jugend in der Oldtimerszene so schwach vertreten?
- Warum ist es wichtig, mehr Jugendliche für diese Szene zu begeistern?
- Welche Maßnahmen wären nötig um die Oldtimerszene attraktiver für junge Menschen gestalten zu können?

1.4 Aufbau der Arbeit

In der Literatur findet man nur sehr wenig zum Thema Jugend und ihre Vertretung in der Österreichischen Oldtimerszene. Diese Arbeit soll diese wissenschaftliche Lücke schließen. Um die Forschungsfrage beantworten zu können, wurden deshalb im Rahmen dieser Arbeit mehrere Interviews mit jungen Erwachsenen aber auch mit langjährigen Mitgliedern aus verschiedensten Oldtimerclubs geführt. Darunter fällt auch Gerhard Mischka, der Veranstalter zahlreicher Oldtimerrallyes in Österreich (unter anderem der Tour Grande) und Michaela Riedl, die Vizepräsidentin des ÖMVV und Clubpräsidentin des English Sports Car Club.

Bei der Befragung der Jugendlichen, welche zufällig ausgewählt wurden, wurde das standardisierte Interview angewandt. Charakteristisch für das standardisierte Interview ist, dass die Formulierung der Fragen, ihre Reihenfolge sowie die Antwortmöglichkeiten und das Interviewerverhalten genau festgelegt sind. (vgl. Online-Lexiko für Psychologie und Pädagogik, 2018) Jedem der jungen Befragten wurden die gleichen Fragen gestellt, sodass die Resultate gut miteinander verglichen werden konnten. Bei den beiden Interviews mit Herrn Mischka und Frau Riedl wurde die halbstandardisierte Interviewvariante angewandt. Bei diesen qualitativen Interviews ist nicht die Anzahl der durchgeführten Gespräche entscheidend, sondern vielmehr die gute Wahl der Gesprächspartner. Diese verlangt eine präzise Reflexion. Bei dieser Vorgehensweise wird einem Fragenkatalog bzw. Gesprächsleitfaden gefolgt, der eine gewisse Struktur in das Gespräch bringen soll. Der Interviewer kann an bestimmten Stellen vom Frageguide abweichen, um Aussagen zu vertiefen oder zu klären. Einerseits bringen diese Abweichungen den Nachteil mit sich, dass sie sich schlecht vergleichen lassen. Andererseits können sie wichtige Bestandteile eines Problemprofils werden. (vgl. Online-Lexiko für Psychologie und Pädagogik, 2018)

Alle Interviews wurden im Anhang an diese Arbeit schriftlich beigelegt. (siehe Anhang: 2-6)

2. Geschichte und Bedeutung des Automobils

Die Entwicklung der Mobilität hat die Menschheit grundlegend und nachhaltig verändert. Die Entstehung des Automobils, wie man es heute kennt, begann als Carl Benz am 29. Januar 1886 sein dreirädriges Fahrzeug mit Gasmotor zum Patent anmeldete. Die erste Überlandfahrt mit dem Benz Patent-Motorwagen Nr. 3 von Bertha Benz im Jahre 1888 ging in die Geschichte ein und gilt als Geburtsstunde des Automobils. Das Kraftfahrzeug war darauf folgend auch das innovativste Produkt des 20. Jahrhunderts, welches auch den größten Einfluss auf die menschlichen Gewohnheiten auslöste. (vgl. Schuh, 2002) Die USA waren mit Henry Ford und seiner Idee zur Fließbandentwicklung die Vorreiter der Automobilentwicklung. In Folge dessen wurden die Jahre 1949 bis 1974 als die

„goldenen Jahre“ des Automobils in den USA bekannt. Über zehn Millionen Neuwagen pro Jahr liefen Mitte des 20. Jahrhunderts von nordamerikanischen Bändern. Das Auto wurde in den Vereinigten Staaten zu einem unverzichtbaren Gebrauchsgegenstand, während es in Europa noch als Luxusgut bekannt war. Es dauerte bis zu zwei Jahrzehnte bis sich auch in Europa und in Österreich ein immer größer werdender Automobilmarkt entwickelte. (vgl. Priebe, 2017)

Die Erfindung der ersten Elektroautos Mitte des 19. Jahrhunderts, die Dampfkraftwagen, Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor bis zu den heutigen Standards hochmoderner Weiterentwicklungen und unterschiedlichster Konzepte für die Zukunft der Mobilität, geben uns individuelle und scheinbar unbegrenzte Möglichkeiten und Freiheitsgrade. Genau aus diesem Grund ist die Pflege der Geschichte durch die Erhaltung unserer historischen Fahrzeuge auf Österreichs Straßen umso wichtiger, um jungen Generationen die Historie erlebbar und nachvollziehbar zu erhalten. Oldtimer sind Zeitzeugen der Geschichte der Mobilität und sollten als solche auch in Zukunft auf Österreichs Straßen erhalten bleiben. (vgl. Schamburek, 2017)

3. Oldtimer

Der Begriff „Oldtimer“ existiert im Englischen ebenso wenig wie das Wort „Handy“. Darunter wird vielmehr eine ältere Person verstanden, somit sei Vorsicht geboten diesen Begriff in englisch-sprachigen Ländern zu gebrauchen. In England und auch in den USA spricht man von Vintage-Cars, oder Classic's. (vgl. Pilz, 2014)

Unter „Youngtimer“ wird im Englischen ein modernes Classic-Car bezeichnet, welches zwischen 20 und 30 Jahre alt ist und im Begriff ist, einmal ein Oldtimer zu werden. Klassische Automobile lassen sich in drei Epochen einteilen: Vorkriegswagen, Autos aus der Nachkriegszeit und die sogenannten Supersportscars. Vorkriegsautos sind sehr selten und sehr oft wird ihre Originalität in Frage gestellt. Die meisten Exemplare im Bereich der klassischen und wertvollen Fahrzeuge kommen aus den Fünfziger, Sechziger und Siebziger Jahren, prominente Teilnehmer dieses Marktes sind die Sport- und Rennwagen von Aston Martin, Bentley, Ferrari, Mercedes und Zagato. (vgl. Fuchs-Report, 2013)

3.1 Definition nach FIVA und KFG

Die Federation Internationale des Vehicules Anciens (FIVA) ist eine internationale Vereinigung mit ca. 600.000 Mitgliedern in 36 verschiedenen Ländern. Sie wurde in den 60er Jahren von Auto-Enthusiasten gegründet und beschäftigt sich vorwiegend damit, die Interessen aller Personen und Vereine zu vertreten und zu schützen, welche sich mit der Erhaltung, Restaurierung, Pflege sowie Nutzung von historischen Fahrzeugen befassen. (vgl. FIVA-Homepage, 2018) Österreichvertreter der FIVA ist der sogenannte Österreichische Motor Veteranen Verband.

Die genaue Begriffsbestimmung für historische Fahrzeuge in Österreich findet sich im Kraftfahrzeuggesetz (KFG) 1967, §2 Absatz 1, Ziffer 43.

Demnach ist ein historisches Fahrzeug ein

- erhaltungswürdiges, nicht zur ständigen Verwendung bestimmtes KFZ,
- mit Baujahr 1955 oder davor, bzw.
- welches älter als 30 Jahre ist und in die vom Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie approbierte Liste der historischen Kraftfahrzeuge eingetragen ist (§ 131b)
- welches nicht für den alltäglichen Gebrauch verwendet wird
- an max. 120 Tagen pro Jahr gefahren werden darf (Motorräder 60Tage)
- welches sich in einem technisch originalen Zustand befindet.

Dies bedeutet auch, dass Abgasnormen sowie sicherheitsrelevante Komponenten wie zum Beispiel der Airbag, das ABS, die Gurte und Vieles mehr nicht den heutigen Standards entsprechen müssen. (vgl. FIVA-Studie, 2007)

Die schon erwähnte Liste des BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie) wird jährlich vom Kuratorium für historische Mobilität in Zusammenarbeit mit dem Beirat für historische Kraftfahrzeuge publiziert. Sie dient als Basis für den Genehmigungsvorgang von historischen Kraftfahrzeugen in Österreich. Hinsichtlich Fahrzeugen, die nicht in die Liste eingetragen sind, kann der gesetzlich eingerichtete Beirat Empfehlungen betreffend der Erhaltungswürdigkeit und dem Erhaltungszustand abgeben und die Liste ergänzen.

4. Die Österreichische Oldtimerszene

4.1 Allgemeines

Oldtimer bieten eine Alternative um aus dem digitalen, dem schnellen Alltag in eine analoge Welt, in eine vermeintlich bessere Vergangenheit zu entfliehen. Die Menschen sehnen sich in bewegten Zeiten nach Bekanntem, Halt und Ankerpunkten.“ (Interview Martin Haider, 2016)

„Klassische Fahrzeuge wecken Emotionen.“(Interview Bilger, 2018)

Sie sind ein Weg der Hektik des Alltags zu entkommen, sich der Gefühllosigkeit moderner Systeme zu entziehen und vielleicht sogar einmal selbst Hand anzulegen. (vgl. Interview Peter Pfandler, 2018)

Die Auseinandersetzung mit veralteter Technik und Mechanik, aber auch die soziale Komponente sind mitunter Gründe dafür, dass immer mehr Menschen zum alten Blech verführt werden.

„Alte Autos sind ein rollendes Kulturgut und als solches in unserer Vergangenheit auch verankert. Die emotionale Kraft persönlicher Erinnerungen und Erlebnisse tritt in die Gegenwart, wenn ein klassisches Auto an jemandem vorbeifährt. Es ist daher auch wichtig, die Sympathie für das Thema und die gesamtgesellschaftliche Wertschätzung historischer Kraftfahrzeuge auch in Zukunft dadurch zu ermöglichen, dass sie auch weiter auf öffentlichen Straßen gefahren werden dürfen.“ (Interview Krickl, 2017)

Martin Haider, Chef der deutschen Meilenwerk AG, unterscheidet vier Typen von Oldtimer-Besitzern: Echte Liebhaber, Sammler, Youngtimer- und Oldtimerfreunde und Investoren, die an Vermögensaufbau- und Erhalt interessiert sind. Auch er habe festgestellt, dass die Gruppe der Investoren in den letzten Jahren zugenommen hat. (vgl. Motor-Talk Community, 2013) Ob sich ein Kauf eines Old- bzw Youngtimers rentiert, hängt jedoch nicht nur von der jährlichen Wertsteigerung ab, sondern auch von den jährlichen Kosten welche für die Reparaturen anfallen können. Eine Summe von €2.700,- direkter Ausgaben (Reparatur, Versicherung, Steuer), die pro historischem Automobil

jedes Jahr ausgegeben werden, lässt vermuten, dass ein „Oldie“ ein teures Spielzeug ist. Jedoch darf man hierbei nicht außer Acht lassen, dass die meisten dieser Fahrzeuge ein wertsteigerndes Potential bieten und nicht selten dafür nach nur wenigen Jahren ein deutlich höherer Preis am Markt gezahlt wird als bei der Anschaffung. Der ÖAMTC hat hierzu im Jahr 2015 einen Vergleich mit einem neuwertigen PKW durchgeführt. Die Berechnungen gelten für einen VW Passat 1.6 TDI Comfortline mit einer jährlichen Kilometerleistung von 15.000 Kilometern und einer Behaltdauer von 5 Jahren. Demnach verliert das Fahrzeug pro Jahr allein 4.492 Euro an Wert. Mit 1.077 Euro schlagen die Wartungskosten zu Buche, für die Haftpflichtversicherung werden 917 Euro fällig, die Versicherungssteuer schlägt sich mit 476 Euro nieder. (vgl. ÖAMTC-Homepage, 2015)

Wenn man den Wertverlust nicht berücksichtigt, dann wäre das eine Summe von 2470 Euro welche jährlich für einen modernen VW Passat anfallen.

Natürlich sind diese Summen und Zahlen sehr kritisch zu betrachten, aber sie lassen uns ein modernes Fahrzeug mit einem historischem Oldtimer in etwa vergleichen. Jedoch sollte man hierbei nie vergessen, dass der durchschnittliche Oldtimerbesitzer mit seinem Gefährt unter 1000km im Jahr zurücklegt und es an maximal 120 Tagen im Jahr ausführen darf. Die Laufleistung der Oldtimer liegt anteilmäßig bei ca. 0,2% aller gefahrenen Kilometer in Österreich pro Jahr. (vgl. Schamburek, 2017) Daraus lässt sich schließen, dass ein Großteil dieser Autos selten, achtsam und vorsichtig benutzt wird.

„Ein Classic Car ist kein alltäglicher Gebrauchsgegenstand, sondern sollte mehr als Zweit oder Dritt-Auto erstanden werden.“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

4.2 Die Clubszene

Einen großen Beitrag zur Erhaltung, Pflege und Ersatzteilbesorgung historischer Fahrzeuge liefert die Clubszene. Sie ist ein wesentlicher Faktor und stellt einen Wissenspool, eine Plattform für soziale Kontakte, gemeinsame Aktivitäten und Nachwuchspflege dar. Die Mitgliederanzahl lässt sich im Schnitt mit 100 Mitgliedern beziffern. Ein Mitgliedsbeitrag von durchschnittlich 39 Euro pro Jahr ist erschwinglich und die Vielfalt an Information und Kommunikation, die Clubs ihren Mitgliedern zur

Verfügung stellen, sind ein wesentlicher Beitrag in der Ausübung dieses Hobbies. Gerade Tourismusregionen profitieren stark von den Ausgaben, die im Rahmen der vielen Clubausfahrten mit Nächtigungen und Kulinarik getätigt werden. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Oldtimerbranche in Österreich wird mit rund 690 Millionen Euro per anno zitiert und setzt sich aus den direkten und indirekten Ausgaben der Besitzer und den im Inland relevanten Käufen und Verkäufen zusammen. (vgl. Schamburek, 2017)

4.3 Veranstaltungen

Nicht zuletzt durch das große Angebot von Oldtimertreffen, Messen und Ausfahrten kommen die vielen Clubs und die bleibenden Freundschaften in dieser Szene zustande. Mit ca. 150 Oldtimerveranstaltungen pro Saison bietet Österreich ein immenses Angebot für Oldtimerliebhaber. (vgl. AMF Motorsportkalender, 2018) 32% der Besitzer benutzen ihr Fahrzeug um an Rallyes, Ausfahrten oder Touren teilzunehmen. (vgl. Schamburek, 2017) Bei Oldtimermessen, wie beispielsweise der Tullner Oldtimermesse, kommt es zu einem Ausstellen der eigenen Fahrzeuge, Treffen der Mitglieder und großem Informationsaustausch zwischen den unterschiedlichen Clubs und Fahrzeugbesitzern. Mit einer Besucheranzahl von 30.000 Menschen belegt die Oldtimermesse Tulln im europaweiten Ranking den 6. Platz. (vgl. OTS-Homepage, 2017)

OLDTIMERSCHAU - CLUBPRÄSENTATIONEN - TELEMARKT

Sonderausstellungen der letzten Jahre
Special exhibitions of the last years

125 Jahre Automobil - Mercedes Benz 2011 • 110 Jahre Fiatlex 2009 • 100 Jahre Alfa Romeo 2010 • 100 Jahre Wiener Fahrzeugbau Geil & Söhl 2001 • 100 Jahre Rolls Royce Silver Ghost 2005 • 100 Jahre Ford F 1000 • 100 Jahre Harley Davidson 2002 • 100 Jahre Rolls Royce 2004 • 100 Jahre LANCIA 2008 • 80 Jahre Volvo 2007 • 60 Jahre VESPA 2004 • 60 Jahre Porsche Automobils 2008 • 60 Jahre Lindear Traktoren 2004 • 60 Jahre Lotus 2004 • 50 Jahre Puch 500 2007 • 50 Jahre Mini 2005 • 40 Jahre Ford Capri 2009 • 40 Jahre Opel GT 2008 • 40 Jahre Mercedes Stach 8 2008 • 40 Jahre Ford Mustang 2005 • 40 Jahre MAZDA Tipo 2011 • 30 Jahre Comau-Racing 2008

LAGER UND ZUFAHRTEN / LOCATION AND ACCESS ROADS
Wien - Tulln ca. 30 km, Autobahn Tulln ca. 20 km
Erreichbar von dem Wiener Westbahnhof A1, Abfahrt 51, Christophorus
Erreichbar von dem Süden: Aufwiesgürtelstraße A21, Abfahrt Allentbach
Erreichbar von dem Norden: SS, A22, E59, Abfahrt Salla Wien ca. 30 km
Gut erreichbar mit öffentlichen Verkehrsmitteln
Wien - Tulln über S-Bahn Wainpöyler Tal über 20 km
Wien nach westwärts: Motorway 10 nach St. Christophorus
Wien nach nordwärts: Motorway A21 und Allentbach
Wien nach nordwest: SS, A22, E59
Anreise für public transport

Österreichs größte Oldtimerveranstaltung
19. - 20. Mai

ÖFFNUNGSZEITEN / OPENING HOURS:
Die große Oldtimerveranstaltung Österreichs ist
am Samstag, dem 19. und am Sonntag, dem 20. Mai 2012
jeweils von 09.00 bis 18.00 Uhr geöffnet.
Ausschließlich über die neue vom Samstag, 19. und
Sonntag 20. of May 2011, each from 09.00 am to 6.00 pm

ENTWERTPREISE / ENTRANCE CHARGE:
Erwachsene EUR 10,- / (Jahre 100 bis 110)
Kinder (0-15 Jahre) EUR 6,- / (0-10 Jahre) EUR 4,-
Freiwillige (Senioren und Studenten): EUR 6,-
- Inklusive eines Getränks und mindestens 100 g.
- Inhaber-Karte für Samstag Telemarkt ab 8 Uhr: EUR 13,-
- Inhaber-Karte für Sonntag von 6 bis 10 Uhr: EUR 11,-

Partner der
H.B.H. Veranstaltungsgesellschaft
Bismarckstraße 14 • A-2400 Tulln/Donau
Tel. +43 (0) 2272/644 66
Fax: +43 (0) 2272/644 64 18
e-mail: oldtimermesse@tulln.at

www.oldtimermesse.at

Abbildung 1. (Flyer der Tullner Oldtimermesse)

5 Motorsport

5.2 Motorsport damals

Der Motorsport entstand im ausgehenden 19. Jahrhundert aus Wettfahrten zwischen den Besitzern der ersten Kraftfahrzeuge. Die im Jahr 1904 gegründete Fédération Internationale de l'Automobile ist der internationale Dachverband des Automobils bzw. der Autofahrer mit Sitz in Paris. Das Ziel dieser Vereinigung ist die Förderung des Automobilsports und des internationalen Kraftverkehrs. (vgl. FIA-Homepage, 2018)

Der Motorsport in den sechziger und siebziger Jahren bestand überwiegend aus Flugplatzrennen, Rallyes und Langstreckenkurse. Neben dem 24-Stunden Rennen von LeMans gibt es noch eine andere Motorsportklasse, welche auch schon in der Vergangenheit für viel Gesprächsstoff gesorgt hat. Die Formel 1 ist zweifellos noch immer die Königsdisziplin des weltweiten Motorsports. Keine andere Rennsportart auf vier Rädern ist mit der Formel 1 zu vergleichen. Diese ist jedoch nicht, wie oft angenommen wird, nach den Autos benannt, sondern nach den von der FIA aufgestellten Regeln wie die Autos auszusehen haben bzw. wie sie von den Ingenieuren zu bauen sind. Nach diesem Regelment mit der sogenannten Regel Nummer 1, entstanden in den 50er Jahren die Formelfahrzeuge und somit der Namen Formel 1. (vgl. Obst, 2016)

Persönlichkeiten die in dieser Rennserie gewinnen sind Stars, Idole und werden von ihren Fans als Nationalhelden gefeiert. (vgl. Krause, 2014) Die F1 jedoch brachte in der Vergangenheit nicht nur Ruhm und Ehre mit sich. Die Chance in den Sechziger und Siebziger Jahren als Fahrer bei einer Saison zu verunglücken und zu sterben standen damals 1:12,5. In eine Zeit ohne ABS, ohne elektronische „Helferchen“, bedeutete ein Vertrag in einem F1 Team fast schon den sicheren Tod. Von aussen betrachtet würde man sich fragen, was normale Menschen zu solch gefährlichen Sportarten begeistert. Die Antwort darauf ist, dass es sich bei genau diesen nicht um normale Menschen handelt. Es sind Rebellen und Wahnsinnige, die unbedingt eine Spur in der Geschichte hinterlassen wollten. Viele mutige Männer ließen ihr Leben auf den Rennstrecken dieser Welt mit eben diesem ewig bleibenden Traum. Jedoch werden Namen wie Roland Ratzenberger, Stefan Bellof, Ronnie Pettersson, Ayrton Senna oder Jochen Rindt, dem es als einzigen Fahrer bisher gelang posthum Formel 1 Weltmeister zu werden, trotz ihres kurzen Lebens niemals in Vergessenheit geraten. (vgl. Walz, 2017)



Abbildung 2. (Jochen Rindt auf einem Fluplatzrennen in Wien-Aspern 1965)

5.3 Motorsport heute

Wer heutzutage den Traum hat Rennfahrer zu werden, muss schon in jungen Jahren eine beachtliche Rennkarriere an den Tag legen. Außerdem muss man sehr viel Geld und Zeit investieren, um jemals die Chance zu bekommen einmal als Fahrer für ein Team seinen Lebensunterhalt verdienen zu können. Die meisten Rennfahrer starteten ihre Karriere fast ausnahmslos im Kartsport. Hierbei geht es um kleine Autos mit maximal 45 PS und 80-120 Kilo. In fast jedem Land findet man heutzutage eine Kartbahn, wo auch fast immer Meisterschaften ausgetragen werden. (vgl. Krause, 2014)

Eine weitere Einstiegsmöglichkeit bieten die sogenannten Markenpokale. Markenpokale sind eine Serie von Veranstaltungen oder Rennwochenenden, bei der gleichartige Fahrzeuge einer gewissen Marke und eines bestimmten Typs gegeneinander antreten. Jeder Teilnehmer hat identische Bedingungen und Voraussetzungen und auch Reifen, Team und sogar Unterkünfte werden von machen Veranstaltern direkt vor Ort zu Verfügung gestellt. (vgl. Walther, 2014) Der Vorteil bei Events, wie den Markenpokalen ist, dass das fahrtechnische Können eines Fahrers erkennbar gemacht wird. Durch die erschwingliche Marge, die Gleichstellung der Autos und die dadurch folgenden spannenden Zweikämpfe in dieser Serie, gewinnen die Markenpokale immer mehr Teilnehmer und auch Zuseher.

Eine Saison-Teilnahme beim Suzuki-Swift-Cup kostet umgerechnet ca. 35.000€, ohne jedoch den Eigenerwerb des Cup-Fahrzeuges miteinzubeziehen. (vgl. Suzuki-Swift-Cup Homepage, 2018) Andere Motorsportklassen wie Autoslalom, Langstreckenrennen oder Rallyes sind für die meisten Menschen, welche durch ihr fahrerisches Können aufzeigen wollen, meist keine Alternative da hier in den seltensten Fällen eine Chancengleichheit besteht. (vgl. Walz, 2017)

5.4 Motorsport mit Oldtimern

Mit ihren zahlreichen Rallyes und Rennen bietet die Oldtimerszene einen guten Einblick in den Motorsport. Eines der wahrscheinlich größten Events des Jahres in Österreich bildet der sogenannte Histo-Cup. (vgl. AMF-Homepage, 2018)

Die HFG (Histo-Cup-Fahrgemeinschaft) hat mit diesem Event eine Rennserie geschaffen, die allen Beteiligten nicht nur großen Spaß macht, sondern auch halbwegs erschwinglich ist und sich in den vergangenen Jahren für die Wirtschaft zu einem sehr wichtigen und interessanten Partner entwickelt hat. (vgl. Histo-Cup Homepage, 2018) Aufgrund der großen Starterfelder und der Attraktivität der historischen Fahrzeuge stehen die Veranstaltungen stets im Interesse der Medien und einer sehr großen Fangemeinde. Die erschwingliche Teilnahmegebühr, die gute Organisation und das Marketing motiviert viele Fahrer am Histo-Cup Austria teilzunehmen. Bei den großen Veranstaltungen am Red Bull Ring und Salzburgring sind teilweise über 300 Teilnehmer aktiv. Aber auch bei den sogenannten Gleichmäßigkeitsfahrten, wo das Ziel darin besteht eine möglichst geringe Zeitdifferenz zu erzielen nachdem zwei mal eine vorgegebene Strecke abgefahren wurde, kann es mitunter auch vorkommen, dass lebende Legenden wie Rudi Stohl oder Walter Röhrl im Auto vor Ihnen oder hinter Ihnen starten. (vgl. Homepage-Geisbergrennen, 2018)

Natürlich ist der motorsportliche Bereich der Oldtimerszene immer noch mehr als Hobby und Freizeitvergnügen zu verstehen und weniger als eine Nachwuchsplattform für den gegenwertigen Motorsport mit der Hoffnung eines Tages von großen Rennteams entdeckt zu werden, wie es früher üblich war.

6. Vertretung der Jugend in der Österreichischen Oldtimerszene

„Ohne Jugend hat es sich irgentwann einmal erledigt. In fast jedem Oldtimerclub ist die Jugend ein wichtiges und immer präsenten Thema, welches auch diskutiert wird.“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

„Es wird viel davon gesprochen, dass ein Großteil von uns, die wir gerne alte Autos bewegen, nicht mehr wirklich unter den Begriff „Teenager“ fällt. Und, dass es an Nachwuchs, an engagierten, interessierten jungen Leuten fehlt, die unser Hobby weiterführen wollen.“ (Artikel der Austro Classic, 2015)

Der Nachwuchs in der Oldtimerszene ist also ein dauerhaftes Thema in den verschiedenen Oldtimervereinen. Dort wird oft davon ausgegangen, dass junge Menschen keinen Bezug zu alten Autos haben und deshalb diese Szene ablehnen würden. Wie sich durch die diversen Interviews aber erkennen lässt, ist auch die Jugend von heute begeistert von alten Autos.

„Verglichen mit modernen Automobilen, dann berührt einen ein altes Auto emotional. Ein modernes Fahrzeug nimmt einem die Verbundenheit zwischen Fahrer, Fahrzeug, und Straße und genau das ist es, was den Charm ausmacht. Es muss nicht alles perfekt sein, und es soll auch nicht alles perfekt sein. Es ist auch ein Teil des Charmes, dass sich nicht jeder einen Oldtimer leisten kann, dann würde es alltäglich werden einen Mustang, Camero oder Corvette auf der Straße zu sehen, dann würde es an Reiz verlieren.“ (Interview Florian Bilger, 2018)

Gerhard Mischka, Oldtimerbesitzer und Veranstalter diverser Rallyes und Ausfahrten erklärt den Einstieg in die Szene für jüngere Menschen wie folgt:

„Man beginnt als aller erstes Mal zu sammeln. Objekte die rar sind, sind natürlich begehrt als Objekte, die es zu Massen gibt. Dementsprechend werden Oldtimer dadurch, dass sie nicht mehr erzeugt werden, immer rarer und teurer, was wiederum die erste Hemmschwelle für junge Erwachsene darstellt.“ (Interview Gerhard Mischka, 2018)

Diese Aussage bestätigt sich auch durch die verschiedenen Antworten der jungen Befragten. Alle empfinden Glücksgefühle und Sympathie, wenn sie ein altes Auto auf der Straße sehen und planen sich eines Tages einen „Oldie“ zu kaufen.

„Es ist ein Hobby das sich jedoch junge Menschen nur mit Unterstützung der Elten leisten können. Ohne der Eltern ist es sehr schwer realisierbar sich einen Oldtimer anzuschaffen.“ (Interview, Alexander Wurzinger, 2018)

Peter Pfandler, 23 Jahre alt, TU Student und Autoliebhaber sieht in alten Fahrzeugen vor allem die Möglichkeit sich mit der veralterten Technik auseinanderzusetzen und vielleicht auch mal selber Hand anzulegen. Er finanziert sich seinen Mini Cooper S, Baujahr 1973, vollkommen selber, indem er monatlich eine kleine Summe Geld beiseite legt, um dann an besonderen Schönwettertagen seinen Klassiker auszuführen.

„Es ist ein Vorurteil, dass Oldtimer teuer sind, denn das muss nicht zwingend sein. Die Leute sollten sich mehr darüber informieren, wie gut das alles leistbar ist, auch mit Wechselkennzeichen. Es fallen kaum Mehrkosten an sobald die Anschaffung einmal getätigt ist.“ (Interview Peter Pfandler, 2018)

Auch, dass die Stundensätze in einer Werkstätte für Oldtimer meist billiger sind als für moderne Fahrzeuge, hat alle Befragte, mit Ausnahme von Herrn Pfandler, in Staunen versetzt. Im Schnitt kostet die Arbeitsstunde in einer Oldtimerfachwerkstätte 90€, während sie bei Werkstätten wie beispielsweise für Toyota 132,90€ kostet, bei BMW sogar 178€. (vgl. Homepage Toyota Frey bzw. BMW Wien Heiligenstadt bzw. Frey Classic´s, 2018)

Auch, dass manche Versicherungen ein spezielles Angebot nur für Oldtimer haben, wurde niemandem vorher mitgeteilt. Hier bedarf es also noch dringend an zusätzlicher Aufklärung für Neueinsteiger und Laien.

„Es kommt natürlich aufs Auto an, aber wenn man will könnte man sagen, dass beispielsweise für einen alten VW Käfer sogar geringere Wartungs- und Reparaturkosten anfallen als für einen modernen VW Golf.“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

Jedoch ist Vorsicht geboten beim Kauf eines Oldtimers, denn der niedrige Versicherungsbeitrag gilt nur, wenn das Fahrzeug auch als historisch typisiert ist. Dies bedeutet wiederum, dass der Besitzer auch Fahrtenbuch führen muss, um damit wiederum bestätigen zu können, dass er sein Gefährt nicht öfter als 120 Tage im Jahr fährt. Wer also mit dem Gedanken spielt, sich einen Oldtimer zu kaufen, der möge dies bitte nie außer Acht lassen.

„Viele Mitglieder verschiedenster Oldtimerclubs sehen die vermehrte Anteilnahme von jungen Leuten bei unseren Events sehr kritisch.“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

Den Aussagen einzelner Oldtimerbesitzer zufolge eilt vielen Jugendlichen der Ruf von Rowdies und Vollgasjunkies voraus. Diese Vorwürfe bestätigen sich wiederum durch die Österreichische Unfallstatistik. Junge Erwachsene im Alter von 21-27 sind immer noch die mit Abstand am stärksten gefährdete Altersgruppe im Straßenverkehr. Häufigster Fehler bei Unfällen: Die Pkw-Fahrer führen zu schnell. Nicht angepasste Geschwindigkeit wurde jedem fünften Unfallbeteiligten (20 %) vorgeworfen. (vgl. ÖAMTC Unfallstatistik, 2018)

Darauf sollte man mehr Wert in Fahrsicherheitstrainings und Fahrerausbildung legen. Diese werden von zahlreichen Fahrschulen und Fahrsicherheitszentren, wie beispielsweise dem DRIVING-CAMP Pachfurth oder auch dem Fahrsicherheitszentrum Teesdorf angeboten. (vgl. Homepage Driving-Camp Pachfurth, 2018)

Die meisten Oldtimer setzen nämlich durch ihre meist veraltete Technik ein gewisses fahrtechnisches Know-How voraus. Einrichtungen wie Servo-Lenkung, Zweibremssystem oder auch einen rechten Rückspiegel sucht man sogar noch bei Oldtimern der Sechziger und Siebziger Jahre vergebens. Fahrsicherheitstrainings können dabei helfen mit diesen Einschränkungen besser umzugehen und über das Fahrzeug, gleich welchen Baujahres, bei kritischen Fahrzuständen die Kontrolle zu behalten. Somit hätte das Oldtimerwesen sogar einen pädagogischen Wert anzubieten.

„Man muss mit dem Auto eine Einheit bilden. Viele Menschen wissen nicht, was eine Straße und ein Gefährt in einem Menschen auslösen können.“ (Interview Floria Bilger, 2018)

Ein weiteres Nachwuchsproblem in der Oldtimerbranche stellt die Ausbildung qualifizierter Facharbeiter dar. Trotz des starken Anstiegs an Oldtimern im letzten Jahrzehnt konnten sich nur zwei Werkstätten mit der Spezialisierung auf Oldtimern im Raum Wien und Umgebung etablieren. Die Nachfrage von Kunden nach Werkstätten wird allerdings immer größer. Es mangelt massiv an dementsprechend gut ausgebildeten Technikern, die sich mit der Materie und der klassischen Technik der Oldtimer noch auskennen. (vgl. Interview KR Steinbacher, 2015)

Die Technik und Mechanik der Oldtimer ist veraltet und wird somit nicht mehr auf den Schulen für Mechatronik unterrichtet. Ältere Facharbeiter, die die Technik noch erlernen durften, werden bald nicht mehr zu finden sein. Es wird also immer weniger Fachkräfte für Werkstätten geben, sollte es nicht gelingen auch hier Nachwuchs hervorzubringen. (vgl. Interview KR Steinbacher, 2015)

In der Wiener Siegfried-Marcus-Berufsschule für Kfz-Technik wurde bereits diskutiert, ob es sinnvoll wäre, für Oldtimer ein eigenes (freiwilliges) Lehrjahr an die vier-jährige Lehre zum Kfz-Techniker anzuhängen. Dieser Gedanke wurde jedoch leider wegen zu geringem Marktanteil von Oldtimern schnell wieder verworfen. Es ist daher von größter Wichtigkeit, dass alle älteren Fachkräfte, welche noch etwas von der Technik an Oldtimern verstehen, ihr Wissen und ihre „Skills“ an jüngere Kfz-Techniker weitergeben, um auch in Zukunft den Oldtimermarkt nicht zu gefährden.

7. Maßnahmen zur Nachwuchsförderung

7.1 Aufklärung

Um die vielen Hemmschwellen für Jugendliche zu überwinden, bedarf es an erster Stelle an informativer Aufklärung. Die wichtigen Fakten wie zum Beispiel die besonders billigen Versicherungen für Oldtimer, die billigen Stundensätze in vielen Werkstätten, oder das eventuell wertsteigende Potential eines Klassikers, sollten vermehrt auf Oldtimerveranstaltungen, bei Versicherungen oder auch im World-Wide-Web präsentiert werden.

7.2 Anti-Aging

„Die Mitglieder des ESCC, English Sport Car Club, waren auch einmal jung und wild und wollen aktiv etwas dazu beitragen, um Jugendlichen die Möglichkeit zu geben, in die Szene zu schnuppern und auch einmal an einer Oldtimer Veranstaltung teilzunehmen. Aus diesem Grund wurde für die 37. Braunsberg Bergwertung am 24. April 2016 die Klasse „Young Preferred“ eingeführt. Für junge Leute bis zum 27. Lebensjahr gibt es ein stark ermäßigtes Nenngeld und zusätzlich wird der beste Youngstar auch mit einem eigenen Pokal belohnt.

Also liebe Eltern, Großeltern, Tanten, Onkeln, Paten.... nun liegt es an euch, diese Idee mit Leben zu füllen. Animiert eure Kinder, Enkel, Neffen, Nichten etc., borgt eure Autos her, erzählt die Idee weiter, wir wollen unsere Szene jung und am Leben erhalten.“

(Artikel der Austro Classic, 2016)

Die von Michaela Riedl stammende Idee eine eigene Youngster-Wertung bei Oldtimerveranstaltungen zu erstellen und bei dieser eine verminderte Startgebühr zu verlangen, hat in den vergangenen Jahren bereits Wirkung gezeigt und Ergebnisse bei beispielsweise der diesjährigen Braunsberg Bergwertung geliefert.

„Im Ersten Jahr waren es vier, im nächsten Jahr waren es dann schon 10 und mittlerweile haben wir über 15 Youngstar-Nennungen pro Jahr. Also man sieht es zeigt Wirkung“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

7.3 Onlineauftritt

Heute verbringen wir einen Großteil unseres Tages mit Scrollen, Hochladen, Downloaden und Streamen. Alle diese Aspekte bestimmen eine Majorität unseres Lebens. Speziell Social Media-Seiten wie Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat und viele weitere Onlineportale sind Filter, um uns im World Wide Web einer endlosen Zuhörerschaft zu präsentieren. (vgl. Taskiran, 2015) Die sozialen Netzwerke sind gut, um Beachtung zu finden, wenn Unternehmen sich nach außen hin präsentieren, der Welt zeigen wollen, wer sie sind. Social Media hilft Bewegungen, Szenen und Unternehmen, eine Community mit Kunden und Interessenten aufzubauen. Gegenüber der Online-Werbung mit Google AdWords kann die Werbung in sozialen Netzwerken nachhaltiger sein. Eine kleine und gut geplante Kampagne, zum Beispiel bei Facebook, kann 100 neue Fans bedeuten. Fans, die in Zukunft ohne zusätzliche Kosten und mit einfachen Beiträgen erreicht werden können. (vgl. Martin, 2016)

Schon das Aufscheinen auf sozialen Netzwerken reicht oft aus, um eine moderne Message an den Kunden zu vermitteln. Außerdem ermöglicht Social Media Marketing einem Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen bekannter und auch sympathischer erscheinen zu lassen. Oft reicht ein lustiges Video, welches durch „Teilen“ oder „Gefällt mir“ zu einem Selbstläufer wird, um den Bekanntheitsgrad einer Marke oder eines Produkts quasi über Nacht um ein Vielfaches zu erhöhen. Immer mehr Unternehmen, Marken und Veranstaltungen gewinnen ihre Kunden über gut geführte Social Media Plattformen und Profile. Der Einfachheit halber werden unzählige Veranstaltungstermine ausschließlich auf Facebook, Instagram, Twitter usw. ausgeschrieben, da sich bei diesen Plattformen auf einen Blick erkennen lässt, wer Interesse an einer Veranstaltung hat, wer teilnehmen wird oder plant teilzunehmen, wer keine Zeit dafür findet und wer den Beitrag mit seinen Freunden teilt, um möglicherweise noch mehr Interessenten zu überzeugen. (vgl. Taskiran, 2015)

Der Social Media Auftritt ist also in der heutigen Zeit von wesentlicher Bedeutung. Die unten gezeigte Grafik (Abbildung 1.) zeigt die hohe Anteilnahme (28%) an unter 24-jährigen auf Facebook in Österreich.

Darauf lässt sich schließen, dass ältere Generationen lieber konservative Medienkanäle benutzen und deshalb auch nicht stark auf den sozialen Medien vertreten sind, (10% im Alter von 45 bis 99 auf Facebook) was wiederum einer der Gründe ist, weshalb junge Menschen nichts von Oldtimerveranstaltungen erfahren, da sich diese nur über Google und die einzelnen Club-Homepages finden lassen. Eine eigene Homepage oder ein eigenes Social Media Profil für alle in Österreich stattfindenden Oldtimerveranstaltungen, wo sich auf den Ersten Blick erkennen lässt, wo demnächst welche Veranstaltung stattfindet und wieviel sie kostet, wäre ein großer Schritt, mehr Menschen und Jugendliche für das Hobby der alten Fahrzeuge zu begeistern.

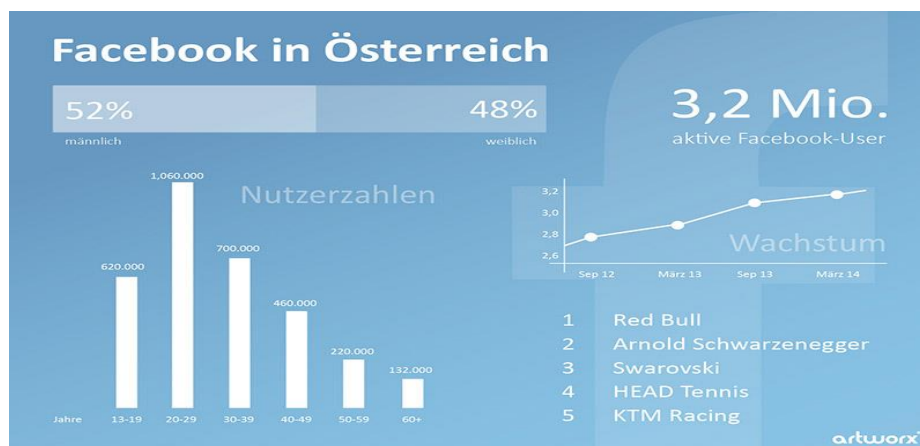


Abbildung: 3 (Altersgruppen und ihr prozentanteil auf Facebook in Österreich, vgl. Statistik Austria, 2014)

7.4 Ansätze für zusätzliche Werbung und PR-Maßnahmen

„Die Autos sind wunderschön, und besonders toll sind auch die vielen Rallies und Messen. Jedoch wirken die meisten Veranstaltungen bisschen eingeschlafen. Es wäre an der Zeit auch hier neuen Wind hinein zu bringen und die Events ein wenig jugendfreundlicher zu gestalten.“ (Interview Alexander Wurzinger)

Alte Fahrzeuge sind klare „Hinkucker“. Dieser entscheidende Faktor sollte unbedingt für Marketing-Maßnahmen genutzt werden. Eine häufigere Zurschaustellung von alten Fahrzeugen auf Jugendevents, wie beispielsweise auf Konzerten, Berufsmessen oder Univeritätsgeländen wären von Vorteil, da somit mehr junge Menschen mit alten Autos in Verbindung geraten würden. (vgl. Interview Riedl, 2018) Auch Flughafen-Abflughallen, Automobilmessen und Jugend-Hot-Spots wie das Wiener Museumsquartier oder dem Wiener Volksgarten wären ideale Orte um ein historisches Fahrzeug zu präsentieren. In diesem Fall sollten die Fahrzeuge natürlich räumlich abgesperrt sein damit sie keinen Schaden durch Fremde nehmen kann, jedoch sollte jungen, interessierten Menschen auch die Möglichkeit geboten werden, sich einmal in einen Oldtimer hineinzusetzen um das „flair“ der alten Zeit zu verspüren. Eine engere Zusammenarbeit der Oldtimerclubs und ihren Besitzern mit Marken wie RedBull, Puma, Hugo Boss oder Monster-Energy, welche häufig mit dem Wort „cool“ und „lässig“ verbunden werden, würde die Begeisterung für das Thema Oldtimer bei den jungen Leute mit Sicherheit verstärken. (vgl. Krause, 2014)

8. Szeneneinstieg über den Motorsport

„Die Jungen sind die Stars von Morgen.“ (Interview Michaela Riedl, 2018)

Dieser Satz passt auch in den Motorsport, denn nicht nur Motorsportvereine, sondern auch immer mehr Unternehmen engagieren sich in der Jugendförderung und unterstützen junge Talente auf ihrem Weg zum Profisportler. Für junge Talente ist es meist sehr schwer im Motorsport Fuß zu fassen. Da die meisten Jugendrennserien im Rahmen großer nationaler Meisterschaften ausgetragen werden, ist die Teilnahme an den Rennen mit einem hohen finanziellen Aufwand verbunden. (vgl. Homepage DMSB, 2018) Ohne Unterstützung von Sponsoren wäre es einer Vielzahl von jungen Talenten nicht möglich ihr Potenzial zu zeigen und sich im Motorsport zu beweisen und zu behaupten. (vgl. Widera, 2017)

Bruhn erklärt Sponsoring als „*Die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how durch Unternehmen oder Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen im Bereich Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und Medien verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen*“ (Bruhn, 2005)

Motorsport und Sponsoring sind schon seit den Anfängen des Rennsports miteinander verbunden. In der Vergangenheit waren es meist Hersteller von Reifen oder Öllieferanten. Erst 1968 wurde das Sponsoring im Motorsport durch eine Zigarettenmarke revolutioniert. Seit 2005 ist es Tabakunternehmen verboten, durch den Einsatz von Sponsoring, Werbung für Zigaretten zu machen. Heutzutage fungieren sämtliche Unternehmen aus allen möglichen Wirtschaftsbereichen, ausgenommen Tabak- und Alkoholunternehmen, als Sponsoren im Motorsport. Wie auch beim Sponsoring in anderen Sportarten, soll zwischen dem Sponsor und dem Gesponserten eine Win-Win Situation geschaffen werden. (vgl. Krause, 2014)

Das Sponsoring von Rennfahrern fällt unter die Rubrik des „Sponsorings von Einzelsportlern“. Die Fahrer erhalten dadurch meist finanzielle Unterstützung, in manchen Fällen werden sie auch materiell unterstützt, z.B von Unternehmen die Produkte für den Rennsport herstellen. (vgl. Krause, 2014) Aria und Sparco zum Beispiel sind

Helmhersteller und rüsten Fahrer kostenlos mit ihren maßgefertigten Produkten aus. Die Fahrer übernehmen im Gegenzug eine kommunikative Aufgabe für das Unternehmen, indem sie ihre Produkte bei den Rennen tragen und der Öffentlichkeit präsentieren. Das wichtigste Motiv für Unternehmen Sportsponsoring zu betreiben liegt bei dem hohen Stellenwert des Sports in unserer Gesellschaft, sowie dem bestehenden Interesse der Medien am Sport. Deshalb stellen Veranstaltungen mit mehr Publikum und öffentlicher Präsenz für Unternehmen einen größeren Anreiz dar um Sponsoring zu betreiben. (vgl. Widera, 2017) Die Faszination des Sports begeistert Jung und Alt. Sport wird mit Wörtern wie „modern“, „jung“, „dynamisch“ und „spannend“ in Verbindung gebracht und bietet Unternehmen die Möglichkeit ihr Image dahingehend zu gestalten. (vgl. Riedmüller, 2003) Die gut besuchten Motorsport-Oldtimerveranstaltungen wie den oben erwähnten Histo-Cup, aber auch die weltweit bekannte Ennstal-Classic oder die Vienna-Classic Days bieten eine gute Basis für Unternehmen, bei diesen Events auf sich aufmerksam zu machen. Wenn der Deutsche Oldtimer-Grand-Prix rund 500 historische Rennfahrzeuge auf dem Nürburgring zur Schau stellt, kommen viele Zuschauer, um das einmalige Spektakel zu erleben. Verglichen mit dem modernen Motorsport sind die Teilnahmegebühren bei diesen historischen Motorenrennen überschaubar. Bei historischen Automobilrennen sind nicht nur Privatpersonen vor Ort, sondern auch viele Werkstätten, welche beispielsweise mit Flyer, Beach Flags, Aufklebern am Auto und natürlich guten Ergebnissen probieren, neue Kunden und Fans zu gewinnen. Diese Behauptung bestätigt sich durch die Aussage von Herrn KR Steinbacher.

„Um mehr Kunden anzulocken, ist die ständige Präsenz bei diversen Veranstaltungen ein wichtiger, ausschlaggebender Punkt für eine Werkstätte.“ (Interview KR Steinbacher)

Daraus kann man schließen, dass viele Unternehmen, speziell aber neue Werkstätte, die dabei sind sich einen Namen zu machen, großes Interesse daran zeigen werden bei Events teilzunehmen. Dies wiederum bietet heranwachsenden Rennfahrern oder auch Hobby-Piloten mit schwachem finanziellem Hintergrund eine gute Gelegenheit, mit Sponsorunterstützung dieser Werkstätten als Sponsor bei solchen Events teilzunehmen ohne hohen wirtschaftlichen Aufwand zu betreiben. Oft wird von der Werkstätte selber ein Auto zur Verfügung gestellt, oder zumindest die Startgebühr sowie die

Anfahrtskosten und Verpflegung vor Ort bezahlt. Im Gegenzug vertritt der Fahrer den Namen der Werkstätte bei den diversen Events, verteilt Flyer und versucht ein möglichst gutes Ergebnis zu erzielen. (vgl. Krause, 2014) Das hierfür benötigte Sponsorenschreiben ist im Anhang beigelegt. (siehe Anhang A1)

9. Fazit

Der Erwerb eines historischen Automobils ist mit vielen positiven Aspekten aber zugleich auch mit einigen nicht außer Acht zulassenden Barrieren verbunden.

Die Zukunft der Oldtimerbranche lässt sich nicht klar prognostizieren.

Abgasnormen, Sicherheitsvorschriften und andere Umweltfaktoren werden die Anschaffung alter Autos zusätzlich erschweren.

Um jungen Menschen diese Akzession dennoch zu erleichtern ist die informative Aufklärung der ausschlaggebendste Punkt. Durch verschiedenste Marketing-Maßnahmen aber auch Mundpropaganda sollten Informationen wie eigene Oldtimerversicherungen, niedere Stundensätze in Oldtimerwerkstätten oder auch das wertsteigernde Potenzial eines Classics öfters präsentiert werden.

Eine vermehrte Vorstellung von beispielsweise Highlights der verschiedensten Rennen, Rallies und Messen in den sozialen Medien würde definitiv zu einer steigenden Begeisterung unter jungen Leuten beitragen. Auch eine engere Kooperation mit bekannteren Marken wie RedBull oder Monster-Energy würde stark zur Imageverbesserung führen und den Coolnessfaktor zusätzlich ankurbeln.

Um vermehrt mit historischen Automobilen konfrontiert zu werden, wäre eine häufigere Ausstellung dieser auf öffentlichem Gelände und Events wünschenswert.

Mechaniker, welche die Technik der alten Autos noch erlernen durften, sollten ihr Wissen an jüngere Generationen weitergeben damit auch im Werkstättenbereich in Zukunft kein akuter Personalmangel mehr den Alltag bestimmt.

Der mit historischen Automobilen betriebene Motorsport ist eine gute Möglichkeit für Jung und Alt in diese Branche hineinschnuppern zu können, jedoch sollten verminderte Startgebühren für Jugendliche unter 27 bei diversen Veranstaltungen kein Einzelfall bleiben. Eigene Youngster-Wertungen oder Best-Rookie Preise würden mit Sicherheit zu einer vermehrten Teilnahme von jungen Menschen bei vielen Oldtimerevents führen. In allen der erwähnten Aspekte gibt es noch viel Handlungsbedarf.

Dennoch bietet die Österreichische Oldtimerszene durch ihre Vielfalt eine optimale Gelegenheit sich gesellschaftlich zu etablieren und neue soziale Kontakte zu knüpfen. Die Oldtimerei bieten grundsätzlich für jeden Jugendlichen etwas. Der Erfolgsorientierte „Businessstyp“ identifiziert sich vermutlich mehr mit der Finanzbedeutung eines Mercedes 300 SL, wohingegen sich der politisch Grün-orientierte Jugendliche mit der Nachhaltigkeit eines VW Käfers identifizieren kann. Man sollte die Jugend nur dort „abholen“ wo sie steht.

Abschließend ist noch zu erwähnen, dass ein historisches Automobil für die meisten seiner Besitzer natürlich mehr ist, als nur ein gewöhnliches Fortbewegungsmittel. Ein Oldtimer ist kein Statussymbol und schon gar kein Produkt der heutigen „Wegwerfgesellschaft“. Es wird oft mehr als Familienmitglied gesehen, welches nur zu besonderen Anlässen aus der Garage geholt wird. Statt sie wie einen Schatz in der Dunkelheit zu horten, zeigt man diesen alten wertvollen Fahrzeugen am meisten Wertschätzung durch Benutzung und Ausnutzung des Erlebnispotentials.

Quellenverzeichnis:

- Schreiber, Michael-Thaddäus (2012) Kongresse, Tagungen und Events. Potenziale, Strategien und Trends der Veranstaltungswirtschaft. München: Oldenbourg Verlag, 1.Auflage
- Seper, Hans (2015) Österreichische Automobilgeschichte. Orac Verlag, 2. Auflage
- Stiller, Gudrun (2013) Sponsoring,, Online im WWW unter URL:
<http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/sponsoring/sponsoring.htm> (13.10.2018)
- Walther, Jan (2014) Die Motorsportkategorien, Online im WWW unter URL:
<http://www.rennslalommeisterschaft.de/slalom/msinfo.jsp;jsessionid=666752543C778D33EAB6BAD2A55E79AC> (06.10.2018).
- Schamburek, Christian (2018) Oldtimer in Österreich. Medianet Verlag,, 1. Auflage
(beinhaltet Interview mit Robert Krickl)
- Pilz, Gerald (2014), Ungewöhnliche Wertanlagen – 25 Alternativen zu Festgeld & Co., Konstanz. UVK Verlagsgesellschaft mbH, 1.Auflage
- Schuster, Gernot (2015) Classic Cars/Oldtimer, Liebhaberei oder lukrative Geldanlage? - Masterarbeit der FH-Kufstein
- Ziegelabauer, Stefan (2015) Etablierung einer neuen Abteilung im Sales 2 spezialisiert auf die Instandhaltung von Oldtimern.. Wissenschaftliche Arbeit der FH-Kufstein
(beinhaltet Interview mit KR Steinbacher)
- Krause, Christian (2014) Eventmarketing im Motorsport, Bachelorarbeit der Hochschule Mittweida
- Statistik Austria Homepage (2018) Facebookuser in Österreich. Online im WWW unter URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296115/umfrage/facebook-nutzer-in-oesterreich/>
- Sönke Priebe (2017) Horse Power. Motorbuchverlag, 1.Auflage

- Obst, Florian (2016) Die Formel 1 in der Krise: Rennserie mit Zukunft oder Auslaufmodell? Masterarbeit der Hochschule Mittweida.
- Widera, Diandra (2017) Sponsoring im Motorsport. Masterarbeit der Hochschule Mittweida
- Martin, Nina (2016) Social Media Marketing als tragendes Kommunikationselement: ohne finanziellen Aufwand zum Erfolg? Masterarbeit der Hochschule Mittweida
- Taskiran, Ilyas (2015) Social Media Marketing und der Mehrwert von Social Media für Unternehmen. Masterarbeit der Hochschule Mittweida
- Online-Lexiko für Psychologie und Pädagogik (2018) Online im WWW unter URL: <http://lexikon.stangl.eu/17837/halbstandardisiertes-interview/>
- Walz, Jörg (2017) Geschichte des Motorsports. Delius Klasing Verlag., 2.Auflage
- DMSB -Dachverband der deutschen Motorsportler (2018) Online im WWW unter URL: <https://www.dmsb.de/public/einsteigertipps/automobilsport/>
- Riedmüller, Frank (2003) Sport als inhaltlicher Bezug für die Marketingkommunikation. Metropolis-Verlag, 2.Auflage
- Bruhn, Manfred (2002) Sponsoring – Systematische Planung und integrativer Einsatz. Gabler-Verlag, 5.Auflage
- Bruhn, Manfred (2003) Sponsoring, 2. Ausgabe. Gabler-Verlag, 3.Auflage
- OTS-Homepage, (2017) Online im WWW unter URL: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180220_OTS0177/30-oldtimer-messe-tulln-12-13052018-raus-aus-dem-alltag-rein-in-die-vergangenheit-bild
- ÖAMTC-Homepage (2018)) Online im WWW unter URL: <https://www.oeamtc.at/presse/daten-und-fakten/>
- ÖAMTC-Unfallstatistik (2017) Online im WWW unter URL: <https://www.oeamtc.at/thema/panne-unfall/oeamtc-unfallstatistik-zeitreihe-17955529>
- AMF-Motorsportkalender (2018) Online im WWW unter URL:

<https://austria-motorsport.at/events/oester-motorsportkalender/>

-FIVA-Homepage (2018) Online im WWW unter URL:

<http://www.fiva.org/>

-FIA-Homepage (2018) Online im WWW unter URL: <https://www.fia.com/>

-FIVA (2007) Historische Kraftfahrzeuge und Umweltschutz, 1.Auflage

-FIVA-Studie (2006) Wirtschaftfaktor historische Fahrzeuge, 1.Auflage

-Histo Cup Homepage (2018) Online im WWW unter URL:

<http://www.histo-cup.at/reglements/>

-Gaisbergrennen Homepage (2018) Online im WWW unter URL:

<https://www.gaisbergrennen.at/>

-Toyota Frey, Frey Classi´s Homepage (2018) Online im WWW unter URL:

<https://www.frey-automobile.at/>

-Driving Camp Pachfurth Homepage (2018) Online im WWW unter URL:

<https://www.drivingcamp.wien/trainings/>

-Schuh, Bernd (2002) 50 Klassik Erfindungen. Gerstenberg Verlag, 1. Auflage

-Ottinger, Steffen (2009) Motorsport Geschichte. Online im WWW unter URL:

<http://www.motorsport-geschichte.de/> (13.10.2018)

Interview Gerhard Mischka

A: Ok, vielleicht stellst du dich kurz vor Gerhard.

B: ja, mein name ist Gerhard Mischka. Ich war Zeit meines Lebens in unterschiedlichsten Bereich bei Austrian Airlines tätig. Voriwegend in planerischer Tätigkeit. Bin jetzt in Pension, und kann mich jetzt deshlab voll und ganz der Oldtimerei widmen. Oldtimerei deshalb weil das mein hobbie ist und ich das gerne mache. Wenn man es nicht gerne macht, ist man eine Fehlbesetzung dafür.

A: was könnte man deiner Meinung nach tun damit mehr junge Leute für dieses Hobbie eine Begeisterung finden?

B: Man beginnt als aller erstes Mal zu sammeln. Die Menschen haben und werden immer sammeln. Objekte die rar sind, sind natürlich begehrtter als Objekte die es zu Massen gibt. Dementsprechend werden Oldtimer dadurch das sie nicht mehr erzeugt werden immer rarer und teurer, was wiederum die erste Hemmschwelle für junge Erwachsene darstellt. Wenn ich jetzt 26. jahre bin, dann wird mein erstes Interesse nicht sein das ich mir einen Vorkriegswagen kaufe, sondern eher das ich eine Wohnung habe, ein gtterbett und einen Kinderwagen. Also, eine eigene Youngsterklasse oder Youngster-Wertung oder wie auch immer man das dann betitelt mag, dann kann man den einen oder anderen sich dafür begeistern. Wenn der oder die dann irgentein feines Auto hat, man sieht das auch, die jungen pflgen ihre autos, sie hegen und pflegen sie zwar anders als das di älteren Semester tun, aber das ist einfach der Zeitgeist. Und das muss man akzeptiern so und wenn man das akzeptiert dann werden diese Leute auch kommen und mitfahren. Der nächste Hemmschuh den man senken muss ist der Preis. Wenn eine Veransatlung mal 1000Euro oder mehr kostet, dann überlegt sich das ein junger Mensch sehr gut ob er da mitfährt oder nicht. Es gibt Veranstaltungen, die kann man günstiger auch nicht machen. Aber man muss eben auch Veranstaltungen machen die nicht viel planerische tätigkeit erfordern, die nicht viel Hintergrundarbeit erfordern die einfach sind und daher auch billig gestaltet werden können. „No Thrills“ wie ich immer dazu sage. Eine solche Veransatlung ist der kleine Preis der Sophienalpe. Wie der Titel schon sagt:“Der kleine Preis“, 55 Euro Startgebühr schrecken die meisten nicht ab. Jeder kann mitfahren der 4. Räder hat, ausser LKW's, also moderne SUV's fahren da genauso mit wie Vorkriegsoldtimer. Es soll einfach nur Spaß machen. Und darum geht es. Die leute zahlen dafür das sie Spaß haben. Nicht das sie irgentwas gewinnen, einen Pokal zuhause stehen haben, das ist alles nur Teil des Vergnügens. Grundsätzlich geht es um Spaß, und meine Aufgabe ist es den Teilnehmen diesen Spaß zu gewähren.

A: Jetzt hast du gesagt man kann manche Veranstaltungen nicht billiger gestalten. Warum ist das denn so und wovon hängt das ab?

B: Naja, wir veranstalten nich nur den kleine Preis der Sophienalpe, sondern bedienen auch das andere Preisende sag ich jetzt mal und machen auch die sogenannte Tour Grande. Das ist eine Rallye die geht eine Woche quer durch Europa. Logiert in

Luxushotels, es ist der Transport inkludiert. Manchmal fliegen die Teilnehmer mit dem Flugzeug und das Auto kommt per Autotransport nach, das alles kostet Geld. Die Hotels sind nicht billig, es wird nur bei Haubenköchen gegessen, auch die wollen einen Teil vom Kuchen haben. Ich hab da überhaupt keine Chance den Preis noch weiter runter zusetzen und ich hab jedes Verständnis dafür wenn jemand sagt das ist teuer. Ja es ist teuer, aber für ein gewisses Klientll ist es genau das was sie haben wollen. Da gibt es Kanadier die fliegen über den Atlantik nur um bei der Tour Grande mitzumachen..

A:würdest du sagen dass die Oldtimerszene auch Zukunft hat, wenn es nicht gelingen sollte mehr junge Leute in diese Branche hineinzuholen?

B: Ja natürlich hat sie zukunfft. Die jungen Leute werden auch älter genauso wie ihre fahrbaren Untersätze. Irgentwann ist jemand der jetzt 25 jahre ist einmal 45. und sieht das auto seiner jugend auf einmal im leistbaren bereich und dann kauft er sich das womöglich weil der an den Spaß der Jugend erinnert werden möchte..

A: Also kann es deiner Meinung nach auch sein, dass ein 4er Golf Diesel, Baujahr 2000 eines Tages zum Oldtimer wird?

B: Natürlich. Warum nicht. Es wird bei manchen Autos schwierig werden wegen der unfassbaren vielen Elektronik die in den modernen Autos drinnen ist, aber auch dafür werden sich Lösungen finden.

A: Nochmal kurz zurück zum kleinen Preis von der Sophienalpe. Wieviel Zeit kostet dich die Vorbeireitung von dieser Veransatltung?

B:überhaupt keine mehr. Der kleine Preis der Sophienalpe ist quasi ein Selbstläufer. Der ist einmal geplant worden, die Stecke ändert sich nicht, der Zusatnd ändert sich auch nicht, wir machen das ja drei mal im Jahrwas die kosten auch nochinmal senkt.Wir müsen einmal im Jahr eine Behördenbewilligung einholen, die gilt dann gleich für alle drei Termine. Das war am Anfang noch bisschen Mühsam, mittlerweile geht's auch schon besser mit den Behördn. Die Vorbereitung für diese Veranstaltung ist wie gesagt sehr gering. Die Vorbeereitung für die Tour Grande hingegen ist schon fast in Full-Time Job. Naja, umgelegt auf einen Ertrag bewegt sich mein Stundenlohn im niederen Cent-Bereich.

A:Siehst du dich auch noch weiter in dieser Szene tätig sein?

B: Ja unbedingt. Andere Pensionisten setzten sich in den Beseerlpark und tun Tarokieren, ich bin eben so ein verrückter und plane Oldtimerrallyes.

A: alles Klar, vielen Dank Gerhard.

Interview Florian Bilger 28.5.2018

A: Florian, vielleicht stellst du dich am besten kurz vor.

B: Ok, also ich heiße Florian Bilger, ich bin derzeit Student an der Wirtschaftsuniversität Wien im 2. Bezirk, bin vor gut einem Jahr von zuhause ausgezogen, studiere jetzt Wirtschaftsrecht und interessiere mich generell aber auch sehr für Autos, Rennsport und Motorräder.

A: Was hast du mit Oldtimern zu tun?

B: Mit Oldtimern habe ich, bis vor drei Jahren ca. nicht wirklich Berührungspunkte gehabt. Im letzten Jahr speziell habe ich, durch meinen Freundeskreis natürlich, einen Einblick gewinnen können und auch was es heißt sich in dieser Branche aufzuhalten, sag ich jetzt mal.

A: Deine Begeisterung für Oldtimer kam also durch deine Freunde?

B: Die Begeisterung war schon immer da würd ich sagen, entfacht wurde sie aber durch meine Freunde und wo ich das erste mal mit Oldtimern auch wirklich in Berührung gekommen bin.

A: Ok, was empfindest du jetzt wenn du ein altes Auto, ein altes Motorrad auf der Straße siehst?

B: Es berührt einen emotional wenn man ein altes Auto sieht. Man weiß dieses Auto hat Geschichten erlebt, bei modernen Autos ist es in aller erster Linie mal immer die Leistung die mich beeindruckt. Aber wenn man ein Autoliebhaber ist dann ist die emotionale Komponente zu 100% ausgelastet wenn man einen Oldtimer sieht. Man freut sich einfach und wenn ich an meine Eltern denke, wenn die einen Oldtimer sehen dann werden sie sofort zurückversetzt in ihre Jugend. Dazu kommt noch das Fahrgefühl. In einem neuen Auto passt alles, in einem Oldtimer ist nicht alles perfekt und das soll auch nicht so sein, das ist ein Teil des Charmes. Man fühlt sich verbunden. Verbunden zum Auto, zur Straße, ... zu einer Kurve, weil es damals ja auch die elektrischen Systeme nicht gab die heute alle haben. Bei neuen Autos ist es so: die Leistung wird immer brachialer, der Komfort wird immer grösser, die Menschen müssen immer weniger machen. Ich bin trotzdem kein Freund von elektrischen Helferleins, denn sie nehmen einem die Verbundenheit zwischen Fahrer, Auto und Straße.

A: Ok, jetzt hast du vorher gesagt, du hast in deinem Freundeskreis jemanden der dich mit dem Thema Oldtimer bekannt gemacht hat. Ist auch jemand dabei der auch schon bei Rallies oder anderen Veranstaltungen teilgenommen hat, oder hast du womöglich schon selber mal an einer Oldtimerveranstaltung teilgenommen?

B: Ich habe tatsächlich selber schon an Veranstaltungen teilgenommen, das waren auch tolle Erlebnisse. Die ganze Szene ist toll, auch die Leute dort. Die Rallies ganz speziell. Aus bestimmten Gründen hab ich selber keinen Oldtimer, es ist wie es aussieht eben nicht jedem vergönnt, aber der Tag wird kommen da werd ich mir auch einen zulegen. Um an den Rallies teilzunehmen muss man aber selber nicht immer Fahrer sein um es genießen zu können. Wenn ein Freund einen Oldtimer hat dann ist das toll, weil man auch erste Einblicke und Eindrücke von der ganzen Branche kriegt.

A: Die Freunde von denen du redest, sind die in deinem Alter?

B: Teils teils. Die meisten sind zwischen 25 und 35.

A: Weisst du wie sich deine Freunde dieses Hobby finanzieren?

B: Ich glaube Grundvoraussetzung ist einmal das man Autos mag. Nummer zwei ist, dass die Eltern diese Leidenschaft zum Automobil teilen. Wenn ein Auto in einer Familie nur als Gebrauchsgegenstand gesehen wird, dann wird es schwer sie von einem Oldtimer zu überzeugen. Es gibt eben Menschen die wissen nicht, was eine Straße und ein Gefährt in einem Menschen auslösen können.

Ich glaube man braucht aber einen gewissen finanziellen Polster, um sich das leisten zu können. Aber, und das ist ganz wichtig, dass es sich nicht jeder leisten kann ist teil des Charmes. Weil würds sichs jeder leisten können, dann wäre es schon fast alltäglich. Der besondere Reiz wäre dann nicht mehr da.

Und die letzte Voraussetzung ist, dass wenn ich überlege mir einen Oldtimer zuzulegen, dass sollte ich technisch bisschen was machen können. Kleinere Arbeiten sollte eigentlich jeder hinbekommen denke ich. Ich glaub es gibt nämlich nur wenige Oldtimer die immer anspringen, nie Probleme haben deshalb...

A: zum finanziellen. Welche Kosten verbindest du mit Oldtimern? Glaubst du ist das nur was für die Oberschicht oder doch was für Jedermann?

B: Ich glaube hier kommt es eher drauf an wie sehr man sich das leisten will. Ich denke es gibt genug Besitzer von Oldtimern die sonst nicht sehr wohlhaben sind. Kommt natürlich alles auf den Oldtimer an. Ich glaub aber das die Anschaffung nicht das teure an diesen Autos ist. Es kommen viele Erhaltungskosten dazu. Die Autos brauchen halt vermutlich mehr Benzin, mehr Öl, das kommt alles dazu. Sie müssen immer gefahren werden, ansonsten werden sie kaputt. Also, sie sollten zumindest öfters gefahren werden. Dann kommt noch eine Garage dazu, die wäre von Vorteil wenn man so ein schönes Auto hat. Ein Oldtimer ist auch etwas was jemandem ein Leben lang bleiben sollte. Es ist etwas was immer bei mir bleibt, und nachhe auch in der Familie weitergegeben wird.

A: Würdest du im Alltag einen Oldtimer fahren wollen?

B: Wenn ich die Möglichkeit dazu hätte dann ja auf jedenfall. Kommt natürlich wieder aufs Auto an. Ich würde keine sehr sehr teuren Oldtimer jeden Tag fahren. A: Nochmal kurz zu den Kosten. Was würdest du sagen wenn ich dir jetzt erzähle, dass die Stundensätze in Oldtimerwerkstätten meist um einiges billiger sind als in Werkstätten für moderne Autos und das es von Versicherungen wie beispielsweise von der VAV ein spezielles Angebot gibt für Oldtimerbesitzer wo geringere Kosten anfallen würden als für einen 90 PS Golf Diesel? Wusstest du das es diese Angebote gibt?

B: Nein wusste ich nicht. Das ist natürlich ein verlockendes Angebot. Allerdings ist die Versicherung und so, das Letzte mitdem ich mich befasse wenn ich mir einen Oldtimer kaufen will.

A: Auf den Veranstaltungen auf denen du warst, hast du da viele Menschen in deinem Alter getroffen?

B: eigentlich nicht. Hauptsächlich ältere Generationen.

A: Was glaubst du kann man machen, das sich das ändert?

B: Ich glaube Marketing ist der Schlüsselpunkt. Das nächste ist das die Veranstaltungen nicht sehr billig sind. Man könnte für jüngere Fahrer einfach ein geringeres Startgeld verlangen. Da gibt's ja welche die kosten mehrere Tausende Euro nur für die Teilnahme an diesen Rallies. Dann glaub ich das es auch Leute in dieser Szene gibt, die nicht wollen, dass junge Leute da teilnehmen. Ich glaub da sind die Leute sehr zwiegespalten. Dann neue Strecken, andere Strecken wären auch toll oder andere Rennen als diese Zeitrennen.

Bisschen was neues wäre schön, dann würden glaub ich mehr junge sich dafür auch interessieren.

A: Ok, letzte Frage: Glaubst du könnte ein Auto aus deiner Jugend, ich sag jetzt mal ein 4er Golf Diesel, eines Tages zu einem Oldtimer werden?

B: Ich traue mich da jetzt nicht zu weit aus dem Fenster. Ich glaube aber nicht das es der Falls ein wird. Es könnte maximal Kult werden, aber nicht ein angesehener Oldtimer. Es ist natürlich möglich das die Autos in 50, 60, 70 Jahren so fortschrittlich sind das wenn man dann auf der Strasse geht man sich denkt: WOW! Ein 4er Golf Diesel! – Aber ich glaub so weit wird es nicht kommen. Das wäre tragisch!

A: Alles Klar! Danke Florian.