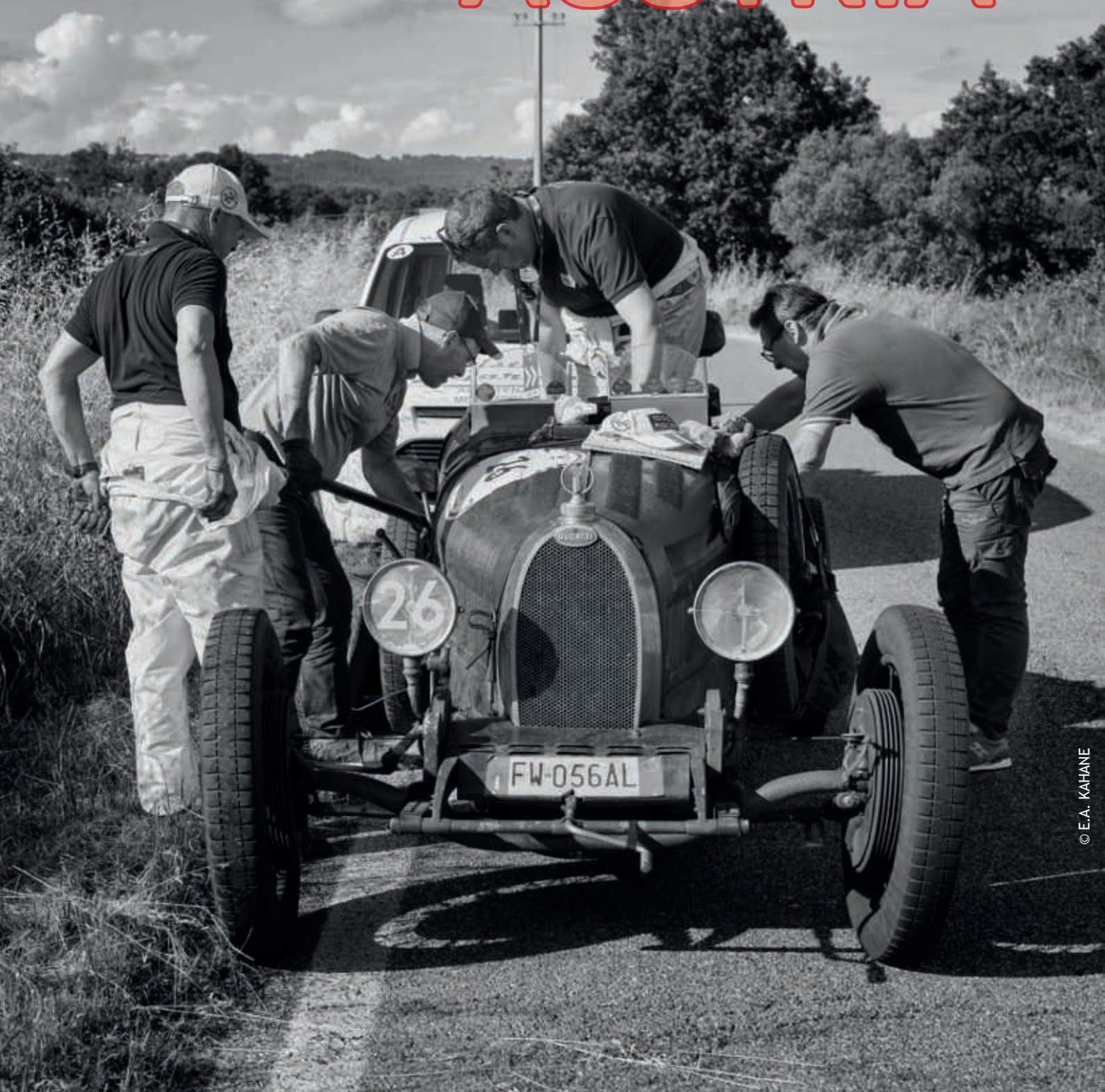


OLDTIMER AUSTRIA



© E.A. KAHANE

Einstellung zu historischen Fahrzeugen und sozioökonomische Bedeutung

Attitudes towards historic vehicles and their socioeconomic significance

Mag. Christian Schamburek, BA & MMag. Robert Sobotka, MBA

OLDTIMER AUSTRIA

Einstellung zu historischen Fahrzeugen
und sozioökonomische Bedeutung

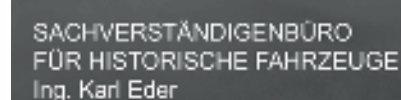
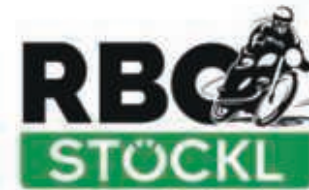
*Attitudes towards historic vehicles
and their socioeconomic significance*

Mag. Christian Schamburek, BA & MMag. Robert Sobotka, MBA

OLDTIMER AUSTRIA



 Bundesministerium
Innovation, Mobilität
und Infrastruktur



EINLEITUNG

INTRODUCTION

Inhaltsverzeichnis I Contents

EINLEITUNG

Inhaltsverzeichnis I Content.....6

Impressum I Legal notice7

Vorwort I Preface8

Danksagung I Note of thanks..... 10

Zielsetzung der Studie 2026 I

Objectives of the 2026 Study 12

1.OLDTIMER SIND ROLLENDES KULTURGUT -

KERNERGEBNISSE I HISTORIC VEHICLES ARE A

LIVING CULTURAL HERITAGE - KEY FINDINGS.. 15

2. HERR UND FRAU ÖSTERREICHER LIEBEN

HISTORISCHE FAHRZEUGE I AUSTRIANS

LOVE HISTORIC VEHICLES..... 21

3. DER TYPISCHE OLDTIMERFAHRER I

THE TYPICAL HISTORIC VEHICLE DRIVER... 29

4. DAS HISTORISCHE FAHRZEUG I

THE HISTORIC VEHICLE..... 35

5. FINANZIELLE DIMENSIONEN HISTORISCHER

FAHRZEUGE I FINANCIAL ASPECTS OF

HISTORIC VEHICLES 41

6. YOUNGTIMER I NEW CLASSICS 49

7. OLDTIMERCLUBS I

HISTORIC VEHICLE CLUBS 55

8. MEDIEN & VERANSTALTUNGEN I

MEDIA & EVENTS..... 61

9. ÖSTERREICHS OLDTIMERBRANCHE I HISTORIC

VEHICLE COMPANIES OF AUSTRIA 67

10. WIRTSCHAFTLICHE BERECHNUNGEN I

ECONOMIC CALCULATIONS 73

11. UNTERSUCHUNGSDESIGN/METHODE I

STUDY DESIGN/METHODOLOGY 84

12. ZU DEN PERSONEN I

ABOUT THE AUTHORS..... 86

Fotos zur Verfügung gestellt von E.A. KAHANE /

Photographs contributed by E.A. KAHANE

Impressum I Legal Notice

STUDIE OLDTIMER IN ÖSTERREICH 2026 -

EINSTELLUNG ZU HISTORISCHEN FAHRZEUGEN

UND SOZIOÖKONOMISCHE BEDEUTUNG

Auftraggeber/Autor: Mag. Christian Schamburek,

BA (Appia Development Group)

Marktforschung: MMag. Robert Sobotka, MBA

(Telemark-Marketing)

Grafische Produktion: Lilo Werbach

Fotoredaktion: Lilo Werbach

Coverfoto/Fotos, Seite 27, 33, 47, 53, 65, 71:

E.A. KAHANE

„Heart of the Race - Master Mechanics

of the Mille Miglia” - www.eakahane.com

Seite 86: Caro Strasnik, www.carostrasnik.com

Seite 86: FMVÖ/Martin Hörmandinger; beige stellt

Kontakt: Mag. Christian Schamburek, BA -

c.schamburek@oldtimer-guide.at,

Tel.: +43 664 620 11 10, www.oldtimer-guide.at

MMag. Robert Sobotka - robert.sobotka@telemark-

marketing.com, Tel.: +43 1 8928585 8500,

www.telemark-marketing.com

Copyright © 2026 by Mag. Christian Schamburek, BA

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Abdrucks

oder der Reproduktion einer Abbildung, sind

vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist

urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist

ohne Zustimmung von Mag. Christian Schamburek,

BA unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Explizit ausgenommen ist die mediale Verbreitung in gedruckter oder elektronischer Form für redaktionelle Berichte, unter ausdrücklicher Nennung der Quelle: Studie „Oldtimer in Österreich 2026 - Einstellung zu historischen Fahrzeugen und sozioökonomische Bedeutung“ (c) Mag. Christian Schamburek, BA

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Stand: September 2026 / Druckfehler vorbehalten.

STUDY: HISTORIC VEHICLES IN AUSTRIA 2026 -

ATTITUDES TOWARD HISTORIC VEHICLES AND

THEIR SOCIOECONOMIC SIGNIFICANCE

Client/Author: Mag. Christian Schamburek,

BA (Appia Development Group)

Market Research: MMag. Robert Sobotka, MBA

(Telemark-Marketing)

Graphic Design: Lilo Werbach

Photo Editing: Lilo Werbach

Cover Photo/Photo, Page 27, 33, 47, 53, 65, 71:

E.A. KAHANE

“Heart of the Race - Master Mechanics

of the Mille Miglia” - www.eakahane.com

Page 86: Caro Strasnik, www.carostrasnik.com

Page 86: FMVÖ/Martin Hörmandinger; provided

Contact: Mag. Christian Schamburek, BA -

c.schamburek@oldtimer-guide.at,

Tel.: +43 664 620 11 10, www.oldtimer-guide.at

MMag. Robert Sobotka -

robert.sobotka@telemark-marketing.com,

Tel.: +43 1 8928585 8500,

www.telemark-marketing.com

Copyright © 2026 by Mag. Christian Schamburek, BA

All rights reserved, including the right to

reprint excerpts or reproduce illustrations.

This work, including all of its parts, is protected

by copyright. Any use without the consent of

Mag. Christian Schamburek, BA is prohibited.

This applies in particular to reproductions,

translations, microfilming, and the storage

and processing in electronic systems.

An explicit exception is made for media

distribution in printed or electronic form for

editorial reports, provided the source is explicitly

cited: Study “Classic Cars in Austria 2026 -

Attitudes Toward Historic Vehicles and

Socioeconomic Significance” (c)

Mag. Christian Schamburek, BA

For the sake of better readability,

the use of gender-specific terms (male,

female, and diverse) has been omitted.

All references to persons apply equally

to all genders.

As of September 2026 / Subject to printing errors.

Vorwort | Preface

KR Ing. Robert Krickl



HISTORISCHE MOBILITÄT IST GELEBTES KULTURERBE – UND ZUGLEICH EIN AUFTRAG FÜR DIE ZUKUNFT

Mobilität hat unsere Gesellschaft in den vergangenen 150 Jahren entscheidend geprägt. Von den ersten Elektrofahrzeugen und Dampfkraftwagen über den Verbrennungsmotor bis zu heutigen und künftigen Antriebstechnologien spiegelt die Geschichte des Automobils den technischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel wider. Historische Fahrzeuge sind deshalb weit mehr als alte Fahrzeuge. Als bewegliche Zeitzeugen machen sie technische Entwicklungen sichtbar, vermitteln Wissen und ermöglichen einen unmittelbaren Zugang zu unserer Geschichte. Dass sie nicht nur ausgestellt, sondern bewegt und „erfahren“ werden, macht historische Mobilität zu einem besonderen Teil unseres österreichischen Kulturerbes. Gerade angesichts des tiefgreifenden Wandels unserer Mobilität müssen wir diese historische Dimension bewahren. Neue Antriebstechnologien, Digitalisierung, Klimaschutz und veränderte regulatorische Rahmenbedingungen stellen die historische Mobilität vor neue Herausforderungen. Fortschritt darf jedoch nicht dazu führen, dass Geschichte aus dem öffentlichen Raum verschwindet.

Es braucht daher einen ausgewogenen und zukunftsorientierten Ansatz, der die Ziele moderner Mobilität mit der Verantwortung für unser technisches und kulturelles Erbe verbindet. Historische Fahrzeuge müssen auch künftig ihren Platz auf Österreichs Straßen haben. Ihre Erhaltung und verantwortungsvolle Nutzung sichern Wissen, Geschichte und kulturelle Identität für kommende Generationen. Dafür braucht es eine starke gemeinsame Stimme. Mit der Gründung des Kuratoriums Historische Mobilität in Österreich (KHMÖ) durch ÖMVV und AMV wurde dafür eine wichtige Grundlage geschaffen. Gemeinsam mit maßgeblichen Partnern und Experten aus den Bereichen Mobilität, Fahrzeugtechnik, Fahrzeughandel und Kraftfahrrecht bündelt das KHMÖ unterschiedliche Kompetenzen und Perspektiven. Das KHMÖ versteht sich als sachorientierter und konstruktiver Dialogpartner von Politik, Verwaltung

HISTORIC MOBILITY IS LIVING CULTURAL HERITAGE – AND, AT THE SAME TIME, A RESPONSIBILITY FOR THE FUTURE

Mobility has played a decisive role in shaping our society over the past 150 years. From the first electric vehicles and steam-powered cars, through the development of the internal combustion engine, to today's and tomorrow's propulsion technologies, the history of the automobile reflects the technological, economic and social transformation of our time. Historic vehicles are therefore far more than old vehicles. As moving witnesses to history, they make technological developments tangible, convey knowledge and provide a direct connection to our past. The fact that they are not merely displayed, but driven, experienced and "lived", makes historic mobility a unique part of Austria's cultural heritage. Particularly in a period of profound change in mobility, it is essential to preserve this historical dimension. New propulsion technologies, digitalisation, climate protection and changing regulatory frameworks present new challenges for historic mobility. Progress, however, must not mean that history disappears from our public spaces.

What is needed is a balanced and forward-looking approach that combines the objectives of modern mobility with our responsibility for technological and cultural heritage. Historic vehicles must continue to have a place on Austria's roads. Their preservation and responsible use help safeguard history, knowledge and cultural identity for future generations. This requires a strong, united voice. The establishment of the Council for Historic Mobility in Austria (KHMÖ) by the Austrian Motor-Veterans Association (ÖMVV) and the Association of Motor Veterans (AMV) was an important step in this direction. Together with key partners and experts from the fields of mobility, vehicle technology, vehicle trade and road traffic law, the KHMÖ brings together a broad range of expertise and perspectives. The KHMÖ sees itself as a constructive and fact-based dialogue partner for policymakers, public authorities and society. Our aim is to represent the interests of historic mobility on the basis of facts

und Öffentlichkeit. Unser Anspruch ist es, Interessen auf Basis von Fakten und wissenschaftlich belastbaren Erkenntnissen zu vertreten und tragfähige Lösungen für die Zukunft zu entwickeln. Die Studie 2026 liefert dafür eine wesentliche Grundlage. Sie zeigt den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Stellenwert historischer Mobilität, analysiert Bestand, Struktur und Nutzung historischer Fahrzeuge und macht sichtbar, was hinter dem Begriff „Oldtimer“ steht: eine engagierte Gemeinschaft, eine lebendige Vereins- und Clubkultur, technisches Know-how, Arbeitsplätze und Wertschöpfung - und ein bedeutender Teil österreichischer Technik- und Kulturgeschichte. Diese Dimension muss auch in politischen Entscheidungen angemessen berücksichtigt werden.

HISTORISCHE MOBILITÄT DARF NICHT ZUM UNBEABSICHTIGTEN KOLLATERALSCHADEN DES MOBILITÄTSWANDELS WERDEN.

Gefragt sind verhältnismäßige, sachgerechte und differenzierte Rahmenbedingungen, die den besonderen Charakter historischer Fahrzeuge und ihre geringe Nutzung im Alltagsverkehr berücksichtigen. Es geht nicht um eine Sonderstellung, sondern um einen fairen Umgang mit einem wertvollen Teil unseres kulturellen Erbes. Unser Ziel ist klar: Österreich soll auch in Zukunft ein Land bleiben, in dem historische Fahrzeuge auf unseren Straßen sichtbar sind, bewegt werden können und Menschen begeistern. Sie sollen Geschichten erzählen, Generationen verbinden und technisches Kulturerbe unmittelbar erlebbar machen. Dass rund 90 Prozent der österreichischen Bevölkerung Oldtimern positiv gegenüberstehen, unterstreicht ihre breite gesellschaftliche Bedeutung. Die Verantwortung dafür tragen wir heute. Mit dieser Studie wollen wir einen belastbaren Wissens- und Argumentationspool für die kommenden Jahre schaffen. Denn wer die Zukunft gestalten will, muss die Vergangenheit kennen und bewahren. Das gilt auch für die Mobilität. Ich danke allen, die mit ihrer Expertise, ihrem Engagement und ihrer Leidenschaft dazu beitragen, dass unser rollendes Kulturgut erhalten bleibt.

KR Ing. Robert Krickl,
Präsident des KHMÖ

and scientifically sound findings, while developing viable solutions for the future. The 2026 Study provides an important foundation for this work. It demonstrates the social and economic significance of historic mobility, analyses the size, structure and use of the historic vehicle fleet, and highlights what the term "classic car" actually represents: a committed community, a vibrant club culture, extensive technical expertise, employment and economic value chains - as well as an important part of Austria's technological and cultural history. This dimension must also be appropriately reflected in political decision-making.

HISTORIC MOBILITY MUST NOT BECOME AN UNINTENDED CASUALTY OF THE TRANSFORMATION OF MOBILITY.

What is needed are proportionate, appropriate and differentiated regulatory frameworks that take into account the specific nature of historic vehicles and their limited use in everyday traffic. This is not about granting special privileges, but about ensuring a fair and appropriate approach to an important part of our cultural heritage. Our goal is clear: Austria should remain a country where historic vehicles can be seen and driven on our roads, inspiring people for generations to come. They should continue to tell stories, connect generations and make technological heritage tangible. The fact that around 90 percent of the Austrian population has a positive attitude towards classic cars underlines their broad social significance. The responsibility lies with us today. With this study, we aim to provide a robust body of knowledge and arguments for the years ahead. Because anyone who wants to shape the future must understand and preserve the past. This applies to mobility as well. I would like to thank everyone whose expertise, commitment and passion help ensure that our rolling cultural heritage is preserved.

KR Ing. Robert Krickl
President of the KHMÖ

Danksagung | Note of thanks

GEMEINSAM FÜR EINE FUNDIERTE STUDIE 2026

Eine Studie von dieser Größenordnung kann nicht von einzelnen Personen oder Institutionen allein umgesetzt werden. Ihre Qualität und Aussagekraft entstehen erst durch das Zusammenspiel vieler engagierter Menschen, Organisationen und Unternehmen. Die gemeinsame Zielsetzung, die Bündelung von Fachwissen und der Schulterschluss aller wesentlichen Kräfte bilden die Grundlage für belastbare Ergebnisse und eine umfassende Darstellung der historischen Mobilität in Österreich.

DAS INTERESSE UND DIE BETEILIGUNG WAREN ÜBERWÄLTIGEND

Unser besonderer Dank gilt allen Besitzerinnen und Besitzern historischer Fahrzeuge, die sich mit großem Engagement an der Online-Befragung beteiligt haben. Rund 2.200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben den Fragebogen der Online-Erhebung ausgefüllt und damit einen wertvollen Beitrag zu einer fundierten und aktuellen Bestandsaufnahme der österreichischen Oldtimer- und Klassikerszene geleistet.

Ebenso bedanken wir uns bei allen Clubrepräsentantinnen und -repräsentanten, die sich die Zeit genommen haben, in Gesprächen Auskunft zu geben. Die österreichische Club- und Vereinslandschaft bildet das Rückgrat der historischen Mobilität. Auf den Schultern ihrer Mitglieder und Funktionärinnen und Funktionäre liegt ein wesentlicher Teil der Verantwortung - aber auch der Freude -, das technische Kulturerbe zu erhalten und historische Fahrzeuge für kommende Generationen auf Österreichs Straßen erlebbar zu machen.

Unser Dank gilt auch den Unternehmerinnen und Unternehmern, die im Umfeld historischer Fahrzeuge und Mobilität tätig sind und mit ihrem Engagement einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung, Beschäftigung, Fachkompetenz und Wirtschaftsleistung am Standort Österreich leisten. Ihre Perspekti-

WORKING TOGETHER FOR A SOUND AND COMPREHENSIVE 2026 STUDY

A study of this scale cannot be undertaken by individuals or institutions working alone. Its quality, credibility and significance are the result of the combined efforts of many dedicated individuals, organisations and businesses. A shared objective, the pooling of expertise and the commitment of all key stakeholders provide the foundation for robust findings and a comprehensive picture of historic mobility in Austria.

THE LEVEL OF INTEREST AND PARTICIPATION WAS OVERWHELMING

Our special thanks go to all owners of historic vehicles who took the time to participate in the online survey. Around 2,200 participants completed the questionnaire, making a valuable contribution to a well-founded and up-to-date assessment of Austria's classic and historic vehicle community.

We would also like to thank all club representatives who took the time to share their knowledge and experience in interviews. Austria's extensive network of clubs and associations forms the backbone of historic mobility. Their members and volunteers carry a significant share of both the responsibility and the passion for preserving our technological heritage and ensuring that historic vehicles can continue to be experienced on Austria's roads by future generations.

Our thanks also go to the entrepreneurs and businesses active in the field of historic vehicles and mobility. Through their commitment, they make an important contribution to economic value creation, employment, specialist expertise and overall economic performance in Austria. Their perspective clearly demonstrates that historic mobility is not only of cultural significance, but also represents a relevant economic factor.

ve macht deutlich, dass historische Mobilität nicht nur kulturelle Bedeutung besitzt, sondern auch ein relevanter Wirtschaftsfaktor ist.

Ein besonderer Dank gilt MMag. Robert Sobotka von Telemark-Marketing, der mit großem Engagement die Marktforschungsgrundlage für die Studie entwickelt und die Durchführung der Erhebung maßgeblich begleitet und geleitet hat.

Für die grafische Umsetzung und Gestaltung des Berichts zeichnet Lilo Werbach verantwortlich. Die Bildsprache der Studie wurde mit Bildern aus dem Projekt „HEART OF THE RACE, Master Mechanics of the Mille Miglia“ von E.A. KAHANE, einer amerikanischen Fotografin gestaltet.

Unser Dank gilt darüber hinaus Mag. Christian Gantner für das sorgfältige Lektorat.

Ebenso danken wir für den professionellen Input und der Unterstützung von Seiten Experten aus der Oldtimerszene wie KR Franz Steinbacher, SV Harald Springer u.a. und dem Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur (BMIMI).

Eine Studie wie diese lebt von der Bereitschaft vieler Menschen, ihr Wissen, ihre Zeit und ihre Erfahrung einzubringen. Last but not least, ein herzliches Dankeschön an unsere Partner aus der Wirtschaft, ohne deren finanzielle Unterstützung die Finanzierung der Studie nicht möglich gewesen wäre.

DAFÜR SAGEN WIR ALLEN BETEILIGTEN, UNTERSTÜTZERINNEN UND UNTERSTÜTZERN SOWIE UNSEREN PARTNERN HERZLICH DANKE.

Gemeinsam schaffen wir damit eine fundierte Grundlage, um die Bedeutung der historischen Mobilität sichtbar zu machen, ihre Interessen sachlich zu vertreten und ihre Zukunft in Österreich aktiv mitzugestalten.

We would like to express our particular appreciation to MMag. Robert Sobotka of Telemark-Marketing, whose great commitment went into developing the market research foundation for this study and who played a key role in coordinating and leading the survey process.

Lilo Werbach was responsible for the graphic design and overall visual presentation of the report. The distinctive visual character of the study was enhanced by photographs from E.A. KAHANE's project "HEART OF THE RACE, Master Mechanics of the Mille Miglia", created by the American photographer.

We would also like to thank Christian Gantner for his careful proofreading.

We would also like to thank experts from the classic car community—including KR Franz Steinbacher, SV Harald Springer, and others, as well as the Federal Ministry of Innovation, Mobility, and Infrastructure (BMIMI) for their professional input and support.

A study such as this depends on the willingness of many people to contribute their knowledge, time and experience. Last but not least, a heartfelt thank you to our partners in the business community, whose financial support enabled the funding of the study.

WE THEREFORE EXTEND OUR SINCERE THANKS TO EVERYONE INVOLVED, TO ALL SUPPORTERS AND CONTRIBUTORS, AND TO ALL OUR PARTNERS.

Together, we are creating a sound foundation for highlighting the significance of historic mobility, representing its interests on the basis of facts and evidence, and actively shaping its future in Austria.

Zielsetzung der Studie 2026

Objectives of the 2026 Study

HISTORISCHE MOBILITÄT IN ÖSTERREICH 2026

Seit der letzten umfassenden Erhebung 2022 haben sich die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen in Österreich und Europa deutlich verändert. Klimaschutz, neue Mobilitätsformen, technologische Entwicklungen und Digitalisierung prägen die Diskussion. Gleichzeitig haben Pandemie, geopolitische Spannungen, Lieferkettenprobleme, Inflation sowie steigende Energie- und Lebenshaltungskosten die Rahmenbedingungen nachhaltig beeinflusst.

Die Studie 2026 untersucht, welchen Stellenwert historische Fahrzeuge heute in Österreich haben und wie sich Markt, Nutzung, wirtschaftliche Bedeutung und gesellschaftliche Wahrnehmung seit den vorangegangenen Erhebungen entwickelt haben. Ziel ist es, diese Veränderungen anhand belastbarer Daten sichtbar zu machen. Einbezogen werden wirtschaftliche Eckdaten, Befragungen von Bevölkerung, Fahrzeugbesitzerinnen und -besitzern, Clubs und Unternehmen sowie Expertengespräche und relevante Sekundärquellen.

Damit schafft die Studie eine aktuelle und einheitliche Datenbasis für Fahrzeughalterinnen und -halter, Clubs, Verbände, Unternehmen, Medien, Öffentlichkeit, Behörden und Politik.

HISTORISCHE FAHRZEUGE ALS GESELLSCHAFTLICHES PHÄNOMEN

Historische Fahrzeuge verbinden besondere Ästhetik, Technik, Klang und ein unmittelbares Fahrerlebnis. In einer zunehmend digitalisierten Welt wächst zugleich das Bedürfnis nach Authentizität, persönlicher Erfahrung und dem direkten Erleben von Technik.

HISTORIC MOBILITY IN AUSTRIA 2026

Since the last comprehensive survey in 2022, the social, economic and political environment in Austria and Europe has changed significantly. Climate protection, new forms of mobility, technological developments and digitalisation are shaping the debate. At the same time, the pandemic, geopolitical tensions, supply-chain disruptions, inflation and significantly higher energy and living costs have had a lasting impact on the overall environment.

The 2026 study examines the role historic vehicles play in Austria today and how the market, usage, economic significance and social perception have developed since the previous surveys. Its aim is to make these changes visible on the basis of reliable data. The study incorporates economic indicators, surveys of the general population, vehicle owners, clubs and companies, as well as expert interviews and relevant secondary sources.

The study therefore provides an up-to-date and consistent basis of data for vehicle owners, clubs, associations, companies, the media, the public, authorities and policymakers.

HISTORIC VEHICLES AS A SOCIAL PHENOMENON

Historic vehicles combine distinctive aesthetics, technology, sound and direct driving experience. In an increasingly digitalized world, there is also a growing desire for authenticity, personal experience and direct interaction with technology.

Engaging with historic vehicles brings together technology, craftsmanship, history and passion. Maintenance and repairs encourage technical un-

Die Beschäftigung mit historischen Fahrzeugen verbindet Technik, Handwerk, Geschichte und Leidenschaft. Wartung und Reparatur fördern technisches Verständnis und Selbstwirksamkeit. Gleichzeitig schaffen Ausfahrten, Treffen, Rallyes, Messen und Clubveranstaltungen Begegnungen zwischen Generationen und tragen dazu bei, Wissen und technische Zusammenhänge weiterzugeben.

OLDTIMER SIND ROLLENDES KULTURGUT

Historische Fahrzeuge sind Teil der technischen und gesellschaftlichen Vergangenheit und zugleich lebendiger Bestandteil der Gegenwart. Sie machen Geschichte unmittelbar erlebbar und lösen auch bei Menschen ohne eigenes historisches Fahrzeug Erinnerungen und Emotionen aus - auf der Straße ebenso wie bei Veranstaltungen, in Museen und in den Medien.

Österreich verfügt über eine gewachsene Oldtimer- und Youngtimerszene mit zahlreichen Clubs, Vereinen, Enthusiastinnen und Enthusiasten sowie einem vielfältigen Veranstaltungsangebot. Diese Aktivitäten halten historische Fahrzeuge sichtbar und vermitteln ihre Bedeutung einer breiten Öffentlichkeit.

Die gesellschaftliche Sympathie zeigt, dass Oldtimer weit über die Gruppe der Besitzerinnen und Besitzer hinauswirken: Sie begeistern, verbinden Generationen und schaffen positive Emotionen.

Damit verbunden ist Verantwortung. Nur durch Erhaltung, fachgerechte Restaurierung, Wartung und Nutzung bleibt dieses rollende Kulturgut auch außerhalb von Museen unmittelbar erlebbar. Historische Mobilität macht Geschichte auf Österreichs Straßen sichtbar und erfahrbar.

derstanding and a sense of personal achievement. At the same time, tours, gatherings, rallies, trade fairs and club events bring generations together and help preserve and pass on knowledge and technical expertise.

CLASSIC CARS ARE MOBILE CULTURAL HERITAGE

Historic vehicles are part of our technological and social past while remaining a living part of the present. They make history tangible and evoke memories and emotions even among people who do not own a historic vehicle – on the road as well as at events, in museums and in the media.

Austria has a well-established classic and young-timer scene, with numerous clubs, associations, enthusiasts and a diverse range of events. These activities keep historic vehicles visible and communicate their significance to a broad public.

Their strong public appeal demonstrates that classic cars reach far beyond the group of owners: they inspire enthusiasm, connect generations and create positive emotions.

This also entails responsibility. Only through preservation, professional restoration, maintenance and continued use can this mobile cultural heritage remain tangible beyond museums. Historic mobility makes history visible and experienceable on Austria's roads.

OLDTIMER IN ÖSTERREICH – DATEN UND FAKTEN

Die vorangegangenen Studien haben eine einheitliche Daten- und Faktenbasis zur historischen Mobilität geschaffen. Die Studie 2026 aktualisiert diese Basis und ermöglicht den Vergleich mit früheren Erhebungen. Dadurch werden Entwicklungen bei Fahrzeugbestand, Nutzung, Ausgaben, soziodemografischen Strukturen, wirtschaftlicher Bedeutung und Zukunftserwartungen sichtbar.

Erneut haben rund 2.200 Besitzerinnen und Besitzer historischer Fahrzeuge online zu Fahrzeugen, Nutzung, Ausgaben, Investitionen, Wartung, Restaurierung und Zukunftserwartungen Auskunft gegeben. Ergänzend wurde die österreichische Bevölkerung repräsentativ zur gesellschaftlichen Wahrnehmung historischer Fahrzeuge befragt.

Befragungen von Clubs, Vereinen und Unternehmen erfassen zusätzlich die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Segments sowie die Rolle der Clublandschaft beim Erhalt und der Weitergabe des technischen Kulturerbes. Expertengespräche dienen dazu, die Ergebnisse einzuordnen und Entwicklungen aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven zu bewerten.

Details zu Untersuchungsdesign, Stichproben, Erhebungsmethoden und Auswertung finden sich im Kapitel „Untersuchungsdesign/Methode“.

CLASSIC CARS IN AUSTRIA – DATA AND FACTS

The previous studies established a consistent database on historic mobility in Austria. The 2026 study updates this foundation and enables comparisons with earlier surveys. This makes developments in vehicle numbers, usage, expenditure, socio-demographic structures, economic significance and expectations for the future visible.

Once again, around 2,200 owners of historic vehicles provided information online about their vehicles, usage, expenditure, investments, maintenance, restoration and expectations for the future. In addition, a representative survey of the Austrian population examined the social perception of historic vehicles.

Surveys of clubs, associations and companies also capture the social and economic significance of the sector and the role of the club community in preserving and passing on technical cultural heritage. Expert interviews help to contextualize the findings and assess developments from different professional perspectives.

Details of the study design, samples, survey methods and analysis are provided in the chapter “Study Design/Methodology”.

OLDTIMER AUSTRIA

**OLDTIMER SIND
ROLLENDES KULTURGUT**
*HISTORIC VEHICLES ARE
ROLLING CULTURAL HERITAGE*



~115.000

Rund 115.000 ÖsterreicherInnen besitzen
zumindest ein historisches Fahrzeug

About 115,000 Austrians own at least one classic car



441.000

Oldtimer sind in Österreich zugelassen
(191.000 PKW – 3,6%, 239.500
Motorräder – 25%, 10.500 LKW – 1,9%)

Historic Vehicles are registered in Austria
(191,000 cars– 3,6%, 239,500
motorbikes –25%, 10,500 lorries – 1,9%)



86%

Wollen Oldtimer auch weiterhin
auf Österreichs Straßen sehen

Want to continue seeing historic
vehicles on Austria's roads

91%

Sind der Meinung, dass
Oldtimer Kulturgut sind
und erhalten bleiben soll



Believe that historic vehicles
are part of our cultural heritage
and should be preserved

Der historischen Automobile (der Befragten)
haben ein rotes §57a Pickerl

§57a 53%

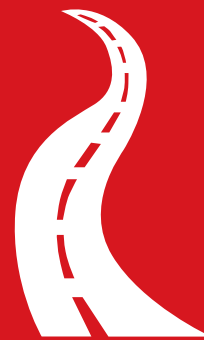
The historic vehicles owned by the respondents
have a red §57a inspection sticker



787 MIO

Wirtschaftsleistung der
Oldtimerszene in Österreich

The economic impact of the
historic vehicle scene in Austria



92%

Freuen sich, wenn sie einen
Oldtimer auf der Straße sehen

Get excited when they see a
historic vehicle on the street

0,8%

Nur 0,8% aller gefahrenen Kilometer entfallen auf historische PKW

Historic cars account for just 0.8 percent of all kilometers driven



6,3 MRD

Bestandswert an historischen Automobilen
und Motorrädern in privater Hand

Number of historic cars and
motorbikes in private ownership



12X pro Jahr

Nur rund 12 Mal wird das historische
Automobil pro Jahr genutzt

The classic car is only used
around 12 times a year

Kernergebnisse der Studie

Key findings of the study

Oldtimer sind für viele Menschen in Österreich weit mehr als historische Fahrzeuge: Sie sind emotionale Ankerpunkte und machen die Geschichte der Mobilität unmittelbar erlebbar. Die Faszination entsteht durch Erinnerungen, persönliche Erlebnisse und die besondere Wirkung klassischer Fahrzeuge - auf der Straße ebenso wie in Medien und bei Veranstaltungen. 57 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Repräsentativbefragung geben an, sich für historische Fahrzeuge zu interessieren. Die Oldtimer- und Youngtimerszene verfügt in Österreich damit über eine breite und stabile Basis. Hunderte organisierte Clubs, zehntausende Enthusiastinnen und Enthusiasten sowie ein vielfältiges Veranstaltungsangebot - von Clubausfahrten und Messen bis hin zu international bekannten Veranstaltungen wie der „Ennstal Classic“ - prägen diese Szene. 92 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher geben an, sich zu freuen, wenn ihnen ein Oldtimer auf der Straße begegnet. 86 Prozent sind der Meinung, dass Oldtimer als Kulturgut auf Österreichs Straßen erhalten bleiben sollen; 81 Prozent befürworten dabei auch eine Unterstützung durch den Staat.

**PRIVATE OLDTIMER-BESITZER
ERHALTEN HISTORISCHE
FAHRZEUGE IM WERT VON
6,3 MILLIARDEN EURO**

Die Erhaltung historischen Kulturguts liegt wesentlich in den Händen jener Menschen, die Oldtimer aus Leidenschaft besitzen, pflegen und bewegen. Sie sorgen dafür, dass die Geschichte der Mobilität nicht ausschließlich im Museum oder in den Medien, sondern auch auf Österreichs Straßen sichtbar und erlebbar bleibt. Rund 115.000 Österreicherinnen und Österreicher besitzen mindestens ein historisches Fahrzeug - darunter Automobile und Motorräder. Laut Zulassungsstatistik der Statistik Austria (Stand 31.12.2025) sind in Österreich 191.739 historische Automobile, 239.464 Motorräder und 10.454 Lkw zugelassen. Der Gesamtwert der in Österreich

For many people in Austria, classic cars are far more than historic vehicles: they are emotional reference points that make the history of mobility tangible. The fascination stems from memories, personal experiences and the distinctive appeal of classic vehicles - on the road as well as in the media and at events. Fifty-seven percent of respondents in the representative survey say that they are interested in historic vehicles. Austria's classic and youngtimer community therefore has a broad and stable base. Hundreds of organised clubs, tens of thousands of enthusiasts and a diverse range of events - from club outings and trade fairs to internationally renowned events such as the "Ennstal Classic" - shape this community. Ninety-two percent of Austrians say they are pleased when they encounter a classic car on the road. Eighty-six percent believe that classic cars should be preserved as cultural heritage on Austria's roads; 81 percent also support government assistance in this regard.

**PRIVATE CLASSIC-CAR
OWNERS PRESERVE
HISTORIC VEHICLES
WORTH €6.3 BILLION**

The preservation of historic cultural heritage rests to a large extent in the hands of people who own, maintain and drive classic cars out of passion. They ensure that the history of mobility remains visible and tangible not only in museums or the media, but also on Austria's roads. Around 115,000 Austrians own at least one historic vehicle, including cars and motorcycles. According to Statistics Austria's vehicle registration statistics (as of 31 December 2025), 191,739 historic cars, 239,464 motorcycles and 10,454 trucks are registered in Austria. The total value of historic vehicles in Austria is estimated at around €6.3 billion. This estimate primarily includes passenger cars and two-wheelers. The estimate is based on information provided by owners; according to expert opinion, possible inaccuracies

vorhandenen historischen Fahrzeuge wird auf rund 6,3 Milliarden Euro geschätzt. In dieser Schätzung sind insbesondere Pkw und Zweiräder enthalten. Grundlage sind Angaben der Besitzerinnen und Besitzer; bei den individuellen Fahrzeugwerten sind laut Expertenmeinung mögliche Fehleinschätzungen zu berücksichtigen. Werden private Großsammlungen einbezogen, kommen laut Experten weitere fünf bis sechs Milliarden Euro an Bestandwert hinzu. Im Durchschnitt verfügt eine Besitzerin beziehungsweise ein Besitzer über 4,3 Fahrzeuge; 95 Prozent sind Männer. Der durchschnittliche Wert eines historischen Fahrzeugs liegt bei rund 22.000 Euro für Automobile und rund 5.600 Euro für Motorräder. Für die laufende Nutzung und Erhaltung werden pro Jahr durchschnittlich etwa 1.900 Euro je Automobil beziehungsweise 820 Euro je Motorrad ausgegeben. 67 Prozent der Besitzerinnen und Besitzer sind Mitglied in einem Oldtimer-Club. Die Clubs bilden damit einen wichtigen sozialen und kulturellen Ankerpunkt der Szene. Im Vordergrund stehen Freude und Fahrspaß, die emotionale Bindung an historische Fahrzeuge, die Erhaltung und Bewahrung des Kulturguts, die Gemeinschaft und der Austausch mit Gleichgesinnten sowie die öffentliche Wahrnehmung und Wertschätzung.

Volkswagen ist laut Befragung die beliebteste Automobilmarke unter den österreichischen Oldtimerbesitzerinnen und -besitzern (Quelle: Statistik Austria 2025). Bei den historischen Motorrädern führt traditionell die österreichische Marke PUCH.

HISTORISCHE FAHRZEUGE WERDEN SELTEN, ACHTSAM UND VORSICHTIG BENUTZT

Historische Fahrzeuge werden selten genutzt. Ein historisches Automobil wird im Durchschnitt rund 12-mal pro Jahr bewegt. Bei historischen Motorrädern liegt die durchschnittliche Nutzung bei rund 10 Fahrten pro Jahr. Auch bei historischen Pkw ist die jährliche Fahrleistung im Verhältnis zum gesamten österreichischen Pkw-Verkehr gering. Am Beispiel der in Österreich zugelassenen Pkw älter als 30 Jahre (191.000) ergibt sich gegenüber dem Gesamtbestand von 5.286.101 Pkw ein Anteil von 3,6 Prozent (Quelle: Statistik Austria, 31.12.2025). Unter der Annahme einer durchschnittlichen Jahresfahrleistung von rund 2.000 Kilometern pro historischem Pkw ergibt sich eine Gesamtleistung von rund 382 Millionen Kilometern. Verglichen mit der jährlichen

in individual vehicle valuations should therefore be taken into account. If large private collections are included, experts estimate that a further €5-6 billion in asset value should be added. On average, an owner has 4.3 vehicles; 95 percent are men. The average value of a historic vehicle is around €22,000 for cars and around €5,600 for motorcycles. Annual expenditure on the ongoing use and preservation of historic vehicles averages around €1,900 per car and €820 per motorcycle. Sixty-seven percent of owners are members of a classic-car club. The clubs therefore form an important social and cultural anchor for the community. The main motivations include enjoyment and driving pleasure, emotional attachment to historic vehicles, the preservation of cultural heritage, community and exchange with like-minded people, as well as public recognition and appreciation.

According to the survey, Volkswagen is the most popular car brand among Austrian classic-car owners (source: Statistics Austria 2025). Among historic motorcycles, the Austrian brand PUCH remains the traditional leader.

HISTORIC VEHICLES ARE USED INFREQUENTLY CAREFULLY AND RESPONSIBLY

Historic vehicles are used infrequently. A historic car is driven on average around 12 times per year. For historic motorcycles, average use is around 10 rides per year. Historic passenger cars also account for only a small share of annual vehicle mileage in Austria. Of the 191.000 passenger cars more than 30 years old registered in Austria, the share compared with the total of 5,286,101 passenger cars is 3.6 percent (source: Statistics Austria, 31 December 2025). Assuming an average annual mileage of around 2,000 kilometres per historic passenger car, this corresponds to a total of around 382 million kilometres. Compared with the annual total mileage of all passenger cars registered in Austria, amounting to 49,306,209,027 kilometres, this represents around 0.8 percent (source: Statistics Austria, Energy Statistics Microcensus 2022/24).

Gesamtfahrleistung aller in Österreich zugelassenen Pkw von 49.306.209.027 Kilometern entspricht dies einem Anteil von rund 0,8 Prozent (Quelle: Statistik Austria, Energiestatistik Mikrozensus 2022/24).

Laut Befragungsergebnis sind 52 Prozent der Automobile und 32 Prozent der Motorräder unter den Oldtimern „historisch“ typisiert beziehungsweise zugelassen. Damit unterliegen sie besonderen gesetzlichen Rahmenbedingungen und Fahrbeschränkungen, darunter einer maximalen Benutzungsdauer von 120 Tagen pro Jahr für Pkw beziehungsweise 60 Tagen für Zweiräder. Der historischen Zulassung – erkennbar am Eintrag „historisch“ in den Fahrzeugpapieren und am roten §57a-Pickerl – kommt damit eine zentrale Bedeutung zu. Sie schafft eine klare Abgrenzung zu gewöhnlichen Gebrauchtfahrzeugen und bildet zugleich die Grundlage für bestimmte rechtliche Ausnahmen, etwa bei Fahrverboten. Historische Fahrzeuge sind zudem von der EU-End-of-Life-Regulation ausgenommen. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass historische Fahrzeuge nicht nur selten, sondern auch bewusst, achtsam und vorsichtig genutzt werden. Ihre geringe Nutzungshäufigkeit ist daher bei der Bewertung ihrer verkehrs- und umweltbezogenen Auswirkungen zu berücksichtigen. Gleichzeitig steht diesem vergleichsweise geringen Nutzungsumfang ein hoher kultureller und gesellschaftlicher Wert gegenüber.

787 MILLIONEN EURO WIRTSCHAFTS-LEISTUNG PRO JAHR DURCH DIE OLDTIMERBRANCHE IN ÖSTERREICH

Die Wirtschaftsleistung, die direkt mit historischen Fahrzeugen verbunden ist, beträgt in Österreich rund 787 Millionen Euro pro Jahr. Gegenüber 2022 entspricht dies einem Wachstum von rund 4 Prozent. Berücksichtigt werden sowohl direkte Betriebs- und Erhaltungsausgaben – etwa für Reparaturen, Betriebsstoffe, Versicherungen, Garagierung, Restaurierungen und Reifen – als auch indirekte Ausgaben im Zusammenhang mit Veranstaltungen, darunter Nächtigungen, Startgelder und Magazine. Hinzu kommen handelsrelevante Inlandsumsätze aus dem Kauf und Verkauf historischer Fahrzeuge. Ein wesentlicher Teil der direkten Ausgaben kommt Handwerks-, Klein- und Mittelbetrieben zugute, darunter spezialisierte Betriebe wie Sattlereien, Karosseriebauer, Holzbearbeiter, Motorenbauer und Zylinderschleifereien. Auch Veranstaltungen erzeugen relevante regionale Wertschöpfung. Oldti-

According to the survey results, 52 percent of classic cars and 32 percent of classic motorcycles are classified or registered as “historic”. They are therefore subject to specific legal requirements and usage restrictions, including a maximum permitted period of use of 120 days per year for passenger cars and 60 days for two-wheelers. Historic registration – identifiable by the entry “historic” in the vehicle documents and the red §57a inspection sticker – therefore plays a central role. It clearly distinguishes historic vehicles from ordinary used vehicles and also provides the basis for certain legal exemptions, for example from traffic bans. Historic vehicles are also exempt from the EU End-of-Life Regulation. The survey results show that historic vehicles are not only used infrequently, but also consciously, carefully and responsibly. Their low frequency of use should therefore be taken into account when assessing their transport- and environmental-related impacts. At the same time, this comparatively limited use is accompanied by significant cultural and social value.

THE CLASSIC-CAR SECTOR GENERATES €787 MILLION IN ECONOMIC OUTPUT PER YEAR IN AUSTRIA

The economic output directly associated with historic vehicles in Austria amounts to around €787 million per year. Compared with 2022, this represents growth of 4 percent. The figure includes both direct operating and preservation expenditure – such as repairs, operating materials, insurance, garage/storage costs, restorations and tyres – as well as indirect expenditure related to events, including overnight stays, entry fees and magazines. In addition, it includes relevant domestic sales generated by the purchase and sale of historic vehicles. A significant share of direct expenditure benefits skilled trades, small businesses and SMEs, including specialised businesses such as upholstery shops, coachbuilders, woodworkers, engine specialists and cylinder-grinding workshops. Events also generate significant regional economic value. On average, classic car owners spend around €1,265 per car owner per year, while classic motorcycle owners spend around €327 per motorcycle owner per year.

merbesitzerinnen und -besitzer geben dafür durchschnittlich rund 1.265 Euro pro Automobilbesitzerin beziehungsweise -besitzer und rund 327 Euro pro Motorradbesitzerin beziehungsweise -besitzer pro Jahr aus.

84 Prozent der Befragten haben in den vergangenen zwölf Monaten mindestens eine Oldtimer-Veranstaltung besucht; 53 Prozent haben dabei auch auswärts übernachtet. Damit sind Oldtimerveranstaltungen insbesondere für Tourismusregionen und Gemeinden ein relevanter Wirtschaftsfaktor.

Die Zukunftserwartungen der Betriebe sind überwiegend positiv: 54 Prozent rechnen in den kommenden Jahren mit steigenden Umsätzen. Gleichzeitig werden Veränderungen im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld wahrgenommen. Als größte Herausforderung nennen 90 Prozent der Betriebe die Suche nach geeignetem Personal. 62 Prozent sehen mögliche Gesetzesänderungen als problematisch. Rund 80 Prozent der Betriebe halten die Schaffung eines eigenen Lehrberufs für die Arbeit an historischen Fahrzeugen für wichtig.

**OLDTIMER SIND ZEITZEUGEN DER
MOBILITÄTSGESCHICHTE – UND SOLLEN
AUCH IN ZUKUNFT AUF ÖSTERREICHS
STRASSEN ERLEBBAR BLEIBEN**

Die Ergebnisse zeichnen ein klares Bild: Historische Fahrzeuge haben in Österreich eine hohe emotionale, gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturhistorische Bedeutung. Sie verbinden individuelle Leidenschaft mit der Bewahrung eines wichtigen Teils der Mobilitätsgeschichte. Gleichzeitig zeigt die geringe Nutzungshäufigkeit, dass Oldtimer als Freizeit- und Kulturgut und nicht als alltägliches Verkehrsmittel eingesetzt werden. Für die Zukunft gilt es daher, den Erhalt und die Nutzung historischer Fahrzeuge mit den sich verändernden politischen, ökologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Einklang zu bringen. Entscheidend ist, dass historische Fahrzeuge auch für kommende Generationen sichtbar, erlebbar und „erfahrbar“ bleiben. Die Leidenschaft der Menschen, die dieses rollende Kulturgut erhalten, bildet dafür eine wesentliche Grundlage.

84 percent of respondents had attended at least one classic car event in the previous twelve months; 53 percent had also stayed overnight away from home. Classic car events are therefore a relevant economic factor, particularly for tourism regions and municipalities.

Businesses' expectations for the future are predominantly positive: 54 percent expect revenues to increase in the coming years. At the same time, changes in the economic and social environment are being perceived. The biggest challenge identified by 90 percent of businesses is finding suitable staff. 62 percent consider possible legislative changes to be problematic. Around 80 percent of businesses consider the creation of a dedicated apprenticeship occupation for work on historic vehicles to be important.

**CLASSIC CARS ARE WITNESSES
TO THE HISTORY OF MOBILITY –
AND SHOULD REMAIN VISIBLE ON
AUSTRIA'S ROADS IN THE FUTURE**

The findings paint a clear picture: historic vehicles have significant emotional, social, economic and cultural-historical importance in Austria. They combine individual passion with the preservation of an important part of the history of mobility. At the same time, their low frequency of use shows that classic cars are primarily used as leisure and cultural assets rather than as everyday means of transport. Looking ahead, the challenge is therefore to reconcile the preservation and use of historic vehicles with changing political, environmental and economic conditions. It is crucial that historic vehicles remain visible, tangible and “experiential” for future generations. The passion of the people who preserve this rolling cultural heritage is an essential foundation for achieving this.

OLDTIMER AUSTRIA

HERR UND FRAU ÖSTERREICHER LIEBEN HISTORISCHE FAHRZEUGE AUSTRIANS LOVE HISTORIC VEHICLES





97%

Stimmen zu, dass Oldtimer etwas
Besonderes sind und auffallen

Agree that historic vehicles are
something special and stand out



93%

Finden Oldtimer
sympathisch

Find historic vehicles
appealing



92%

Freuen sich, wenn sie einen
Oldtimer auf der Straße sehen

Get excited when they see a
classic car on the street



91%

Sind der Meinung, dass Oldtimer
Kulturgut sind und erhalten bleiben sollen

Believe that classic cars are part of our
cultural heritage and should be preserved



86%

Wollen Oldtimer auch weiterhin auf
Österreichs Straßen sehen

Want to continue seeing historic
vehicles on Austria's roads



57%

Der ÖsterreicherInnen würden
gerne einen Oldtimer besitzen
(68% der 18–30 jährigen)

Austrians would like to own a classic car
(68% of those aged 18–30)

68%

Sagen, dass die Umwelt-
belastung durch Oldtimer-
fahrten im Vergleich zum
gesamten Straßenverkehr
unerheblich ist

Say that the environmental impact of
classic car drives is negligible compared
to that of road traffic as a whole



Einstellung zu historischen Fahrzeugen in Österreich

Attitudes towards historic vehicles in Austria

Die österreichweite Befragung zur Einstellung zu Oldtimern und historischen Fahrzeugen wurde im Juli 2026 durchgeführt. Insgesamt wurden 401 Personen online befragt. Die Stichprobe umfasst alle österreichischen Bundesländer sowie unterschiedliche Alters- und Bildungsgruppen und nahezu gleich viele Frauen und Männer.

Die Ergebnisse zeigen ein durchgehend positives und stabiles gesellschaftliches Bild von Oldtimern. Historische Fahrzeuge werden von der österreichischen Bevölkerung vor allem mit Nostalgie, Geschichte, besonderem Design, Handwerk und persönlicher Leidenschaft verbunden. Gleichzeitig zeigt sich ein deutliches Interesse an der Erhaltung und zukünftigen Präsenz von Oldtimern auf Österreichs Straßen.

OLDTIMER WERDEN ALS ETWAS BESONDERES WAHRGENOMMEN

Bei der spontanen Frage, was den Österreicherinnen und Österreichern beim Begriff „Oldtimer“ einfällt, dominieren klassische Automobile vergangener Jahrzehnte. Besonders häufig werden Fahrzeuge aus den 1950er- bis 1970er-Jahren sowie bekannte Marken und Modelle genannt. Oldtimer werden als seltene, charaktervolle und besondere Fahrzeuge wahrgenommen, die sich deutlich von modernen Fahrzeugen unterscheiden.

Neben dem Fahrzeug selbst spielt die emotionale Komponente eine wesentliche Rolle. Viele Befragte verbinden Oldtimer mit Nostalgie, Erinnerungen an die eigene Jugend, Familienmitgliedern und vergangenen Zeiten. Begriffe wie Eleganz, Stil, Charme, Tradition und Geschichte prägen die Wahrnehmung. Ebenso werden Oldtimer mit Leidenschaft, Restaurierung, Pflege, Sammlertätigkeit und dem notwendigen technischen Fachwissen verbunden.

The nationwide survey on attitudes towards classic and historic vehicles in Austria was conducted in July 2026. A total of 401 people were surveyed online. The sample covers all Austrian federal states as well as different age and education groups, with almost equal numbers of women and men.

The results show a consistently positive and stable picture of classic vehicles in Austrian society. Historic vehicles are primarily associated by the Austrian population with nostalgia, history, distinctive design, craftsmanship and personal passion. At the same time, there is clear interest in preserving classic vehicles and ensuring their continued presence on Austria's roads.

CLASSIC VEHICLES ARE PERCEIVED AS SOMETHING SPECIAL

When Austrians were spontaneously asked what comes to mind when they hear the term “classic car,” classic automobiles from past decades dominated the responses. Vehicles from the 1950s to the 1970s, as well as well-known makes and models, were mentioned particularly frequently. Classic cars are perceived as rare, distinctive and special vehicles that clearly differ from modern cars.

Beyond the vehicle itself, the emotional component plays an important role. Many respondents associate classic cars with nostalgia, memories of their youth, family members and times gone by. Terms such as elegance, style, charm, tradition and history shape this perception. Classic cars are also associated with passion, restoration, maintenance, collecting and the technical expertise required.

Auch das soziale Umfeld der Oldtimerszene - etwa Treffen, Rallyes, Ausfahrten und der Austausch mit Gleichgesinnten - gehört zum positiven Gesamtbild. Kritische Aspekte wie Wartungsaufwand, Kraftstoffverbrauch oder Umweltbelastungen werden zwar ebenfalls genannt, spielen in der spontanen Wahrnehmung jedoch eine deutlich geringere Rolle. Insgesamt überwiegt klar die positive Wahrnehmung.

SEHR HOHE SYMPATHIE UND AKZEPTANZ

Die quantitative Befragung bestätigt dieses positive Bild eindrucksvoll. Besonders hohe Zustimmungswerte ergeben sich bei den emotionalen und kulturellen Aspekten von Oldtimern:

- 97 % stimmen zu, dass Oldtimer etwas Besonderes sind bzw. auffallen.
- 93 % finden Oldtimer sympathisch.
- 92 % geben an, dass sie sich freuen, wenn sie einen Oldtimer sehen.
- 91 % sind der Meinung, dass Oldtimer ein Kulturgut sind und erhalten bleiben sollten.
- 89 % sehen einen Beitrag der Oldtimer zum Erhalt traditionellen Handwerks.

Damit zeigt sich: Die Akzeptanz historischer Fahrzeuge beruht nicht nur auf einer allgemeinen Sympathie. Ein sehr großer Teil der Bevölkerung verbindet Oldtimer auch mit Kultur, Geschichte und traditionellem handwerklichem Wissen.

OLDTIMER SOLLEN AUCH IN ZUKUNFT AUF ÖSTERREICHS STRASSEN ZU SEHEN SEIN

Die Befragung zeigt eine breite Zustimmung zur sichtbaren Präsenz historischer Fahrzeuge. 86 Prozent stimmen zu, dass Oldtimer auch in Zukunft auf Österreichs Straßen zu sehen sein sollten.

Auch die Aussage, dass Besitzer von Oldtimern motiviert werden sollten, ihre Fahrzeuge auf der Straße zu zeigen, findet eine deutliche Mehrheit: 81 Prozent stimmen zu.

Diese Ergebnisse unterstreichen die gesellschaftliche Akzeptanz des Oldtimers als „rollendes Kulturgut“. Die Bevölkerung sieht historische Fahrzeuge demnach nicht ausschließlich als private Sammlerstücke, sondern befürwortet grundsätzlich auch ihre öffentliche Wahrnehmbarkeit und Nutzung im Rahmen ihrer historischen Bedeutung.

The social environment of the classic-car scene – including gatherings, rallies, drives and interaction with like-minded enthusiasts – also contributes to the positive overall image. Critical aspects such as maintenance requirements, fuel consumption and environmental impact are mentioned as well, but play a significantly smaller role in spontaneous perceptions. Overall, the positive perception clearly predominates.

VERY HIGH LEVELS OF SYMPATHY AND ACCEPTANCE

The quantitative survey impressively confirms this positive picture. Particularly high levels of agreement are found for the emotional and cultural aspects of classic cars:

- 97% agree that classic cars are something special and stand out.
- 93% find classic cars appealing.
- 92% agree that they are pleased when they see a classic car.
- 91% believe that classic cars are part of our cultural heritage and should be preserved.
- 89% see classic cars as contributing to the preservation of traditional craftsmanship.

This shows that acceptance of historic vehicles is based not only on general sympathy. A very large proportion of the population also associates classic cars with culture, history and traditional craftsmanship.

CLASSIC CARS SHOULD CONTINUE TO BE SEEN ON AUSTRIA'S ROADS IN THE FUTURE

The survey shows broad support for the visible presence of historic vehicles. 86% agree that classic cars should continue to be seen on Austria's roads in the future.

There is also a clear majority in favour of the statement that classic-car owners should be encouraged to showcase their vehicles on the road: 81% agree.

These results underline the social acceptance of classic cars as “rolling cultural heritage.” The population therefore does not view historic vehicles exclusively as private collector's items, but generally supports their public visibility and use in keeping with their historical significance.

KULTURGUT UND TRADITIONELLES HANDWERK

Besonders deutlich wird die kulturelle Dimension bei der Aussage „Oldtimer sind ein Kulturgut und sollten erhalten bleiben“. Insgesamt 91 Prozent stimmen dieser Aussage zu.

Auch zwischen den Bevölkerungsgruppen bleibt diese Zustimmung bemerkenswert hoch. Bei den 18- bis 30-Jährigen stimmen beispielsweise 90 Prozent zu, dass Oldtimer Kulturgut sind und erhalten bleiben sollten. Bei den 51- bis 60-Jährigen sind es sogar 91 Prozent, bei den über 60-Jährigen 96 Prozent.

Damit zeigt sich, dass der Erhalt historischer Fahrzeuge nicht ausschließlich von älteren Generationen unterstützt wird. Vielmehr findet dieser Gedanke auch bei jüngeren Menschen eine breite Zustimmung.

INTERESSE AM THEMA UND WUNSCH NACH EINEM EIGENEN OLDTIMER

Das Thema Oldtimer besitzt auch über die bestehende Szene hinaus eine relevante gesellschaftliche Reichweite. 59 Prozent der Befragten geben an, sich für historische Fahrzeuge zu interessieren.

Noch größer ist das potenzielle Interesse am eigenen Besitz: 57 Prozent können sich vorstellen, selbst ein historisches Fahrzeug zu besitzen.

Interessant ist dabei insbesondere der Blick auf die jüngere Generation. Bei den 18- bis 30-Jährigen liegt die Zustimmung zum Wunsch nach einem eigenen historischen Fahrzeug bei insgesamt 68 Prozent. Damit ist der potenzielle Besitzwunsch in dieser Altersgruppe besonders ausgeprägt.

NOSTALGIE BLEIBT EIN WICHTIGER ZUGANG

71 Prozent der Befragten stimmen zumindest eher zu, dass Oldtimer sie an ihre Kindheit erinnern. Diese emotionale Verbindung ist damit auch 2026 ein wesentlicher Bestandteil der Wahrnehmung historischer Fahrzeuge.

CULTURAL HERITAGE AND TRADITIONAL CRAFTSMANSHIP

The cultural dimension is particularly clear in the statement, “Classic cars are part of our cultural heritage and should be preserved.” Overall, 91% agree with this statement.

Agreement remains remarkably high across demographic groups. Among 18- to 30-year-olds, for example, 90% agree that classic cars are cultural heritage and should be preserved. Among 51- to 60-year-olds, the figure is 91%, while among those over 60 it rises to 96%.

This demonstrates that preserving historic vehicles is not supported exclusively by older generations. Rather, this idea also enjoys broad support among younger people.

INTEREST IN THE SUBJECT AND DESIRE TO OWN A CLASSIC CAR

The subject of classic cars has relevant reach beyond the existing enthusiast community. 59% of respondents state that they are interested in historic vehicles.

Potential interest in ownership is even greater: 57% could imagine owning a historic vehicle themselves.

The younger generation is particularly interesting in this regard. Among 18- to 30-year-olds, overall agreement with the desire to own a historic vehicle is 68%. This makes the potential desire for ownership particularly pronounced in this age group.

NOSTALGIA REMAINS AN IMPORTANT POINT OF CONNECTION

71% of respondents at least somewhat agree that classic cars remind them of their childhood. This emotional connection therefore remains an important element in perceptions of historic vehicles in 2026.

Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung zeigen dabei, dass Nostalgie nicht nur mit dem eigenen Erleben verbunden ist. Auch Erinnerungen an Familienmitglieder und frühere Generationen spielen eine Rolle. Oldtimer werden damit zu einem sichtbaren Bindeglied zwischen persönlicher Erinnerung und automobilhistorischer Vergangenheit.

OLDTIMER WERDEN NICHT ALS VERKEHRSPROBLEM WAHRGENOMMEN

Die Befragung zeigt gleichzeitig, dass kritische Positionen gegenüber historischen Fahrzeugen zwar vorhanden sind, aber deutlich hinter der positiven Grundhaltung zurückbleiben.

Nur 6 Prozent stimmen zumindest eher der Aussage zu, dass „Oldtimer und alte Autos auf den Schrottplatz gehören“. Umgekehrt stimmen 94 Prozent dieser Aussage nicht zu.

Auch die Aussage, dass Oldtimer eine Behinderung für den Straßenverkehr seien, findet nur bei 11 Prozent zumindest eher Zustimmung. 89 Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu.

Beim Thema Umwelt ist das Meinungsbild etwas differenzierter. 32 Prozent stimmen zumindest eher zu, dass Oldtimer die Umwelt verschmutzen, während 68 Prozent dieser Aussage nicht zustimmen. Das Thema Umwelt ist damit der Bereich, in dem die kritische Wahrnehmung stärker ausgeprägt ist als bei den anderen abgefragten negativen Aussagen.

Vor dem Hintergrund, dass nur 0,8 Prozent aller in Österreich gefahrenen Kilometer (PKW) von Oldtimern zurückgelegt werden, ist die Umweltrelevanz objektiv betrachtet zu vernachlässigen.

UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE ÖFFENTLICHE HAND

Auch die Frage einer stärkeren öffentlichen Unterstützung wird nicht grundsätzlich abgelehnt. 57 Prozent stimmen zumindest eher zu, dass Oldtimer von der öffentlichen Hand stärker unterstützt werden sollten.

The results of the representative survey show that nostalgia is not limited to personal memories. Memories of family members and previous generations also play a role. Classic cars thus become a visible link between personal memories and automotive history.

CLASSIC CARS ARE NOT PERCEIVED AS A TRAFFIC PROBLEM

At the same time, the survey shows that critical attitudes towards historic vehicles do exist, but remain clearly secondary to the overall positive sentiment.

Only 6% at least somewhat agree with the statement that “classic cars and old cars belong in the scrapyard.” Conversely, 94% do not agree with this statement.

Similarly, only 11% at least somewhat agree that classic cars are an obstruction to road traffic. 89% do not agree with this statement.

Opinions are somewhat more differentiated when it comes to the environment. 32% at least somewhat agree that classic cars pollute the environment, while 68% do not agree with this statement. Environmental impact is therefore the area in which critical perceptions are more pronounced than for the other negative statements surveyed.

Against the background that classic cars account for only 0.8% of all passenger-car kilometres driven in Austria, their environmental relevance can objectively be considered negligible.

PUBLIC-SECTOR SUPPORT

The idea of greater public-sector support is also not generally rejected. 57% at least somewhat agree that classic cars should receive greater support from the public sector.

POSITIVE HALTUNG BLEIBT ÜBER DIE JAHRE STABIL

Der Zeitvergleich mit den Erhebungen 2017, 2020 und 2022 zeigt eine bemerkenswerte Konstanz der grundsätzlichen Einstellung. Die Mittelwerte für die Aussagen „Oldtimer sind mir sympathisch“, „Ich freue mich, wenn ich einen Oldtimer sehe“, „Oldtimer sind ein Kulturgut und sollten erhalten bleiben“ sowie „Oldtimer sollten auch in Zukunft auf unseren Straßen zu sehen sein“ liegen auch 2026 weiterhin klar im positiven Bereich.

Auch die Aussagen zu Sympathie, Freude beim Anblick eines Oldtimers, Kulturgut und Erhalt traditionellen Handwerks weisen über die vergangenen Erhebungen hinweg nur relativ geringe Veränderungen auf. Die positive Grundhaltung gegenüber historischen Fahrzeugen erweist sich damit als langfristig stabil.

POSITIVE ATTITUDE REMAINS STABLE OVER THE YEARS

A comparison with the surveys conducted in 2017, 2020 and 2022 shows a remarkable consistency in the overall attitude. In 2026, the mean scores for the statements “I like classic cars,” “I am pleased when I see a classic car,” “Classic cars are part of our cultural heritage and should be preserved,” and “Classic cars should continue to be seen on our roads in the future” remain clearly in positive territory.

The statements concerning sympathy, the enjoyment of seeing a classic car, cultural heritage and the preservation of traditional craftsmanship have also shown only relatively minor changes across the previous surveys. The positive underlying attitude towards historic vehicles has therefore proven to be stable over the long term.



ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Studie 2026 zeichnet ein sehr positives gesellschaftliches Stimmungsbild gegenüber Oldtimern und historischen Fahrzeugen in Österreich.

Besonders hervorzuheben sind die außergewöhnlich hohen Zustimmungswerte bei den zentralen positiven Aussagen: 97 Prozent sehen Oldtimer als etwas Besonderes, 93 Prozent finden sie sympathisch, 92 Prozent freuen sich, wenn sie einen Oldtimer sehen und 91 Prozent sehen Oldtimer als Kulturgut, das erhalten bleiben soll. Auch der Beitrag zum Erhalt traditionellen Handwerks erreicht mit 88 Prozent eine sehr breite Zustimmung.

Damit sind historische Fahrzeuge in der österreichischen Bevölkerung nicht nur akzeptiert, sondern emotional und kulturell positiv verankert. Ihre Bedeutung geht über das Automobil selbst hinaus: Oldtimer stehen für Erinnerungen, Geschichte, Handwerk, technische Entwicklung, Individualität und automobile Kultur.

Besonders relevant für die Zukunft ist, dass diese positive Einstellung nicht auf ältere Generationen beschränkt bleibt. Gerade bei den 18- bis 30-Jährigen zeigt sich ein beachtliches Interesse am Thema und ein vergleichsweise hoher Wunsch, selbst einen Oldtimer zu besitzen. Dies spricht dafür, dass die Oldtimerkultur grundsätzlich auch über die heutige Besitzer- und Liebhabergeneration hinaus anschlussfähig ist.

In Summe bestätigen die Ergebnisse der Befragung 2026: Oldtimer genießen in Österreich eine breite gesellschaftliche Akzeptanz. Sie werden als besondere und sympathische Fahrzeuge wahrgenommen, als Kulturgut geschätzt und ihr Erhalt sowie ihre Präsenz auf den Straßen von einer deutlichen Mehrheit der Bevölkerung befürwortet.

KEY FINDINGS

The 2026 study paints a very positive picture of public sentiment towards classic and historic vehicles in Austria.

Particularly noteworthy are the exceptionally high levels of agreement with the key positive statements: 97% see classic cars as something special, 93% find them appealing, 92% are pleased when they see a classic car, and 91% regard classic cars as cultural heritage that should be preserved. Their contribution to preserving traditional craftsmanship also receives very broad support, at 88%.

Historic vehicles are therefore not merely accepted by the Austrian population; they are emotionally and culturally well established. Their significance extends beyond the automobile itself: classic cars represent memories, history, craftsmanship, technological development, individuality and automotive culture.

Of particular relevance for the future is the fact that this positive attitude is not limited to older generations. Among 18- to 30-year-olds in particular, there is considerable interest in the subject and a comparatively strong desire to own a classic car themselves. This suggests that classic-car culture is fundamentally capable of appealing to people beyond today's generation of owners and enthusiasts.

Overall, the results of the 2026 survey confirm: Classic cars enjoy broad social acceptance in Austria. They are perceived as special and appealing vehicles, valued as cultural heritage, and their preservation and continued presence on Austria's roads are supported by a clear majority of the population.

OLDTIMER AUSTRIA

DER TYPISCHE OLDTIMERFAHRER *THE TYPICAL HISTORIC VEHICLE DRIVER*

3

51
—
70

Der typische Oldtimerfahrer
ist zwischen 51 und
70 Jahre alt

The typical classic car owner
is between 51 and
70 years old



95%

Der typische Oldtimerfahrer
ist männlich

The typical classic
car driver is male

1.688

Km p.a.

Durchschnittliche
Kilometerleistung

Average mileage



Nehmen an Veranstaltungen teil, im
Mittelpunkt steht das gemeinsame Erleben

Participate in events, the focus
is the shared experience

38%



4,3

Der typische Oldtimerbesitzer hat
4,3 Fahrzeuge in der Garage

The typical classic car owner has
4.3 vehicles in their garage

Rund 12 Mal wird das
historische Automobil genutzt
(Motorräder weit weniger)

The historic car is used around
12 times (motorcycles far less often)

12

67%



Aller OldtimerbesitzerInnen
sind in Clubs organisiert

Of classic car owners
are members of clubs



39% | 40%



Der typische Oldtimerfahrer ist angestellt (39%)
oder in Pension (40%) –Netto-Haushaltseinkommen rund 4.500 Euro

The typical classic car owner is employed (39%)
or retired (40%)—with a net income of around 4,500 Euro

Oldtimerfahrer in Österreich 2026 – eine leidenschaftliche und aktive Community

Historic vehicle owners in Austria 2026 – a passionate and active community

Wer in Österreich einen historischen Wagen oder ein historisches Motorrad besitzt, verbindet damit weit mehr als den Besitz eines alten Fahrzeugs. Die aktuelle Befragung in der Studie „Oldtimer in Österreich 2026“ zeigt eine engagierte und aktive Community, für die gemeinsame Ausfahrten, Veranstaltungen und das persönliche Erlebnis mit dem historischen Fahrzeug eine zentrale Rolle spielen.

DER TYPISCHE OLDTIMERBESITZER IST RUND 60 JAHRE ALT

Das Durchschnittsalter der Befragten liegt 2026 bei 61,9 Jahren und ist damit gegenüber 2022 (57,5 Jahre) gestiegen. Die größten Gruppen stellen die 61- bis 70-Jährigen sowie die über 70-Jährigen mit jeweils rund 30 Prozent dar. 23 Prozent sind zwischen 51 und 60 Jahre alt, 10 Prozent zwischen 41 und 50. Auch jüngere BesitzerInnen sind vertreten.

Die Oldtimerszene wird damit älter, bleibt aber grundsätzlich generationenübergreifend.

FRAUEN WEITERHIN DEUTLICH UNTERREPRÄSENTIERT

Die Geschlechterverteilung zeigt ein klares Ungleichgewicht: 95 Prozent der Befragten sind Männer, 5 Prozent Frauen. Historische Fahrzeuge sind damit weiterhin ein stark männlich geprägtes Hobby. Gleichzeitig sind Frauen zunehmend Teil der Community.

Für die zukünftige Entwicklung stellt sich daher die Frage, wie historische Fahrzeuge insbesondere für jüngere Generationen und Frauen noch attraktiver und zugänglicher gemacht werden können.

For those who own a historic car or motorcycle in Austria, it represents far more than simply owning an old vehicle. The latest survey conducted as part of the Historic Vehicles in Austria 2026 study reveals an engaged and active community for whom group outings, events and the personal experience of driving a historic vehicle play a central role.

THE TYPICAL CLASSIC CAR OWNER IS AROUND 60 YEARS OLD

The average age of respondents in 2026 is 61.9 years, up from 57.5 years in 2022. The largest groups are those aged 61-70 and those over 70, each accounting for around 30 percent. A further 23 percent are between 51 and 60, and 10 percent between 41 and 50. Younger owners are also represented.

The classic car community is therefore getting older, while remaining broadly intergenerational.

WOMEN REMAIN SIGNIFICANTLY UNDERREPRESENTED

The gender distribution shows a clear imbalance: 95 percent of respondents are men and 5 percent are women. Historic vehicles therefore remain a strongly male-dominated hobby. At the same time, women are increasingly becoming part of the community.

For the future development of the scene, the question is therefore how historic vehicles can be made even more attractive and accessible, particularly to younger generations and women.

STARKE CLUBKULTUR

67 Prozent der Befragten sind Mitglied in mindestens einem Oldtimerclub. Damit hat die organisierte Szene weiter an Bedeutung gewonnen: 2022 lag der Anteil bei 60 Prozent, 2017 bei 56 Prozent.

Die Clubkultur ist entsprechend vielfältig: 61 Prozent der Clubmitglieder gehören einem Club an, 26 Prozent zwei und weitere 8 Prozent drei Clubs. 5 Prozent engagieren sich sogar in mehr als drei Clubs.

DURCHSCHNITTlich 4,3 HISTORISCHE FAHRZEUGE PRO BESITZER

Oldtimerbesitz beschränkt sich bei vielen Enthusiasten nicht auf ein Fahrzeug. Durchschnittlich besitzt ein Befragter 4,3 historische Fahrzeuge, gegenüber 4,0 im Jahr 2022.

27 Prozent besitzen einen Oldtimer, 21 Prozent zwei und 16 Prozent drei Fahrzeuge. Jeweils 9 Prozent besitzen vier beziehungsweise fünf Fahrzeuge; 18 Prozent verfügen über mehr als fünf historische Fahrzeuge.

Das Automobil dominiert die Szene: 65,1 Prozent der erfassten Fahrzeuge sind Automobile, weitere 28,0 Prozent Motorräder. Traktoren, LKW und andere historische Fahrzeuge machen kleinere Anteile aus.

OLDTIMER SIND KEINE REINEN „STEHZEUGE“

Die Ergebnisse zeigen, dass historische Fahrzeuge tatsächlich bewegt werden - allerdings überwiegend gezielt und anlassbezogen.

Bei den Automobilen wurden im vergangenen Jahr 14 Prozent überhaupt nicht gefahren. 25 Prozent waren ein- bis fünfmal unterwegs, 24 Prozent sechs- bis zehnmal und 21 Prozent elf- bis 25-mal. Weitere 11 Prozent wurden 26- bis 50-mal genutzt, 4 Prozent sogar mehr als 50-mal.

Bei Motorrädern ist die Nutzung etwas höher: 23 Prozent wurden nicht gefahren, während 28 Prozent ein- bis fünfmal und 22 Prozent sechs- bis zehnmal unterwegs waren.

A STRONG CLUB CULTURE

67 percent of respondents are members of at least one classic car club. The organised scene has therefore continued to grow in importance: the figure was 60 percent in 2022 and 56 percent in 2017.

The club culture is correspondingly diverse: 61 percent of club members belong to one club, 26 percent to two clubs and a further 8 percent to three clubs. Another 5 percent are involved in more than three clubs.

AN AVERAGE OF 4.3 HISTORIC VEHICLES PER OWNER

For many enthusiasts, classic car ownership extends beyond a single vehicle. On average, respondents own 4.3 historic vehicles, compared with 4.0 in 2022.

27 percent own one classic vehicle, 21 percent own two and 16 percent own three. A further 9 percent own four or five vehicles, while 18 percent own more than five historic vehicles. Cars dominate the scene: 65.1 percent of the vehicles recorded are automobiles, while a further 28.0 percent are motorcycles. Tractors, trucks and other historic vehicles account for smaller shares.

CLASSIC CARS ARE NOT MERELY "GARAGE QUEENS"

The results show that historic vehicles are actually driven - although predominantly for specific purposes and occasions.

Among the cars surveyed, 14 percent were not driven at all during the previous year. 25 percent were driven one to five times, 24 percent six to ten times and 21 percent eleven to 25 times. A further 11 percent were used 26 to 50 times, while 4 percent were driven more than 50 times.

Motorcycles are used somewhat more frequently: 23 percent were not ridden, while 28 percent were used one to five times and 22 percent six to ten times.

2.090 Kilometern für historische Automobile und 942 Kilometern für Motorräder. Über alle Fahrzeugtypen hinweg ergibt sich ein Durchschnitt von 1.688 Kilometern pro Jahr.

Damit sind Oldtimer klar keine alltäglichen Verkehrsmittel, sondern werden vor allem für ausgewählte Fahrten und Freizeitaktivitäten eingesetzt.

GEMEINSAME AUSFAHRTEN SIND DER WICHTIGSTE GRUND

Der wichtigste Grund, einen Oldtimer zu fahren, ist bei den Automobilbesitzern die gemeinsame Fahrfreude mit Freunden: 57 Prozent nennen diese Nutzung. Danach folgen die Teilnahme an Veranstaltungen und Wettbewerben mit 38 Prozent sowie organisierte Touren mit 32 Prozent. Ebenfalls 32 Prozent nutzen ihr historisches Auto für kurze Strecken, 26 Prozent für längere Fahrten.

Bei Motorrädern zeigt sich ein ähnliches Bild. 55 Prozent fahren gemeinsam mit Freunden oder allein aus Spaß, 41 Prozent nutzen ihr Motorrad für kurze Strecken, 33 Prozent für Veranstaltungen und 21 Prozent für organisierte Touren.

The average annual mileage is 2,090 kilometres for historic cars and 942 kilometres for motorcycles. Across all vehicle types, the average is 1,688 kilometres per year.

Classic vehicles are therefore clearly not everyday means of transport. Instead, they are primarily used for selected journeys and leisure activities.

GROUP OUTINGS ARE THE MAIN REASON FOR DRIVING

For car owners, the most important reason for driving a classic vehicle is enjoying the experience with friends: 57 percent cite this type of use. This is followed by participation in events and competitions at 38 percent, and organised tours at 32 percent. Another 32 percent use their historic car for short journeys, while 26 percent use it for longer trips.

A similar pattern can be seen among motorcycle owners. 55 percent ride with friends or on their own for enjoyment, 41 percent use their motorcycle for short journeys, 33 percent for events and 21 percent for organised tours.



Der Oldtimer ist damit für viele BesitzerInnen weit mehr als ein Fahrzeug: Er verbindet Mobilität mit Freizeit, Erlebnis und Gemeinschaft.

EINE SZENE IM WANDEL

Die Ergebnisse zeichnen insgesamt das Bild einer aktiven, stark organisierten und leidenschaftlichen Community. Clubmitgliedschaften, gemeinsame Ausfahrten, Veranstaltungen und organisierte Touren zeigen, dass hinter dem historischen Fahrzeug eine lebendige soziale Szene steht.

Gleichzeitig steht diese Community vor einem Generationenwechsel. Das Durchschnittsalter ist seit 2022 von 57,5 auf 61,9 Jahre gestiegen. Die Nachwuchsgewinnung wird damit zu einer wichtigen Zukunftsfrage. Die bestehende Clubstruktur und die hohe Bereitschaft, historische Fahrzeuge tatsächlich zu bewegen, bieten dafür eine gute Grundlage.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die österreichische Oldtimerszene ist eine aktive, gut organisierte und leidenschaftliche Community. Mit durchschnittlich 4,3 historischen Fahrzeugen pro BesitzerIn, einer Clubmitgliedschaft von 67 Prozent und zahlreichen gemeinsamen Ausfahrten und Veranstaltungen ist der Oldtimer weit mehr als ein Sammlerstück.

Gleichzeitig macht der Anstieg des Durchschnittsalters auf 61,9 Jahre deutlich, dass die Szene vor einem Generationenwechsel steht. Die Zukunft des Hobbys wird wesentlich davon abhängen, die Begeisterung für historische Fahrzeuge auch an jüngere Menschen und neue Zielgruppen weiterzugeben. Eines zeigt die Studie jedoch klar: Oldtimer werden gefahren. Sie stehen für Leidenschaft, Freizeit und Gemeinschaft - und bringen Menschen zusammen, die ihre Begeisterung für historische Mobilität teilen.

For many owners, therefore, the classic vehicle is much more than a means of transport: it combines mobility with leisure, experience and community.

A COMMUNITY IN TRANSITION

Overall, the results portray an active, highly organized and passionate community. Club memberships, group outings, events and organized tours demonstrate that historic vehicles are at the heart of a vibrant social scene.

At the same time, the community is facing a generational transition. The average age has risen from 57.5 to 61.9 years since 2022. Attracting new and younger enthusiasts is therefore becoming an increasingly important issue for the future. The established club structure and the strong willingness to actually drive historic vehicles provide a solid foundation for this.

KEY FINDINGS

The Austrian classic car community is an active, well-organized and passionate community. With an average of 4.3 historic vehicles per owner, club membership standing at 67 percent, and numerous group outings and events, classic vehicles are much more than collector's items.

At the same time, the increase in the average age to 61.9 years clearly indicates that the scene is entering a period of generational transition. The future of the hobby will depend to a significant extent on successfully passing on the enthusiasm for historic vehicles to younger people and new target groups.

One thing, however, is clear from the study: historic vehicles are driven. They represent passion, leisure and community – bringing together people who share an enthusiasm for historic mobility.

OLDTIMER AUSTRIA

DAS HISTORISCHE FAHRZEUG *THE HISTORIC VEHICLE*



Baujahre der 60er und 70er Jahre dominieren bei Automobilen, ab 1980 ist der Anteil schon 30%

50%



Cars built in the 1960s and 1970s dominate the market; as of 1980, they already accounted for 30% of the total



24%

VW ist die beliebteste Automarke

VW is the most popular car brand

53% | 33%



53% aller historischen Automobile und 33% aller historischen Motorräder (der Befragten) sind historisch typisiert

53% of all classic cars and 33% of all classic motorcycles (of the respondents) have been certified as classic vehicles



46%

PUCH ist die beliebteste Motorradmarke

PUCH is the most popular motorcycle brand

88%

Rund 88% aller historischen Fahrzeuge sind auch für den Straßenverkehr zugelassen

About 88% of all historic vehicles are also registered for road use



75%

Aller historischen Fahrzeuge sind sehr gut gepflegt und erhalten (Zustandsnoten 1 oder 2)

Of historic vehicles are very well maintained and preserved (condition ratings of 1 or 2)



41%

Baujahre vor 1960 stellen 41% des historischen Motorradbestandes

Motorcycles built before 1960 account for 41% of the historic motorcycle fleet



80%

Aller historischen Fahrzeuge werden über Freunde oder Bekannte bzw. private Anzeigen gekauft

Of all historic vehicles are purchased through friends or acquaintances or via private listings.

Vielfältig, gepflegt und fest in privater Hand

Diverse, well-maintained and firmly in private hands

Die österreichische Oldtimerlandschaft ist deutlich vielfältiger, als der Blick auf einzelne Kultmodelle vermuten lässt. Die aktuelle Studie „Oldtimer in Österreich 2026“ zeigt eine breite Palette an Marken, Modellen, Baujahren und Fahrzeugtypen.

VOLKSWAGEN FÜHRT BEI DEN HISTORISCHEN AUTOMOBILEN

Bei den zugelassenen historischen Automobilen liegt Volkswagen mit 24 Prozent an der Spitze, gefolgt von Mercedes mit 12 Prozent und BMW mit 6 Prozent. Opel und Audi erreichen jeweils 5 Prozent, Ford und Porsche jeweils 4 Prozent. Weitere Marken machen zusammen 31 Prozent aus.

Bei den historischen Motorrädern dominiert Puch mit 46 Prozent, gefolgt von Vespa mit 14 Prozent und Honda mit 8 Prozent. Die Markenlandschaft ist damit auch bei Motorrädern vielfältig.

Auch bei Traktoren, Bussen und LKW zeigt sich eine starke Präsenz von Steyr-Puch.

KÄFER, 911, 2 CV UND SL PRÄGEN DIE SZENE

Einige Modelle sind besonders eng mit dem Begriff Oldtimer verbunden. Bei den Volkswagen-Besitzer entfallen 43 Prozent auf den Käfer, bei Porsche 53 Prozent auf den 911, beim Citroën 51 Prozent auf den 2 CV und bei Mercedes 33 Prozent auf den SL.

Die Angaben beziehen sich jeweils auf die Befragungsergebnisse zu den Marken und nicht auf den gesamten österreichischen Oldtimerbestand.

Austria's classic vehicle landscape is far more diverse than a focus on individual iconic models might suggest. The latest Historic Vehicles in Austria 2026 study highlights a broad range of brands, models, manufacturing years and vehicle types.

VOLKSWAGEN LEADS AMONG HISTORIC CARS

Among registered historic cars, Volkswagen leads with 24 percent, followed by Mercedes at 12 percent and BMW at 6 percent. Opel and Audi each account for 5 percent, while Ford and Porsche each represent 4 percent. Other brands make up a combined 31 percent.

Among historic motorcycles, Puch clearly dominates with 46 percent, followed by Vespa at 14 percent and Honda at 8 percent. The motorcycle landscape is therefore also characterised by a broad range of brands.

Steyr-Puch is also particularly dominant among other historic vehicles, including tractors, buses and trucks.

BEETLE, 911, 2CV AND SL SHAPE THE SCENE

Certain models remain particularly closely associated with the classic vehicle world. Among Volkswagen owners, 43 percent own a Beetle. For Porsche, the 911 accounts for 53 percent of the models named, while the 2CV represents 51 percent of Citroën models. Among Mercedes owners, SL accounts for 33 percent.

These figures refer to the survey results on the brands and not to the entire Austrian historic vehicle fleet.

HISTORISCHE FAHRZEUGE SIND NICHT NUR „ALTE“ FAHRZEUGE

Die Altersstruktur der Automobile zeigt einen deutlichen Schwerpunkt bei jüngeren Baujahrggruppen. Nur 2 Prozent der erfassten Automobile stammen aus der Zeit bis 1930, während 26 Prozent aus den Jahren 1961 bis 1970 und 24 Prozent aus 1971 bis 1980 stammen. Mit 30 Prozent stellen Fahrzeuge ab Baujahr 1981 sogar die größte Gruppe.

Damit beschränkt sich das historische Fahrzeug längst nicht auf Vorkriegsautos oder Klassiker der 1950er- und 1960er-Jahre. Viele Fahrzeuge stammen aus Epochen, die für ihre BesitzerInnen noch Teil der eigenen Lebensgeschichte sind.

Bei den Motorrädern liegt der Schwerpunkt bei den Baujahren 1951 bis 1960 (28 Prozent), 1971 bis 1980 (25 Prozent) und den 1960er-Jahren (23 Prozent).

DIE MEISTEN FAHRZEUGE SIND IN GUTEM ZUSTAND

Die historischen Fahrzeuge werden von ihren BesitzerInnen überwiegend als gut erhalten eingeschätzt. Bei den Automobilen befinden sich 74 Prozent in den beiden besten Zustandskategorien 1 und 2. Bei den Motorrädern sind es 70 Prozent.

Die Ergebnisse unterstreichen den hohen persönlichen Einsatz der BesitzerInnen für Pflege und Erhalt ihrer historischen Fahrzeuge.

HISTORISCHE ZULASSUNG GEWINNT WEITER AN BEDEUTUNG

Bei den historischen Automobilen verfügen aktuell 53 Prozent über eine historische Zulassung, gegenüber 51 Prozent im Jahr 2022. Der Anteil ist damit um zwei Prozentpunkte gestiegen.

Bei den Motorrädern haben 33 Prozent eine historische Zulassung, 51 Prozent eine normale Zulassung und 16 Prozent keine Zulassung.

Anzumerken hierbei ist, dass es sich um Angaben von Besitzern in der Kernzielgruppe Oldtimer handelt.

HISTORIC VEHICLES ARE NOT NECESSARILY VERY OLD

The age structure of historic cars reveals a clear focus on more recent manufacturing years. Only 2 percent of the cars surveyed date from before 1930, while 26 percent were built between 1961 and 1970 and 24 percent between 1971 and 1980. With 30 percent, cars built from 1981 onwards represent the largest group.

Historic vehicles in Austria are therefore by no means limited to pre-war cars or classics from the 1950s and 1960s. Many originate from periods that are still part of their owners' personal memories. Among motorcycles, the largest groups date from 1951-1960 (28 percent), 1971-1980 (25 percent) and the 1960s (23 percent).

MOST VEHICLES ARE IN GOOD CONDITION

Historic vehicles are generally considered to be well maintained by their owners. Among cars, 74 percent are rated in the two best condition categories, 1 and 2. Among motorcycles, the figure is 70 percent.

The results underline the high level of personal commitment owners invest in maintaining and preserving their historic vehicles.

HISTORIC REGISTRATION CONTINUES TO GAIN IMPORTANCE

Among historic cars, 53 percent currently have historic registration, compared with 51 percent in 2022. The share has therefore increased by two percentage points.

Among motorcycles, 33 percent have historic registration, 51 percent normal registration and 16 percent no registration.

It should be noted here that these figures are based on information provided by owners within the core target group of classic car enthusiasts.

DER PRIVATE MARKT IST DIE WICHTIGSTE BEZUGSQUELLE

Historische Fahrzeuge werden überwiegend privat erworben. Bei den Automobilen wurden 41 Prozent über private Anzeigen gekauft, weitere 28 Prozent über Freunde oder Bekannte. Händler kommen auf 20 Prozent.

Bei Motorrädern zeigt sich ein ähnliches Bild: 42 Prozent wurden über private Anzeigen und 33 Prozent über Freunde oder Bekannte erworben. Händler spielen mit 9 Prozent eine deutlich geringere Rolle.

Auch bei sonstigen historischen Fahrzeugen steht der private Erwerb an erster Stelle.

DIE EIGENE GARAGE BLEIBT DER WICHTIGSTE STANDORT

Historische Fahrzeuge werden in Österreich überwiegend privat untergebracht. 66 Prozent der Automobile stehen in der eigenen Garage, weitere 28 Prozent in einer gemieteten Garage.

Bei Motorrädern ist die eigene Garage noch wichtiger: 83 Prozent werden dort aufbewahrt. Bei sonstigen historischen Fahrzeugen liegt der Anteil bei 77 Prozent.

EIN LEBENDIGER TEIL ÖSTERREICHISCHER FAHRZEUGKULTUR

Das Gesamtbild der Studie ist eindeutig: Das historische Fahrzeug in Österreich ist kein Nischenphänomen einzelner seltener Fahrzeuge. Die Szene umfasst eine große Bandbreite an Marken, Modellen, Baujahren und Fahrzeugtypen - von bekannten Ikonen wie Käfer, Porsche 911, Citroën 2 CV und Mercedes SL bis hin zu Motorrädern, Traktoren, Bussen und LKW.

Gleichzeitig sind historische Fahrzeuge stark in privater Hand verankert. Sie werden vielfach über private Kontakte erworben, von ihren BesitzerInnen gepflegt und überwiegend in der eigenen Garage aufbewahrt. Mit 30 Prozent der Automobile aus Baujahren ab 1981 entwickelt sich die historische Fahrzeugwelt zudem laufend weiter.

THE PRIVATE MARKET IS THE MAIN SOURCE

Historic vehicles are predominantly acquired through private channels. Among cars, 41 percent were purchased through private advertisements, while a further 28 percent were acquired through friends or acquaintances. Dealers account for 20 percent.

The pattern is similar for motorcycles: 42 percent were purchased through private advertisements and 33 percent through friends or acquaintances. Dealers account for only 9 percent.

Private acquisition is also the leading source for other historic vehicles.

THE OWNER'S GARAGE REMAINS THE MAIN LOCATION

Historic vehicles in Austria are predominantly stored privately. 66 percent of historic cars are kept in the owner's own garage, while another 28 percent are stored in a rented garage.

For motorcycles, the owner's garage is even more important: 83 percent are stored there. Among other historic vehicles, the figure is 77 percent.

A LIVING PART OF AUSTRIAN VEHICLE CULTURE

The overall picture is clear: historic vehicles in Austria are not a niche phenomenon limited to a few rare models. The scene encompasses a broad range of brands, models, manufacturing years and vehicle types - from icons such as the Beetle, Porsche 911, Citroën 2CV and Mercedes SL to motorcycles, tractors, buses and trucks.

At the same time, historic vehicles remain firmly rooted in private ownership. They are frequently acquired through private contacts, carefully maintained by their owners and predominantly stored in private garages. With 30 percent of historic cars dating from 1981 onwards, the historic vehicle landscape is also continuously evolving.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Studie zeigt, dass historische Fahrzeuge in Österreich eine vielfältige, gepflegte und stark privat geprägte Fahrzeugkultur bilden. Neben bekannten Marken und Kultmodellen umfasst die Szene eine große Bandbreite an Fahrzeugen und Baujahren. Besonders bemerkenswert ist, dass bereits 30 Prozent der erfassten Automobile ab 1981 gebaut wurden. Das historische Fahrzeug ist damit nicht ausschließlich ein Blick in die Vergangenheit, sondern entwickelt sich kontinuierlich weiter.

Gleichzeitig investieren die BesitzerInnen erheblich in den Erhalt ihrer Fahrzeuge: Drei Viertel der Automobile und sieben von zehn Motorrädern befinden sich laut Selbsteinschätzung in den beiden besten Zustandskategorien. Der überwiegend private Erwerb und die Unterbringung in der eigenen Garage unterstreichen die enge persönliche Bindung an die Fahrzeuge.

Insgesamt sind historische Fahrzeuge damit ein lebendiger und sich weiterentwickelnder Bestandteil österreichischer Fahrzeugkultur. Sie bewahren automobiler Geschichte, werden von ihren BesitzerInnen aktiv gepflegt und zugleich durch das Nachrücken jüngerer Baujahrguppen laufend um neue Kapitel ergänzt.

KEY FINDINGS

The study shows that historic vehicles in Austria represent a diverse, well-maintained and strongly privately owned vehicle culture. Alongside well-known brands and iconic models, the scene encompasses a wide range of vehicles and manufacturing years. Particularly noteworthy is the fact that 30 percent of the historic cars surveyed were built from 1981 onwards. Historic vehicles therefore do not simply represent a look back at the past; the category continues to evolve.

At the same time, owners invest considerably in preserving their vehicles: three quarters of historic cars and seven in ten motorcycles are rated in the two best condition categories. The predominantly private acquisition of vehicles and their storage in owners' own garages further underline the strong personal connection between owners and their vehicles.

Overall, historic vehicles are a living and continuously evolving part of Austrian vehicle culture. They preserve automotive history, are actively cared for by their owners and are continually enriched by younger generations of vehicles entering the historic vehicle category.

OLDTIMER AUSTRIA

FINANZIELLE DIMENSIONEN HISTORISCHER FAHRZEUGE *FINANCIAL ASPECTS OF HISTORIC VEHICLES*

5

Historische Fahrzeuge: Milliardenwert und Millionenmarkt in Österreich

Historic vehicles: a Billion-Euro asset and Million-Euro market in Austria

Oldtimerbesitz ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor – Ausgaben, Fahrzeughandel und Reparaturleistungen prägen die finanzielle Dimension der Szene.

Historische Fahrzeuge sind nicht nur ein Stück Automobil- und Mobilitätsgeschichte, sondern auch ein bedeutender finanzieller Faktor. Hinter dem Hobby stehen erhebliche Vermögenswerte und jedes Jahr werden beträchtliche Summen für Kauf, Erhaltung, Reparatur, Betrieb und die Teilnahme an der Oldtimerwelt ausgegeben.

DER DURCHSCHNITTLICHE WERT EINES HISTORISCHEN AUTOMOBILS WIRD MIT 22.000 EURO ANGEZEIGT

Ein wesentlicher Indikator für die finanzielle Bedeutung des Hobbys ist der Wert der Fahrzeuge im Besitz der Befragten.

Der durchschnittliche Wert eines einzelnen historischen Fahrzeugs wird für 2026 mit 19.000 Euro angegeben. Bei den einzelnen Fahrzeugkategorien ergeben sich 22.000 Euro für einen historischen PKW und 5.600 Euro für ein historisches Motorrad.

Damit wird deutlich: Hinter dem Oldtimerhobby steht für viele BesitzerInnen ein beträchtlicher persönlicher Vermögenswert.

DER MARKT FÜR HISTORISCHE FAHRZEUGE BLEIBT IN BEWEGUNG

Auch beim Kauf und Verkauf historischer Fahrzeuge zeigt sich eine hohe Dynamik.

20 Prozent der Befragten gaben an, in den vergangenen zwölf Monaten mindestens ein historisches Fahrzeug gekauft zu haben. Bei denjenigen, die gekauft haben, wurden bei Automobilen durchschnittlich 27.800 Euro, bei Motorrädern 6.800 Euro und bei sonstigen historischen Fahrzeugen 7.000 Euro bezahlt.

Ownership of classic vehicles is a significant economic factor – spending, vehicle trading and repair services shape the financial dimension of the community.

Historic vehicles are not only a part of automotive and mobility history, but also an important financial factor. Behind the hobby are substantial assets, and every year considerable sums are spent on purchasing, maintaining, repairing and operating vehicles, as well as participating in the classic-car community.

THE AVERAGE VALUE OF A HISTORIC AUTOMOBILE IS ESTIMATED AT €22,000

One key indicator of the financial importance of the hobby is the value of the vehicles owned by respondents.

The average value of an individual historic vehicle is estimated at €19,000 for 2026. Looking at the individual vehicle categories, the average value is €22,000 for a historic passenger car and €5,600 for a historic motorcycle.

This makes it clear that for many owners, classic vehicles represent a considerable personal asset.

THE HISTORIC VEHICLE MARKET REMAINS ACTIVE

There is also considerable activity in the buying and selling of historic vehicles.

Twenty percent of respondents stated that they had purchased at least one historic vehicle in the past twelve months. Among those who made a purchase, the average amount paid was €27,800 for automobiles, €6,800 for motorcycles and €7,000 for other historic vehicles.

6,3 MRD

Bestandwert historischer Fahrzeuge

Value of Historic Vehicles in Existence

€ 820

Direkte Ausgaben pro historischem Motorrad pro Jahr

Direct expenses per vintage motorcycle per year

€ 1.900

Direkte Ausgaben pro historischem Automobil pro Jahr

Direct expenses per vintage car per year

41%

Nutzen für Fahrzeuge eine spezielle Oldtimerversicherung

Coverage for all vehicles a special classic car insurance



4%

Nur 4% der Wertschöpfung wandert ins Ausland

Only 4% of value added flows abroad

40%

Erwarten zukünftig steigende Kosten für ihr Hobby

Expect the costs of our hobby to rise in the future

80% | 73%

80% der Verkäufe und 73% der Ankäufe werden im Inland getätigt (Automobile)

80% of sales and 73% of purchases take place domestically (automobiles)



**€ 22.000
(€ 5.600)**

Durchschnittlicher Wert des historischen Automobils (Motorrades) in Österreich

Average Value of a historic car (motorcycle) in Austria

57%

Aller Arbeiten werden in Fachbetrieben durchgeführt

Of all work is done in specialized companies

Dabei zeigt sich eine Besonderheit des Oldtimermarktes: Der Kauf erfolgt häufig direkt zwischen Privatpersonen.

Bei Automobilen wurden 50 Prozent der Käufe über eine private Anzeige abgewickelt, weitere 25 Prozent über Freunde oder Bekannte. Lediglich 18 Prozent erfolgten über einen Händler. Bei Motorrädern lag der Anteil der privaten Anzeigen sogar bei 54 Prozent, während 30 Prozent über Freunde oder Bekannte und 4 Prozent über Händler gekauft wurden.

DER HEIMISCHE MARKT SPIELT
EINE ZENTRALE ROLLE

Ein großer Teil der historischen Fahrzeuge wird innerhalb Österreichs gekauft.

Bei Automobilen wurden 73 Prozent der gekauften Fahrzeuge im Inland erworben, bei Motorrädern waren es 83 Prozent. Bei sonstigen historischen Fahrzeugen lag der Inlandsanteil sogar bei 89 Prozent.

Damit zeigt die Studie eine starke Verankerung des Oldtimerhandels im österreichischen Markt.

KAUFINTERESSE FÜR DIE
KOMMENDEN ZWÖLF MONATE

Das Interesse an weiteren Anschaffungen ist vorhanden, auch wenn die Mehrheit derzeit keinen konkreten Kauf plant.

19 Prozent der Befragten planen innerhalb der kommenden zwölf Monate den Kauf eines historischen Fahrzeugs. Bei 8 Prozent ist die Anzahl bereits konkret geplant, weitere 11 Prozent wollen zwar kaufen, haben aber die genaue Anzahl noch nicht festgelegt.

Der Markt verfügt damit doch weiterhin über eine potenzielle Nachfrage.

AUCH BEIM VERKAUF BLEIBT
DER MARKT AKTIV

Auf der Verkäuferseite zeigt sich ein ähnliches, wenn auch etwas niedrigeres Niveau: 14 Prozent der Befragten haben in den vergangenen zwölf Monaten mindestens ein historisches Fahrzeug verkauft.

One particular feature of the classic vehicle market is that purchases are frequently made directly between private individuals.

For automobiles, 50 percent of purchases were made through a private advertisement, while a further 25 percent were made through friends or acquaintances. Only 18 percent were purchased through a dealer. For motorcycles, the share of purchases made through private advertisements was even higher at 54 percent, while 30 percent were purchased through friends or acquaintances and only 4 percent through dealers.

THE DOMESTIC MARKET
PLAYS A CENTRAL ROLE

A large proportion of historic vehicles are purchased within Austria.

For automobiles, 73 percent of purchased vehicles were acquired domestically, compared with 83 percent for motorcycles. For other historic vehicles, the domestic share was as high as 89 percent.

The study therefore demonstrates that the classic vehicle trade is strongly rooted in the Austrian market.

INTEREST IN PURCHASING OVER
THE NEXT TWELVE MONTHS

There is continued interest in further purchases, even though the majority currently have no specific purchase plans.

Nineteen percent of respondents plan to purchase a historic vehicle within the next twelve months. For 8 percent, the number of vehicles to be purchased has already been determined, while a further 11 percent intend to buy but have not yet decided on the exact number. The market therefore continues to have potential demand.

THE MARKET ALSO REMAINS ACTIVE
ON THE SELLING SIDE

The situation on the seller side is similar, although at a somewhat lower level: 14 percent of respondents have sold at least one historic vehicle in the past twelve months.

Die durchschnittlichen Verkaufserlöse lagen bei:

- 25.345 Euro für Automobile
- 6.317 Euro für Motorräder
- 6.419 Euro für sonstige historische Fahrzeuge.

Auch hier dominiert der private Markt. Bei Automobilen wurden 43 Prozent über eine private Anzeige und weitere 30 Prozent an Freunde oder Bekannte verkauft. 17 Prozent gingen an Händler. Bei Motorrädern wurden 59 Prozent über eine private Anzeige und 33 Prozent an Freunde oder Bekannte verkauft; nur 3 Prozent gingen an Händler.

17 PROZENT PLANEN EINEN VERKAUF

Auch für die kommenden zwölf Monate zeichnet sich eine gewisse Verkaufsbereitschaft ab.

17 Prozent planen den Verkauf eines historischen Fahrzeugs. Bei 11 Prozent steht der Verkauf bereits fest, weitere 6 Prozent planen einen Verkauf, haben die genaue Anzahl aber noch nicht festgelegt.

TREIBSTOFF UND VERSICHERUNG
MACHEN DEN GRÖSSTEN ANTEIL DER
LAUFENDEN AUSGABEN AUS

Die finanzielle Dimension des Oldtimerbesitzes beschränkt sich allerdings nicht auf den Kauf und Verkauf. Ein erheblicher Teil der Ausgaben entsteht laufend durch die Nutzung und Erhaltung der Fahrzeuge.

Die Grafik „Ausgaben für historische Fahrzeuge“ zeigt die Verteilung der Ausgaben sehr anschaulich:

Ausgabenbereich	Anteil
Treibstoff	34 %
Versicherung.....	31 %
Reparaturen	13 %
Restaurierung	10 %
Garage.....	4 %
Reifen	2 %
Werkzeug	2 %
Bremsen.....	1 %
Öl.....	2 %
Transport, Lagerung, Bekleidung.....	< 1 %

Damit entfallen allein auf Treibstoff und Versicherung 65 Prozent der ausgewiesenen laufenden Ausgaben. Reparaturen und Restaurierungen machen zusammen weitere 23 Prozent aus.

The average sales proceeds were:

- €25,345 for automobiles
- €6,317 for motorcycles
- €6,419 for other historic vehicles

The private market also dominates on the selling side. For automobiles, 43 percent were sold through a private advertisement and a further 30 percent to friends or acquaintances. Seventeen percent were sold to dealers. For motorcycles, 59 percent were sold through a private advertisement and 33 percent to friends or acquaintances; only 3 percent were sold to dealers.

17 PERCENT PLAN TO SELL

There is also a certain willingness to sell during the next twelve months.

Seventeen percent plan to sell a historic vehicle. For 11 percent, the sale has already been decided, while a further 6 percent plan to sell but have not yet determined the exact number of vehicles.

FUEL AND INSURANCE ACCOUNT
FOR THE LARGEST SHARE OF
ONGOING EXPENSES

The financial dimension of historic vehicle ownership is not limited to buying and selling. A significant proportion of expenditure arises continuously from using and maintaining the vehicles.

The graphic “Expenditure on Historic Vehicles” clearly illustrates the distribution of spending:

Expenditure category	Share
Fuel	34%
Insurance.....	31%
Repairs	13%
Restoration	10%
Garage.....	4%
Tyres.....	2%
Tools	2%
Brakes	1%
Oil.....	2%
Transport, storage, clothing.....	<1%

Fuel and insurance alone therefore account for 65 percent of the reported ongoing expenditure. Repairs and restoration account for a further 23 percent combined.

REPARATUR UND RESTAURIERUNG ALS WICHTIGER WIRTSCHAFTSFAKTOR

Die Ergebnisse zeigen damit auch die wirtschaftliche Bedeutung von Fachbetrieben und spezialisierten Dienstleistungen. Historische Fahrzeuge benötigen vielfach eine besondere Form der Wartung und Instandhaltung - und ein großer Teil der BesitzerInnen greift dabei zumindest teilweise auf professionelle Leistungen zurück.

Gleichzeitig ist die Eigenleistung der BesitzerInnen ausgesprochen hoch: 68 Prozent geben an, Reparaturen selbst durchzuführen. 57 Prozent lassen ihr historisches Fahrzeug in einem Fachbetrieb im Inland reparieren. 27 Prozent greifen auf einen Bekannten oder Freund zurück, während nur 4 Prozent einen Fachbetrieb im Ausland nutzen.

Die Mehrfachnennungen zeigen dabei, dass unterschiedliche Reparaturformen parallel genutzt werden.

Für die österreichische Fachbetriebslandschaft bedeutet das: Die Oldtimerszene verfügt über eine starke Nachfrage nach heimischer Kompetenz, auch wenn viele BesitzerInnen gleichzeitig selbst Hand anlegen.

AUCH DAS UMFELD DES OLDTIMERS GENERIERT AUSGABEN

Die wirtschaftliche Wirkung des Hobbys reicht über das Fahrzeug selbst hinaus.

Bei den indirekten Ausgaben dominiert der Veranstaltungsbereich. 79 Prozent der ausgewiesenen indirekten Ausgaben entfallen auf den Eintritt als Zuschauer. Weitere 8 Prozent entfallen auf Startgelder und 9 Prozent auf Nächtigungen und Essen. Magazine und Zeitschriften, Bücher, Modellbau, Museen sowie digitale Medien machen jeweils kleinere Anteile aus.

Damit profitiert nicht nur die klassische Fahrzeugwirtschaft von der Oldtimerszene. Auch Veranstalter, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe, Museen und Medienangebote sind Teil dieses wirtschaftlichen Ökosystems.

REPAIRS AND RESTORATION AS AN IMPORTANT ECONOMIC FACTOR

The results also demonstrate the economic importance of specialist businesses and services. Historic vehicles often require a special form of maintenance and servicing, and a significant proportion of owners make use of professional services, at least to some extent.

At the same time, owners' own contributions are remarkably high: 68 percent state that they carry out repairs themselves. Fifty-seven percent have their historic vehicle repaired by a specialist business in Austria. Twenty-seven percent rely on an acquaintance or friend, while only 4 percent use a specialist business abroad.

The multiple responses show that different forms of repair are often used in parallel.

For Austria's specialist businesses, this means that the classic vehicle community represents strong demand for domestic expertise, even though many owners also carry out work themselves.

THE CLASSIC VEHICLE ENVIRONMENT ALSO GENERATES EXPENDITURE

The economic impact of the hobby extends beyond the vehicle itself.

Event-related spending dominates indirect expenditure. Seventy-nine percent of reported indirect expenditure is accounted for by admission fees for spectators. A further 8 percent is spent on entry fees and 9 percent on accommodation and food. Magazines and periodicals, books, model building, museums and digital media each account for smaller shares.

The classic vehicle community therefore benefits not only the traditional automotive sector. Event organisers, restaurants, accommodation providers, museums and media offerings are also part of this economic ecosystem.

DIE MEHRHEIT ERWARTET STABILE KOSTEN – VIER VON ZEHN RECHNEN MIT STEIGENDEN AUSGABEN

Wie entwickeln sich die persönlichen Kosten für historische Fahrzeuge?

Die Einschätzung der BesitzerInnen ist geteilt. 49 Prozent erwarten, dass ihre Ausgaben im kommenden Jahr in etwa gleich bleiben. Gleichzeitig rechnen 40 Prozent mit steigenden Kosten. Nur 11 Prozent gehen davon aus, dass ihre Ausgaben sinken werden.

EIN MARKT MIT HOHER EIGENLEISTUNG UND STARKER PRIVATER STRUKTUR

Ein besonderes Merkmal der finanziellen Dimension historischer Fahrzeuge ist die Mischung aus professionellen Dienstleistungen und erheblicher Eigenleistung.

THE MAJORITY EXPECT STABLE COSTS – FOUR IN TEN ANTICIPATE RISING EXPENDITURE

How will personal expenditure on historic vehicles develop?

Owners' expectations are divided. Forty-nine percent expect their expenditure to remain approximately the same over the coming year. At the same time, 40 percent anticipate rising costs. Only 11 percent expect their expenditure to decrease.

A MARKET CHARACTERISED BY SUBSTANTIAL OWNER INVOLVEMENT AND A STRONG PRIVATE STRUCTURE

A particular feature of the financial dimension of historic vehicles is the combination of professional services and substantial owner involvement.



Der Oldtimerbesitzer ist häufig gleichzeitig Kunde, Mechaniker, Restaurator und Marktteilnehmer. Fahrzeuge werden privat gekauft und verkauft, Reparaturen werden vielfach selbst durchgeführt und gleichzeitig werden Fachbetriebe im Inland stark genutzt. Die Studie zeichnet damit das Bild eines Marktes, der stark von persönlichem Engagement und direkten Kontakten geprägt ist.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Historische Fahrzeuge sind in Österreich ein bedeutender finanzieller Wirtschaftsfaktor. Die Studie zeigt einen Markt, der von beträchtlichen Fahrzeugwerten, regelmäßigen Ausgaben und einem lebhaften privaten An- und Verkauf geprägt ist.

Dabei ist der Oldtimerbereich wirtschaftlich besonders interessant, weil er mehrere Ebenen miteinander verbindet: Fahrzeughandel, Reparatur und Restaurierung, Versicherung, Treibstoff, Garagen und Lagerung sowie Veranstaltungen, Tourismus und Gastronomie.

Gleichzeitig unterscheidet sich dieser Markt deutlich vom klassischen Automobilgeschäft. Viele Transaktionen finden direkt zwischen Privatpersonen statt und ein großer Teil der technischen Arbeiten wird von den BesitzerInnen selbst erledigt. Dennoch greifen 57 Prozent zumindest auch auf Fachbetriebe im Inland zurück.

Die finanzielle Dimension des Oldtimerhobbys liegt daher nicht allein im Wert der Fahrzeuge. Sie entsteht vor allem durch die laufende Aktivität einer engagierten Szene, die ihre Fahrzeuge kauft, verkauft, repariert, restauriert, versichert, bewegt und bei Veranstaltungen präsentiert.

The classic vehicle owner is often simultaneously a customer, mechanic, restorer and market participant. Vehicles are frequently bought and sold privately, repairs are often carried out by the owners themselves, while specialist businesses in Austria are also used extensively. The study therefore paints a picture of a market strongly shaped by personal involvement and direct relationships.

KEY FINDINGS

Historic vehicles are a significant financial and economic factor in Austria. The study shows a market characterised by considerable vehicle values, regular expenditure and active private buying and selling.

The classic vehicle sector is economically particularly interesting because it connects several levels: vehicle trading, repair and restoration, insurance, fuel, garages and storage, as well as events, tourism and gastronomy.

At the same time, this market differs significantly from the conventional automotive business. Many transactions take place directly between private individuals and a large proportion of technical work is carried out by the owners themselves. Nevertheless, 57 percent also make use of specialist businesses in Austria.

The financial dimension of the classic vehicle hobby therefore lies not only in the value of the vehicles. Above all, it is generated by the ongoing activity of an engaged community that buys, sells, repairs, restores, insures, drives and showcases its vehicles at events.

OLDTIMER AUSTRIA

YOUNGTIMER NEW CLASSICS





PLATZ 1

Ist die Marke VW

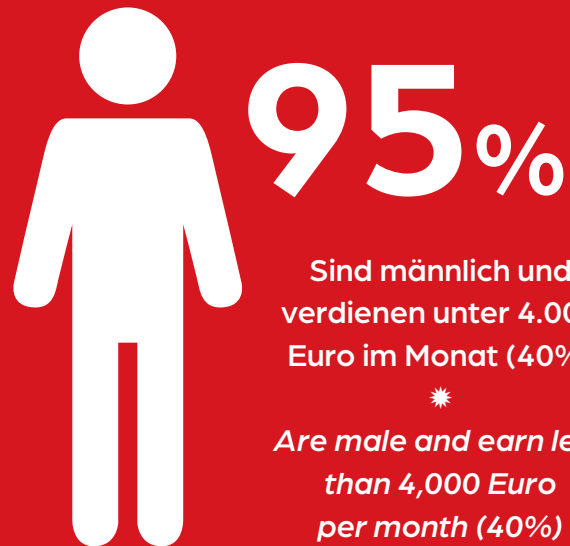
Is the brand VW

65% | 19%



Der Youngtimer BesitzerInnen sind unter 60 Jahre alt (19% unter 50)

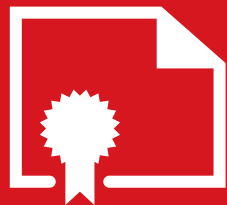
Youngtimer owners are under 60 years old (19% under 50)



95%

Sind männlich und verdienen unter 4.000 Euro im Monat (40%)

Are male and earn less than 4,000 Euro per month (40%)



66%

Auch Youngtimer (Automobile) sind gepflegt. 66% haben Zustandsnote 1 bzw. 2

Youngtimer (cars) are also well-maintained. 66% have a condition rating of 1 or 2

Der durchschnittliche Wert eines Youngtimers beträgt 15.500 Euro

The average value of a Youngtimer is 15,500 Euro



€ 15.500



1,6

Im Durchschnitt besitzen die Youngtimer Liebhaber 1,6 Fahrzeuge

On average, Youngtimer enthusiasts own 1,6 vehicles



94%

Der Youngtimer sind für den Straßenverkehr zugelassen

Of these Youngtimer are approved for use on public roads



77%

Der Youngtimer sind Automobile

Of the Youngtimer are cars

Youngtimer: Die historischen Fahrzeuge von morgen

New classics: The historic vehicles of tomorrow

Youngtimer gewinnen in Österreich zunehmend an Bedeutung. Die Studie zeigt, dass sie bereits einen festen Platz in der Oldtimer-Szene einnehmen und eine wichtige Brücke zwischen modernen Fahrzeugen und klassischen Oldtimern bilden.

YOUNGTIMER SIND BEREITS TEIL DER SZENE

38 Prozent der Befragten besitzen sowohl einen Oldtimer als auch einen Youngtimer. Weitere 4 Prozent besitzen ausschließlich einen Youngtimer, während 58 Prozent nur Oldtimer haben.

Die Youngtimer-Besitzer sind mit 95 Prozent überwiegend männlich. Bemerkenswert ist auch die Altersstruktur: Die größte Gruppe stellen mit 35 Prozent die 61- bis 70-Jährigen, gefolgt von den 51- bis 60-Jährigen mit 28 Prozent. Nur 2 Prozent sind jünger als 30 Jahre.

Youngtimer sind damit keineswegs ausschließlich ein Thema für jüngere Autofahrer. Vielmehr ergänzen auch erfahrene Oldtimer-Besitzer ihre Sammlungen um Fahrzeuge jüngerer Baujahrs.

AUTOS DOMINIEREN DEUTLICH

Youngtimer sind vor allem Automobile: 77 Prozent der Befragten besitzen einen Youngtimer-Pkw, 20 Prozent ein Motorrad und 3 Prozent ein anderes Fahrzeug.

Die meisten Besitzer haben eine überschaubare Sammlung. 65 Prozent besitzen einen Youngtimer, weitere 22 Prozent zwei Fahrzeuge. Im Durchschnitt entfallen 1,6 Youngtimer auf einen Besitzer.

Youngtimer are becoming increasingly important in Austria. The study shows that they have already established a firm place within the classic vehicle community and form an important bridge between modern vehicles and classic cars.

NEW CLASSICS ARE ALREADY PART OF THE COMMUNITY

38 percent of respondents own both a classic car and a youngtimer. A further 4 percent own exclusively a youngtimer, while 58 percent own only classic vehicles.

Youngtimer owners are predominantly male, at 95 percent. The age structure is also noteworthy: the largest group, at 35 percent, consists of people aged 61 to 70, followed by those aged 51 to 60 at 28 percent. Only 2 percent are younger than 30.

Youngtimers are therefore by no means exclusively a subject for younger drivers. Rather, experienced classic vehicle owners are also adding younger vehicles to their collections.

CARS CLEARLY DOMINATE

Youngtimers are primarily automobiles: 77 percent of respondents own a youngtimer passenger car, 20 percent own a motorcycle and 3 percent own another type of vehicle.

Most owners have a relatively small collection. Sixty-five percent own one youngtimer, while a further 22 percent own two vehicles. On average, each owner has 1.6 youngtimers.

BREITE MARKENVIELFALT

Bei den zugelassenen Youngtimer-Automobilen führt Volkswagen mit 26 Prozent, gefolgt von Audi mit 10 Prozent, Mercedes mit 9 Prozent und BMW mit 8 Prozent. Opel kommt auf 5 Prozent. Daneben verteilt sich der Bestand auf zahlreiche weitere Marken.

Auch bei den Motorrädern ist die Markenlandschaft vielfältig. Bei den zugelassenen Youngtimer-Motorrädern führt Honda mit 22 Prozent, vor Yamaha mit 16 Prozent sowie Suzuki und BMW mit jeweils 10 Prozent. Vor allem Fahrzeuge aus den späten 1990er- und frühen 2000er-Jahren

Die untersuchten Youngtimer stammen überwiegend aus dem Zeitraum 1996 bis 2006. Besonders stark vertreten sind Fahrzeuge aus den späten 1990er- und frühen 2000er-Jahren.

Damit wird eine Fahrzeuggeneration zunehmend vom ehemaligen Alltagsfahrzeug zum Liebhaber- und Sammlerobjekt.

YOUNGTIMER MIT BETRÄCHTLICHEM WERT

Auch wirtschaftlich sind Youngtimer relevant. Der durchschnittlich geschätzte Wert liegt bei 15.484 Euro.

Die Bandbreite zeigt, dass der Youngtimer-Markt weit über günstige ältere Fahrzeuge hinausgeht. Neben Fahrzeugen mit moderatem Wert gibt es bereits heute Youngtimer mit erheblichem Sammlerwert.

ÜBERWIEGEND GUTER ZUSTAND

Der Zustand der Fahrzeuge ist insgesamt sehr gut. Bei den Youngtimer-Autos werden 49 Prozent dem Zustand 1 und 31 Prozent dem Zustand 2 zugeordnet. Nur 2 Prozent befinden sich im Zustand 4; Fahrzeuge im Zustand 5 wurden nicht ausgewiesen.

Auch bei den Motorrädern zeigt sich ein positives Bild: 29 Prozent befinden sich im Zustand 1 und 50 Prozent im Zustand 2.

Youngtimer werden damit überwiegend gepflegt und erhalten und nicht lediglich als alte Fahrzeuge aufbewahrt.

A WIDE VARIETY OF BRANDS

Among registered youngtimer automobiles, Volkswagen leads with 26 percent, followed by Audi at 10 percent, Mercedes at 9 percent and BMW at 8 percent. Opel accounts for 5 percent. The remainder is distributed across numerous other brands.

The motorcycle market is similarly diverse. Among registered youngtimer motorcycles, Honda leads with 22 percent, followed by Yamaha at 16 percent, and Suzuki and BMW at 10 percent each.

Mainly vehicles from the late 1990s and early 2000s. The youngtimers examined in the study predominantly date from the period between 1996 and 2006. Vehicles from the late 1990s and early 2000s are particularly well represented.

As a result, a generation of vehicles is increasingly transitioning from former everyday transportation to collector and enthusiast vehicles.

NEW CLASSICS WITH CONSIDERABLE VALUE

New classics are also economically relevant. Their average estimated value is €15,484.

The range shows that the youngtimer market extends well beyond inexpensive older vehicles. Alongside vehicles of moderate value, there are already youngtimers with considerable collector value today.

PREDOMINANTLY IN GOOD CONDITION

Overall, the condition of the vehicles is very good. Among youngtimer cars, 49 percent are classified as Condition 1 and 31 percent as Condition 2. Only 2 percent are in Condition 4; no vehicles in Condition 5 were reported.

The motorcycles also show a positive picture: 29 percent are in Condition 1 and 50 percent in Condition 2.

New classics are therefore predominantly cared for and maintained rather than simply being kept as old vehicles.

DIE MEISTEN YOUNGTIMER SIND ZUGELASSEN

Die überwiegende Mehrheit der Youngtimer ist nach wie vor für den Straßenverkehr zugelassen. Bei den Autos sind es 96 Prozent, bei den Motorrädern 91 Prozent. Bei den sonstigen Fahrzeugen beträgt der Anteil 83 Prozent.

Youngtimer bleiben damit eng mit ihrem ursprünglichen Zweck verbunden: Sie sind nicht nur Sammlerstücke, sondern werden weiterhin auf der Straße bewegt.

MOST YOUNGTIMERS ARE STILL REGISTERED

The vast majority of youngtimers are still registered for road use. This applies to 96 percent of cars and 91 percent of motorcycles. Among other types of vehicles, the figure is 83 percent.

Youngtimers therefore remain closely connected to their original purpose: they are not merely collector's items but continue to be driven on the road.



ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Studie zeigt deutlich die wachsende Bedeutung der Youngtimer als historische Fahrzeuge von morgen. Sie sind bereits ein fester Bestandteil der österreichischen Oldtimer-Szene und werden häufig gemeinsam mit klassischen Oldtimern gehalten.

Der typische Youngtimer ist ein Fahrzeug aus den späten 1990er- oder frühen 2000er-Jahren, befindet sich überwiegend in gutem Zustand und ist weiterhin für den Straßenverkehr zugelassen. Gleichzeitig zeichnet sich der Bereich durch eine große Marken- und Wertvielfalt aus.

Youngtimer sind damit weit mehr als eine Übergangskategorie zwischen modernen Fahrzeugen und Oldtimern. Sie sind bereits heute ein etablierter Bestandteil der österreichischen Fahrzeugkultur - und ein wichtiger Blick auf die Zukunft der Oldtimer-Szene.

KEY FINDINGS

The study clearly demonstrates the growing importance of new classics as the historic vehicles of tomorrow. They are already an established part of Austria's classic vehicle community and are frequently owned alongside classic cars.

The typical youngtimer is a vehicle from the late 1990s or early 2000s, is predominantly in good condition and remains registered for road use. At the same time, the segment is characterised by a broad diversity of brands and values.

New classics are therefore far more than a transitional category between modern vehicles and classic cars. They are already an established part of Austria's automotive culture today - and provide an important glimpse into the future of the classic vehicle community.

OLDTIMER

AUSTRIA

OLDTIMERCLUBS

HISTORIC VEHICLE CLUBS



67%

Der OldtimerbesitzerInnen geben an in einem Club Mitglied zu sein

Classic car owners say they are members of a club

Der durchschnittliche Mitgliedsbeitrag pro Jahr beträgt

The average annual membership fee is

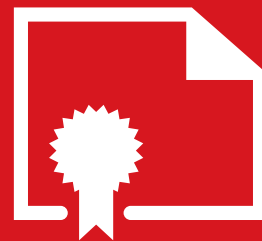


€ 46



Der Clubs haben eine Website

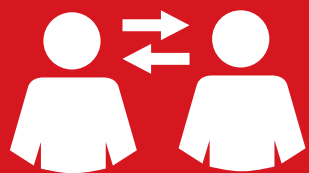
Of historic vehicle clubs have a website



Der Clubs existieren schon seit mehr als 30 Jahren

Of the clubs have been founded over 30 years ago

64%



93%

Sagen, Verbandsarbeit ist eine wichtige Aufgabe im Sinne der Interessenvertretung

It is said that association work is an important task in terms of advocating for interests



52%

Der Clubs haben Social Media Seiten

Of historic vehicle clubs have social Media pages



64% | 50%

Sehen das Fehlen von Mechanikern und Fachkräften als großes Problem, 50% fürchten gesetzlich Einschränkungen

See the shortage of mechanics and skilled workers as a major problem; 50% fear legal restrictions

Österreichs Oldtimerclubs: Engagiert, fachkundig und mit Blick auf die Zukunft

Historic vehicle clubs: committed, knowledgeable and looking to the future

Oldtimerclubs sind weit mehr als Zusammenschlüsse von Fahrzeugbesitzern. Sie bewahren technisches Wissen, halten historische Fahrzeuge auf der Straße und schaffen mit Ausfahrten, Clubabenden und Veranstaltungen eine lebendige Gemeinschaft. Das zeigt die aktuelle Befragung österreichischer Oldtimerclubs, bei der 56 Clubs Auskunft über ihre Struktur, Aktivitäten, Leistungen, Finanzierung und Zukunftsperspektiven gaben.

KLEINE CLUBS, GROSSE LEIDENSCHAFT

Die österreichische Clublandschaft ist überwiegend von überschaubaren Vereinen geprägt. Fast die Hälfte der befragten Clubs (49 Prozent) hat bis zu 50 Mitglieder, weitere 24 Prozent kommen auf 51 bis 100 Mitglieder. Im Durchschnitt zählt ein Club rund 90 Mitglieder. Gleichzeitig repräsentieren die Clubs im Schnitt etwa 250 historische Fahrzeuge.

Die Szene ist allerdings deutlich männlich geprägt: 80 Prozent der Mitglieder sind Männer, 20 Prozent Frauen. Das durchschnittliche Alter liegt bei 52 Jahren. Damit rückt die Frage nach der Gewinnung jüngerer Mitglieder zunehmend in den Mittelpunkt.

Auch die Fahrzeuge selbst zeigen die Vielfalt der Clublandschaft. 84 Prozent der Fahrzeuge werden als Oldtimer, 16 Prozent als Youngtimer angegeben. Jeder zweite Club konzentriert sich auf eine bestimmte Marke, 45 Prozent auf Fahrzeuge aus einem bestimmten Herkunftsland.

EHRENAMT ALS FUNDAMENT

Besonders deutlich wird die Bedeutung des persönlichen Engagements. 98 Prozent der Clubs haben keine eigenen Angestellten. Gleichzeitig verfügen 82 Prozent über ehrenamtliche Mitarbeiter: 41 Prozent nennen ein bis fünf freiwillig Engagierte, weitere 41 Prozent sechs bis zehn.

Classic car clubs are far more than associations of vehicle owners. They preserve technical knowledge, keep historic vehicles on the road and create a vibrant community through tours, club evenings and events. This is highlighted by the latest survey of Austrian classic car clubs, in which 56 clubs provided information on their structure, activities, services, financing and future prospects.

SMALL CLUBS, GREAT PASSION

Austria's classic car club landscape is predominantly made up of manageable-sized associations. Almost half of the clubs surveyed (49 percent) have up to 50 members, while a further 24 percent have between 51 and 100 members. On average, a club has around 90 members. At the same time, the clubs represent an average of around 250 historic vehicles.

The scene is, however, clearly male-dominated: 80 percent of members are men and 20 percent are women. The average age is 52. This makes attracting younger members an increasingly important issue.

The vehicles themselves also reflect the diversity of the club landscape. 84 percent of vehicles are classified as historic cars, while 16 percent are youngtimer. One in two clubs focuses on a particular make, while 45 percent specialize in vehicles from a specific country of origin.

VOLUNTEERS AS THE FOUNDATION

The importance of personal commitment is particularly evident here. 98 percent of clubs have no paid employees. At the same time, 82 percent have volunteers: 41 percent report that there are between one and five volunteers, while another 41 percent have between six and ten.

Das Ehrenamt ist damit die tragende Säule des Clublebens. Zugleich liegt darin eine Herausforderung: Wenn engagierte und erfahrene Mitglieder ausscheiden und keine Nachfolger gefunden werden, können auch bestehende Angebote und Aktivitäten unter Druck geraten.

ZWISCHEN STAMMLOKAL UND SOCIAL MEDIA

Das klassische Clubleben bleibt ausgesprochen wichtig. 86 Prozent der Clubs organisieren Ausfahrten, 75 Prozent Clubabende. 30 Prozent beteiligen sich an Messen oder Ausstellungen, 23 Prozent veranstalten Rallyes oder andere Veranstaltungen und 21 Prozent organisieren Charity-Veranstaltungen. Lediglich vier Prozent bieten keine der abgefragten Veranstaltungsformen an.

Gleichzeitig ist die Szene längst digital angekommen. 75 Prozent der Clubs verfügen über eine Website, 52 Prozent über Social-Media-Seiten. Für insgesamt 68 Prozent sind soziale Medien zumindest „eher wichtig“.

Eine besondere Rolle spielt die technische Kompetenz: 70 Prozent der Clubs bieten technische Beratung an. Reparaturen werden von 23 Prozent, der Verkauf von Ersatzteilen von 18 Prozent und Lager beziehungsweise Garagenplätze von 11 Prozent angeboten.

FINANZIERUNG BLEIBT MITGLIEDERSACHE

Finanziell stehen die Clubs überwiegend auf einer klassischen Basis. 84 Prozent nennen Mitgliedsbeiträge als Einnahmequelle. Veranstaltungen tragen bei 25 Prozent zur Finanzierung bei, Sponsoring und sonstige Einnahmen jeweils bei 16 Prozent. Der durchschnittliche Jahresbeitrag liegt bei 46 Euro; bei 70 Prozent der Clubs beträgt er mehr als 50 Euro.

Auch die räumliche Ausstattung macht deutlich, dass es sich meist um kleinere, ehrenamtlich organisierte Strukturen handelt: 68 Prozent verfügen über ein Stammlokal, 61 Prozent über ein Clubarchiv. Eine eigene Garage mit Lagerflächen haben 20 Prozent, ein eigenes Vereinslokal lediglich neun Prozent.

Voluntary commitment is therefore the backbone of club life. At the same time, this represents a challenge: when committed and experienced members leave and no successors can be found, existing services and activities may also come under pressure.

FROM CLUB MEETING PLACES TO SOCIAL MEDIA

Traditional club life remains extremely important. 86 percent of clubs organize tours, while 75 percent hold club evenings. 30 percent take part in trade fairs or exhibitions, 23 percent organise rallies or other events, and 21 percent organize charity events. Only four percent offer none of the types of events covered by the survey.

At the same time, the scene has long embraced the digital world. 75 percent of clubs have a website and 52 percent have social media pages. Overall, 68 percent consider social media at least “rather important”.

Technical expertise plays a particularly important role: 70 percent of clubs offer technical advice. Repairs are provided by 23 percent, the sale of spare parts by 18 percent, and storage or garage spaces by 11 percent.

MEMBERSHIP FEES REMAIN THE MAIN SOURCE OF FUNDING

Financially, the clubs largely rely on traditional sources. 84 percent cite membership fees as a source of income. Events contribute to financing for 25 percent of clubs, while sponsorship and other sources each account for 16 percent. The average annual membership fee is €46; for 70 percent of clubs, the annual fee is no more than €50.

The physical infrastructure also underlines the fact that these are generally smaller, volunteer-run organisations: 68 percent have a regular meeting place, while 61 percent have a club archive. 20 percent have their own garage with storage facilities, while only nine percent have their own clubhouse.

ZUKUNFT MIT FRAGEZEICHEN

Beim Blick nach vorne wird das Bild ambivalenter. In den vergangenen Jahren konnten 34 Prozent der Clubs ihre Mitgliederzahl steigern, bei 39 Prozent blieb sie stabil und bei 27 Prozent ging sie zurück. Für die kommenden Jahre erwarten dagegen nur noch 29 Prozent eine wachsende Mitgliederzahl. 39 Prozent rechnen mit Stabilität, während 32 Prozent von einem Rückgang ausgehen.

Damit sieht knapp ein Drittel der Clubs eine Verkleinerung auf sich zukommen. In Verbindung mit dem Durchschnittsalter von 52 Jahren und der stark männlich geprägten Mitgliederstruktur wird die Nachwuchsgewinnung zu einer zentralen Zukunftsaufgabe. Die Befragung gibt allerdings keinen Aufschluss darüber, welche konkreten Maßnahmen die Clubs derzeit zur Gewinnung jüngerer Mitglieder einsetzen.

FACHKRÄFTEMANGEL BEREITET DIE GRÖSSTEN SORGEN

Noch deutlicher fallen die Antworten auf die Frage nach den künftigen Problemen der Oldtimerszene aus. 64 Prozent der Clubs sehen im Fehlen ausgebildeter Mechaniker und anderer Fachkräfte eine Herausforderung. Für 50 Prozent sind gesetzliche Regeln, die die Nutzung von historischen Fahrzeugen einschränken könnten, ein Problem. 41 Prozent nennen Umwelt- oder Klimaüberlegungen. Fehlendes Interesse in der Bevölkerung sehen dagegen lediglich 11 Prozent als Herausforderung.

Damit steht weniger die Begeisterung für historische Fahrzeuge als vielmehr die Frage im Vordergrund, ob künftig genügend Fachwissen und handwerkliche Kompetenz vorhanden sein werden, um die Fahrzeuge zu erhalten und zu betreuen.

HOHE BEDEUTUNG DER INTERESSENVERTRETUNG

Eine wichtige Rolle kommt dabei der Verbandsarbeit zu. Der ÖMVV ist laut Befragung allen Clubs bekannt, KHMÖ sowie AMV/ÖGHK erreichen jeweils eine Bekanntheit von 93 Prozent. 80 Prozent der Clubs werden über Verbandsaktivitäten informiert.

AN UNCERTAIN FUTURE

The outlook becomes more ambivalent when looking ahead. In recent years, 34 percent of clubs have increased their membership, 39 percent have remained stable and 27 percent have experienced a decline. For the coming years, however, only 29 percent expect their membership to grow. 39 percent anticipate stability, while 32 percent expect a decline.

This means that almost one third of clubs foresee a reduction in membership. Combined with an average member age of 52 and a strongly male-dominated membership structure, attracting younger members is becoming a key challenge for the future. However, the survey does not provide information on which specific measures clubs are currently using to attract younger members.

LACK OF SKILLED SPECIALISTS IS THE BIGGEST CONCERN

The responses concerning future challenges for the classic car scene are even more striking. 64 percent of clubs see a lack of qualified mechanics and other skilled specialists as a challenge. For 50 percent, legislation that could restrict the use of historic vehicles is a concern. 41 percent cite environmental or climate considerations. By contrast, only 11 percent see a lack of public interest as a challenge.

The key issue is therefore less about enthusiasm for historic vehicles and more about whether sufficient technical expertise and practical skills will be available in the future to maintain and preserve these vehicles.

STRONG IMPORTANCE OF INDUSTRY REPRESENTATION

Federations and industry representation also play an important role. According to the survey, the ÖMVV is known to all clubs, while the KHMÖ and AMV/ÖGHK each have an awareness level of 93 percent. 80 percent of clubs receive information about federation activities.

Die Bedeutung der Interessenvertretung wird besonders hoch eingeschätzt: 95 Prozent halten die Verbandsarbeit für wichtig. Angesichts der von den Clubs genannten gesetzlichen sowie umwelt- und klimapolitischen Herausforderungen erhält die gemeinsame Interessenvertretung damit zusätzliches Gewicht.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Befragung zeichnet das Bild einer aktiven, fachlich orientierten und stark vom Ehrenamt getragenen Oldtimerclub-Szene. Die Clubs leisten einen wichtigen Beitrag zum Erhalt historischer Fahrzeuge, zur Weitergabe technischen Wissens und zur Pflege einer lebendigen Fahr- und Gemeinschaftskultur.

Gleichzeitig stehen sie vor einer entscheidenden Zukunftsfrage: Wie lässt sich die Begeisterung für historische Fahrzeuge an die nächste Generation weitergeben? Nachwuchsgewinnung, die Sicherung technischen Fachwissens und die Stärkung des ehrenamtlichen Engagements werden damit zu den zentralen Aufgaben. Hinzu kommt die Notwendigkeit einer starken Interessenvertretung angesichts möglicher regulatorischer und umweltpolitischer Veränderungen.

Die Ergebnisse zeigen damit deutlich: Die österreichische Oldtimerszene ist heute gut organisiert und aktiv - ihre langfristige Zukunft entscheidet sich jedoch daran, ob es gelingt, Menschen, Wissen und Engagement für die nächste Generation zu gewinnen.

The importance of interest representation is rated particularly highly: 95 percent consider the work of the federation important. In view of the regulatory, environmental and climate-related challenges identified by the clubs, joint representation of the interests of the classic car community is therefore becoming even more important.

KEY FINDINGS

The survey paints a picture of an active, technically oriented classic car club scene that relies heavily on voluntary commitment. The clubs make an important contribution to preserving historic vehicles, passing on technical knowledge and maintaining a vibrant driving and community culture.

At the same time, they face a crucial question for the future: How can enthusiasm for historic vehicles be passed on to the next generation? Attracting younger members, preserving technical expertise and strengthening voluntary engagement will therefore be among the key priorities. Added to this is the need for strong representation of interest in the face of potential regulatory and environmental policy changes.

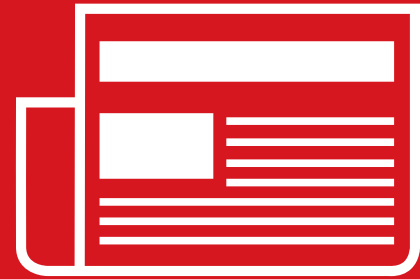
The results therefore clearly show: Austria's classic car scene is well organized and active today - but its long-term future will depend on its ability to attract and retain the people, knowledge and commitment needed for the next generation.

OLDTIMER AUSTRIA

MEDIEN & VERANSTALTUNGEN

MEDIA & EVENTS





42% | 47%

Print 42% und Internet (Webseiten und Social Media) 47% sind Hauptinformationsquellen

Print 42% and the Internet (Websites and social media) 47% are the main sources of information



76%

Für 76% ist die Möglichkeit das historische Fahrzeug zu benutzen Hauptgrund für eine Teilnahme an Veranstaltungen

For 76%, the opportunity to drive the historic vehicle is the main reason for participating



53%

Übernachten im Zuge einer Veranstaltung mindestens eine Nacht auswärts, in einem Hotel (67%)

Staying overnight as part of an event for at least one night away from home, in a hotel (67%)

84%



Der OldtimerbesitzerInnen besuchen mindestens 1 Oldtimer-Veranstaltung pro Jahr

Of classic car owners attend at least one classic car event per year



Besuchen Veranstaltungen innerhalb eines Umkreises von 150km vom Wohnort

Attend events within a 150-kilometer radius of their place of residence

Medien & Veranstaltungen: Die Szene lebt von Information und persönlichem Austausch

Media & events: the community thrives on information and personal interaction

Veranstaltungen und Medien spielen eine zentrale Rolle für die österreichische Oldtimer-Szene. Die Ergebnisse der Studie zeigen eine aktive und gut vernetzte Community, in der sowohl klassische Fachmedien als auch digitale Angebote und persönliche Empfehlungen eine wichtige Rolle spielen.

VERANSTALTUNGEN SIND EIN WICHTIGER BESTANDTEIL DES HOBBYS

Die Mehrheit der Befragten besucht regelmäßig Veranstaltungen rund um historische Fahrzeuge. Innerhalb der vergangenen zwölf Monate haben 84 Prozent zumindest eine entsprechende Veranstaltung besucht. 42 Prozent waren sogar bei vier oder mehr Veranstaltungen. Gleichzeitig geben 16 Prozent an, in diesem Zeitraum keine Veranstaltung besucht zu haben.

Bei der Auswahl einer Veranstaltung steht vor allem die Möglichkeit im Mittelpunkt, das eigene historische Fahrzeug tatsächlich zu nutzen. Für 76 Prozent ist dies sehr oder eher wichtig. Ebenfalls hohe Bedeutung haben der Charakter der Veranstaltung sowie die Entfernung zum Wohnort. Das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Möglichkeit, Freunde und Familie einzubeziehen, sind für jeweils knapp die Hälfte der Befragten wichtige Kriterien.

Eine Veranstaltung, die speziell auf die eigene Automarke ausgerichtet ist, spielt hingegen eine vergleichsweise geringere Rolle.

DIE MEISTEN VERANSTALTUNGEN FINDEN IN ÖSTERREICH STATT

Die Verbundenheit mit regionalen Veranstaltungen zeigt sich auch beim Veranstaltungsort: 79 Prozent der wichtigsten Veranstaltungen, an denen die Befragten in den vergangenen zwölf Monaten teilgenommen haben, fanden in Österreich statt.

Events and media play a central role in Austria's classic vehicle community. The study results show an active and well-connected community in which both traditional specialist media and digital services, as well as personal recommendations, play an important role.

EVENTS ARE AN IMPORTANT PART OF THE HOBBY

The majority of respondents regularly attend events related to historic vehicles. Over the past twelve months, 84 percent attended at least one such event. As many as 42 percent attended four or more events. At the same time, 16 percent stated that they had not attended any event during this period.

When choosing an event, the opportunity to actually use one's own historic vehicle is the most important consideration. For 76 percent, this is very or rather important. The character of the event and the distance from the respondent's place of residence are also highly significant. Value for money and the opportunity to involve friends and family are important criteria for almost half of respondents.

An event specifically dedicated to the respondent's own vehicle brand, on the other hand, is of comparatively lower importance.

MOST EVENTS TAKE PLACE IN AUSTRIA

The strong connection to regional events is also reflected in their location: 79 percent of the most important events attended by respondents over the past twelve months took place in Austria. Twenty percent were events elsewhere in Europe, while only one percent took place outside Europe.

20 Prozent entfielen auf Veranstaltungen in Europa außerhalb Österreichs, lediglich ein Prozent fand außerhalb Europas statt.

Dabei sind die Teilnehmer durchaus bereit, für besondere Veranstaltungen weitere Wege auf sich zu nehmen. 31 Prozent der wichtigsten Veranstaltungen lagen weniger als 50 Kilometer vom Heimatort entfernt, während 27 Prozent sogar 250 Kilometer oder mehr entfernt waren.

VERANSTALTUNGEN SCHAFFEN AUCH TOURISTISCHE NACHFRAGE

Oldtimer-Veranstaltungen haben zudem eine wirtschaftliche und touristische Dimension. 53 Prozent der Befragten, die an Veranstaltungen teilgenommen haben, übernachteten dabei auswärts. Bei den übrigen Teilnehmern waren längere Aufenthalte keine Seltenheit.

Wer im Rahmen einer Veranstaltung übernachtet, bevorzugt deutlich das Hotel: 67 Prozent nannten diese Unterkunftsform. 18 Prozent übernachteten in einer Frühstückspension, 8 Prozent nutzten Campingmöglichkeiten. Weitere Übernachtungen erfolgten bei Freunden oder in sonstigen Unterkünften.

KLASSISCHE FACHMEDIEN BLEIBEN RELEVANT

Bei der Information über historische Fahrzeuge und Veranstaltungen zeigt sich ein interessantes Zusammenspiel von klassischen und digitalen Medien.

Bei den Oldtimermagazinen liegen *Austro Classic* und *Oldtimer Markt/Oldtimer Praxis* mit 30 Prozent an der Spitze. Weitere Fachzeitschriften wie *Motor Klassik* (8 Prozent) sowie Clubzeitungen werden kaum genutzt. Über alles geben 42 Prozent der Befragten an, sich über Printmedien zu informieren, 47 Prozent über das Internet. Eine weitgehende Parallelnutzung ist anzunehmen.

Auch im Internet ist das Informationsangebot stark fragmentiert. Verschiedene Clubseiten und Foren kommen auf 20 Prozent der Nennungen, Webseiten verschiedener Oldtimer-Magazine auf 18 Prozent. Allgemeine Internetsuchen und verschiedene weitere Webseiten spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Participants are nevertheless willing to travel longer distances for special events. Thirty-one percent of the most important events were located less than 50 kilometres from their place of residence, while 27 percent were even 250 kilometres or more away.

EVENTS ALSO GENERATE TOURISM DEMAND

Classic vehicle events also have an economic and tourism dimension. However, 53 percent of respondents who attended events stay overnight away from home. Among the remaining participants, longer stays were not uncommon.

Among those who stayed overnight as part of an event, hotels were clearly the preferred form of accommodation: 67 percent named a hotel. Eighteen percent stayed in a bed-and-breakfast or guesthouse, while 8 percent used camping facilities. Other overnight stays took place with friends or in other types of accommodation.

TRADITIONAL SPECIALIST MEDIA REMAIN RELEVANT

Information about historic vehicles and events reveals an interesting interplay between traditional and digital media.

*Among classic vehicle magazines, *Austro Classic* and *Oldtimer Markt/Oldtimer Praxis* dominate with 30 percent. Other specialist magazines such as *Motor Klassik* (8 percent), as well as club magazines, are rarely used. Overall, 42 per cent of those surveyed stated, that they obtain their information from print media, whilst 47 per cent do so via the internet. It can be assumed that these sources are largely used in parallel.*

Online, too, the information landscape is highly fragmented. Various club websites and forums account for 20 percent of mentions, while websites of various classic vehicle magazines account for 18 percent. General internet searches and various other websites also play an important role.

FACEBOOK DOMINIERT DIE SOZIALEN MEDIEN

Bei den sozialen Medien zeigt sich ein besonders klares Bild: Facebook ist mit 61 Prozent der Nennungen mit großem Abstand die wichtigste Plattform für Informationen rund um historische Fahrzeuge und Veranstaltungen.

Es folgen Instagram mit 14 Prozent sowie verschiedene Oldtimer-Seiten und Foren beziehungsweise WhatsApp und X mit jeweils 10 Prozent. YouTube kommt auf 6 Prozent.

Damit bleibt Facebook trotz der zunehmenden Bedeutung anderer digitaler Plattformen ein besonders wichtiger Kommunikationskanal innerhalb der Oldtimer-Community.

FACEBOOK DOMINATES SOCIAL MEDIA

Social media presents a particularly clear picture: with 61 percent of mentions, Facebook is by far the most important platform for information about historic vehicles and events.

It is followed by Instagram at 14 percent, while various classic vehicle websites and forums, as well as WhatsApp and X, each account for 10 percent. YouTube accounts for 6 percent.

Despite the growing importance of other digital platforms, Facebook therefore remains a particularly important communication channel within the classic vehicle community.



DIE SZENE INFORMIERT SICH AUCH ÜBER IHRE EIGENEN NETZWERKE

Eine weitere Besonderheit zeigt sich bei den persönlichen und gemeinschaftlichen Informationsquellen. Clubs, Foren und Vereine sind mit 62 Prozent der Nennungen die mit Abstand wichtigste Quelle in diesem Bereich. 21 Prozent informieren sich über Empfehlungen von Freunden. Newsletter und Werbung erreichen 13 Prozent.

Das unterstreicht die Bedeutung der persönlichen Vernetzung: Die Oldtimer-Szene funktioniert nicht nur über Medien und digitale Plattformen, sondern wesentlich auch über Clubs, Vereine, Foren und den direkten Austausch unter Gleichgesinnten.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Ergebnisse zeichnen das Bild einer aktiven, mobilen und gut vernetzten Oldtimer-Community. Veranstaltungen sind für viele Besitzer ein wesentlicher Bestandteil des Hobbys - insbesondere dann, wenn sie die Möglichkeit bieten, das eigene historische Fahrzeug zu nutzen.

Gleichzeitig zeigt sich eine starke Verbindung von klassischen Fachmedien, digitalen Informationsangeboten und persönlicher Kommunikation. Während etablierte Oldtimer-Magazine weiterhin eine wichtige Informationsfunktion erfüllen, haben sich Webseiten, soziale Medien und Online-Foren zu festen Bestandteilen der Szene entwickelt.

Besonders prägend bleiben jedoch die persönlichen Netzwerke: Clubs, Vereine, Foren und Empfehlungen von Freunden bilden einen wesentlichen Teil der Informations- und Kommunikationsstruktur der österreichischen Oldtimer-Szene. Damit zeigt die Studie, dass die Faszination für historische Fahrzeuge nicht nur über Medien vermittelt wird, sondern vor allem durch gemeinsames Erleben, Veranstaltungen und den persönlichen Austausch lebendig bleibt.

THE COMMUNITY ALSO RELIES ON ITS OWN NETWORKS

Another distinctive feature can be seen in personal and community-based information sources. Clubs, forums and associations are by far the most important source in this area, accounting for 62 percent of mentions. Twenty-one percent obtain information through recommendations from friends. Newsletters and advertising reach 13 percent.

This underlines the importance of personal networking: the classic vehicle community does not operate solely through media and digital platforms, but to a significant extent also through clubs, associations, forums and direct interaction among like-minded enthusiasts.

KEY FINDINGS

The results paint a picture of an active, mobile and well-connected classic vehicle community. Events are an essential part of the hobby for many owners - particularly when they provide the opportunity to use their own historic vehicle.

At the same time, there is a strong connection between traditional specialist media, digital information services and personal communication. While established classic vehicle magazines continue to fulfil an important information function, websites, social media and online forums have become established elements of the community.

Personal networks remain particularly influential: clubs, associations, forums and recommendations from friends form a fundamental part of the information and communication structure of Austria's classic vehicle community. The study therefore shows that the fascination with historic vehicles is conveyed not only through the media, but above all remains vibrant through shared experiences, events and personal interaction.

OLDTIMER AUSTRIA

ÖSTERREICHS OLDTIMERBRANCHE HISTORIC VEHICLE COMPANIES OF AUSTRIA



787 MIO

Wirtschaftsleistung im Zusammenhang
mit historischen Fahrzeugen

*Economic Activity Related to
Historic Vehicles*

90%

Sind mit der
Geschäftsentwicklung zufrieden

*Are satisfied with their
business development*



54%

Der Betriebe erwarten steigende Umsätze
Of businesses expect rising turnover



62%

Denken, dass Gesetzesänderungen
den Unternehmen
Probleme bereiten werden

*That changes to legislation will
cause problems for businesses*



90%

Der Unternehmer sehen die größten
Schwierigkeiten darin,
geeignetes Personal zu finden

*Of business owners see finding suitable
staff as the biggest challenge*



78%

Der Betriebe haben mehr
als 30 Jahre Erfahrung

*of businesses have more
than 30 years of experience*



80%

Sehen ein eigenes Berufsbild
des Kfz-Technikers für historische
Fahrzeuge als wichtig an

*Consider a distinct job description
for automotive technicians specializing
in historic vehicles to be important*

Etabliert, zufrieden und mit positiven Zukunftserwartungen

Established, satisfied and optimistic about the future

Unternehmen sehen historische Fahrzeuge als wichtigen Wirtschaftsfaktor. Gleichzeitig werden Fachkräftemangel und regulatorische Rahmenbedingungen als zentrale Herausforderungen wahrgenommen. Eine gezielte Ausbildung für Kfz-Techniker historischer Fahrzeuge findet breite Zustimmung.

Die österreichische Oldtimerbranche ist wirtschaftlich gut etabliert und blickt überwiegend optimistisch in die Zukunft. Das zeigt die Befragung von 50 Unternehmen, die im Rahmen der Studie zur österreichischen Oldtimerszene durchgeführt wurde. Für einen großen Teil der Betriebe sind historische Fahrzeuge ein wesentlicher Bestandteil des Geschäfts: 42 Prozent erzielen nach eigener Einschätzung zwischen 81 und 100 Prozent ihres Geschäftsanteils mit historischen Fahrzeugen, weitere 12 Prozent zwischen 61 und 80 Prozent. Gleichzeitig verfügt die Branche über langjährige Erfahrung. 78 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen sich bereits seit mehr als 30 Jahren mit historischen Fahrzeugen.

HOHE ZUFRIEDENHEIT MIT DEM OLDTIMER-GESCHÄFT

Die Zufriedenheit der Unternehmen mit ihrem Oldtimer-Geschäft ist ausgesprochen hoch. 34 Prozent vergeben die Schulnote 1, weitere 40 Prozent die Note 2. Damit beurteilen nahezu drei Viertel der Befragten ihre Geschäftstätigkeit im Bereich historischer Fahrzeuge mit „sehr gut“ oder „gut“. Nur 10 Prozent vergeben eine Note schlechter als 3.

Auch internationale Kunden sind für die Branche von Bedeutung. Bei 69 Prozent der Unternehmen machen aber ausländische Kunden weniger als 30 Prozent des Umsatzes aus. Gleichzeitig erzielen 23 Prozent bereits zwischen 30 und 59 Prozent ihres Umsatzes mit ausländischen Kunden, bei 6 Prozent liegt dieser Anteil sogar zwischen 60 und 100 Prozent.

Businesses see historic vehicles as an important economic factor. At the same time, the shortage of skilled workers and the regulatory framework are perceived as key challenges. There is broad support for targeted training for technicians specialising in historic vehicles.

Austria's classic car industry is well established economically and is looking to the future with considerable optimism. This is shown by a survey of 50 businesses conducted as part of the study of Austria's classic car scene. For a large proportion of businesses, historic vehicles are a significant part of their operations: 42 percent estimate that historic vehicles account for between 81 and 100 percent of their business, while a further 12 percent put the figure at between 61 and 80 percent. The industry also has many years of experience: 78 percent of the businesses surveyed have been working with historic vehicles for more than 30 years.

HIGH SATISFACTION WITH THE CLASSIC CAR BUSINESS

Satisfaction among businesses with their classic car operations is exceptionally high. 34 percent give their business a grade of 1, while a further 40 percent give it a grade of 2. This means that almost three quarters of respondents rate their business activities involving historic vehicles as "very good" or "good". Only 10 percent give a grade below 3.

International customers also play an important role in industry. But for 69 percent of businesses, foreign customers account for less than 30 percent of turnover. At the same time, 23 percent already generate between 30 and 59 percent of their turnover from foreign customers, while for 6 percent this share is between 60 and 100 percent.

FACHKRÄFTEMANGEL ALS GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG

Als deutlichstes Zukunfts- und Branchenproblem erweist sich der Mangel an qualifizierten Mitarbeitern. 52 Prozent der Unternehmen sehen Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Fachkräften eindeutig als Problem, weitere 38 Prozent stimmen dieser Einschätzung eher zu. Damit sehen insgesamt 90 Prozent der Befragten eine Herausforderung bei der Suche nach qualifiziertem Personal.

Die Problematik zeigt sich auch unmittelbar in den Betrieben: 32 Prozent hatten in den vergangenen Jahren Schwierigkeiten, qualifizierte Mitarbeiter für den Bereich historische Fahrzeuge anzustellen. Gleichzeitig planen nur 18 Prozent der Unternehmen, künftig Mechaniker-Lehrlinge auszubilden.

Eine gezielte Ausbildung für Kfz-Techniker im Bereich historischer Fahrzeuge wird hingegen klar befürwortet. 50 Prozent halten eine entsprechende Lehrlingsausbildung für sehr wichtig, weitere 30 Prozent für wichtig. Insgesamt sprechen sich damit 80 Prozent der Unternehmen für eine gezielte Ausbildung aus. 62 Prozent sind zudem der Ansicht, dass ein eigener Lehrberuf für Kfz-Techniker historischer Fahrzeuge junge Menschen stärker für diesen Beruf interessieren könnte.

REGULIERUNG ALS WEITERER WICHTIGER FAKTOR

Neben dem Fachkräftemangel beschäftigen die Unternehmen insbesondere gesetzliche Rahmenbedingungen. 62 Prozent sehen Gesetze und Richtlinien, die den Gebrauch von historischen Fahrzeugen einschränken, zumindest eher als Problem. Regelungen mit Auswirkungen auf Autohandel, Werkstätten und andere Betriebe werden von insgesamt 56 Prozent als eindeutig oder eher problematisch bewertet. Die Konkurrenz aus dem Ausland wird demgegenüber weniger häufig als unmittelbares Problem wahrgenommen.

SHORTAGE OF SKILLED WORKERS AS THE BIGGEST CHALLENGE

The shortage of qualified employees emerges as the most significant current and future challenge facing the industry. 52 percent of businesses clearly see difficulties in recruiting skilled workers as a problem, while a further 38 percent tend to agree. Overall, 90 percent of respondents therefore see challenges in finding qualified personnel.

The issue is also directly evident within the businesses themselves: 32 percent have experienced difficulties in recent years in recruiting qualified employees for the historic vehicle sector. At the same time, only 18 percent of businesses plan to train apprentices as mechanic technicians in the future.

Targeted training for automotive technicians specializing in historic vehicles, however, receives clear support. 50 percent consider such apprenticeship training very important, while a further 30 percent consider it important. Overall, 80 percent of businesses therefore support targeted training. In addition, 62 percent believe that a dedicated vocational qualification for automotive technicians specializing in historic vehicles could make the profession more attractive to young people.

REGULATION AS ANOTHER KEY FACTOR

In addition to the shortage of skilled workers, businesses are particularly concerned about the legal framework. 62 percent see laws and regulations restricting the use of historic vehicles as at least a potential problem. Regulations affecting car dealerships, workshops and other businesses are considered clearly or potentially problematic by a total of 56 percent. By comparison, competition from abroad is less frequently perceived as an immediate problem.

OPTIMISTISCHER BLICK IN DIE ZUKUNFT

Trotz dieser Herausforderungen ist die Stimmung in der Branche positiv. 80 Prozent der Unternehmen erwarten, dass sich die Oldtimerbranche in Zukunft verändern wird, davon rechnen 30 Prozent mit starken und 50 Prozent mit geringeren Veränderungen. Nur 20 Prozent erwarten keine Veränderung.

Noch deutlicher fällt die Einschätzung der Umsatzentwicklung aus: 40 Prozent erwarten einen starken Anstieg des zukünftigen Umsatzes, weitere 38 Prozent einen Anstieg. 16 Prozent rechnen mit einem gleichbleibenden Umsatz, lediglich 6 Prozent erwarten einen Rückgang. Damit gehen insgesamt 78 Prozent der befragten Unternehmen von einer positiven Umsatzentwicklung aus.

Der Umsatz im Oldtimerbereich liegt bei 76 Prozent der befragten Unternehmen bei bis zu 500.000 Euro. 22 Prozent erzielen zwischen 500.000 und 1,5 Millionen Euro, 2 Prozent mehr als 1,5 Millionen Euro. Gleichzeitig sehen die Unternehmen einen Teil des österreichischen Werkstättenumsatzes durch ausländische Konkurrenz gefährdet.

AN OPTIMISTIC OUTLOOK FOR THE FUTURE

Despite these challenges, sentiment within the industry is positive. 80 percent of businesses expect the classic car industry to change in the future, with 30 percent anticipating major changes and 50 percent expecting more limited changes. Only 20 percent expect no change.

Expectations regarding future turnover are even more positive: 40 percent expect a significant increase in future turnover, while a further 38 percent expect an increase. 16 percent anticipate turnover remaining stable, while only 6 percent expect a decline. Overall, 78 percent of the businesses surveyed expect positive turnover growth.

Turnover in the classic car sector is up to 500,000 euros for 76 percent of the businesses surveyed. 22 percent is generated between 500,000 and 1.5 million euros, while 2 percent report turnover of more than 1.5 million euros. At the same time, businesses believe that a share of turnover generated by Austrian workshops is at risk from foreign competition.



INTERNATIONALES ERSATZTEILGESCHÄFT

Auch beim Einkauf von Ersatzteilen zeigt sich die internationale Vernetzung der Branche. Von den Unternehmen, die entsprechende Angaben machten, kauften 74 Prozent Ersatzteile im Wert von bis zu 500.000 Euro in Österreich, 26 Prozent zwischen 500.000 und 1,5 Millionen Euro. Beim Einkauf im Ausland liegen 76 Prozent ebenfalls bei bis zu 500.000 Euro, 21 Prozent zwischen 500.000 und 1,5 Millionen Euro und 3 Prozent über 1,5 Millionen Euro.

ZENTRALE ERKENNTNISSE

Die Unternehmensbefragung zeichnet das Bild einer etablierten, wirtschaftlich relevanten und überwiegend zuversichtlichen Oldtimerbranche. Historische Fahrzeuge bilden für viele Betriebe einen wesentlichen Teil ihrer Geschäftstätigkeit, die Zufriedenheit ist hoch und die Erwartungen an die Umsatzentwicklung sind positiv.

Gleichzeitig steht die Branche vor einer zentralen Aufgabe: der Sicherung und Weitergabe des technischen Fachwissens. Der ausgeprägte Fachkräftemangel und die hohe Zustimmung zu einer spezialisierten Ausbildung für Kfz-Techniker historischer Fahrzeuge machen deutlich, dass die Nachwuchsfrage zu den entscheidenden Themen der kommenden Jahre gehört. Daneben werden geeignete gesetzliche und regulatorische Rahmenbedingungen als wichtige Voraussetzung für die weitere Entwicklung der Branche gesehen.

Damit ergeben sich zwei zentrale Perspektiven für die Zukunft: Fachwissen und handwerkliche Kompetenz müssen gesichert und an die nächste Generation weitergegeben werden - gleichzeitig braucht die Branche Rahmenbedingungen, die ihr wirtschaftliches Potenzial weiter zur Geltung bringen.

INTERNATIONAL SPARE PARTS BUSINESS

The international nature of the industry is also reflected in spare parts purchasing. Among the businesses that provided relevant information, 74 percent purchase spare parts worth up to 500,000 euros in Austria, while 26 percent purchase between 500,000 and 1.5 million euros domestically. For purchases abroad, 76 percent likewise spend up to 500,000 euros, 21 percent between 500,000 and 1.5 million euros, and 3 percent more than 1.5 million euros.

KEY FINDINGS

The business survey paints a picture of an established, economically significant and predominantly confident classic car industry. Historic vehicles account for a substantial share of business activity for many companies, satisfaction is high, and expectations regarding future turnover are positive.

At the same time, the industry faces a key task: preserving and passing on technical expertise. The pronounced shortage of skilled workers and the strong support for specialized training for automotive technicians working with historic vehicles clearly demonstrate that attracting and training the next generation will be one of the decisive issues in the years ahead. Appropriate legal and regulatory conditions are also seen as an important prerequisite for the continued development of the industry.

Two key perspectives therefore emerge for the future: technical expertise and craftsmanship must be preserved and passed on to the next generation, while at the same time the industry needs conditions that allow its economic potential to continue to develop.

OLDTIMER AUSTRIA

WIRTSCHAFTLICHE BERECHNUNGEN

ECONOMIC CALCULATIONS

10



€ 6,2 MRD

Beträgt der Bestandwert historischer Fahrzeuge in privaten Händen

The total value of historic vehicles in private hands is approximately 6.2 billion



115.000

Rund 115.000 ÖsterreicherInnen besitzen zumindest ein historisches Fahrzeug

About 115,000 Austrians own at least one historic vehicle



€ 787 MIO

Die Gesamtwirtschaftsleistung der Oldtimerbranche aus direkten und indirekten Ausgaben sowie handelsrelevanten Inlandskäufen und -verkäufen

The total economic output of the classic car industry, derived from direct and indirect spending and domestic purchases and sales



495.000

Der Gesamtbestand historischer Automobile und Motorräder, inklusive nicht zugelassenem Garagenbestand

The total number of historic automobiles and motorcycles, including those not registered and stored in garages



€ 820

Die durchschnittlichen direkten Gesamtausgaben pro Motorrad pro Jahr liegen bei rund 820 Euro, indirekte Ausgaben pro Besitzer bei rund 465 Euro

The average total direct annual expenses per motorcycle are about 820 Euro, while indirect expenses per owner are about 465 Euro



€ 1.900

Die durchschnittlichen direkten Gesamtausgaben pro Automobil pro Jahr liegen bei rund 1.900 Euro, indirekte Ausgaben pro Besitzer bei rund € 1.500

The average total direct annual expenses per car are about 1.900 Euro, while indirect expenses per owner are about 1.500 Euro



4,3

Der durchschnittliche Besitzer verfügt über rund 4 historische Fahrzeuge

The average owner has about 4 historic vehicles

€ 22.000 (€ 5.600)

Durchschnittlicher Wert des historischen Automobils (Motorrades) in Österreich

Average Value of a historic car (motorcycle) in Austria

Oldtimer bewegen mehr als nur die Herzen

Historic vehicles move more than just hearts

Ein wesentlicher Bestandteil der Studie ist die Ermittlung der Veränderungen der wirtschaftlichen Eckdaten des österreichischen Oldtimermarkts. Grundlage dafür sind die Ergebnisse der BesitzerInnen- und Unternehmerbefragung, die Expertengespräche sowie die Auswertung von Sekundärquellen.

Ziel ist es, für alle an aktuellen und zukünftigen Themen und Diskussionen beteiligten Zielgruppen - von Fahrzeughaltern, Clubs und Verbänden über Öffentlichkeit und Medien bis hin zu Behörden, Politik und internationalen Kontakten - eine aktuelle, einheitliche und anerkannte Daten- und Erkenntnisbasis bereitzustellen.

EINHEITLICHE DATEN- UND ERKENNTNISBASIS

Die Datenbasis für die Anzahl der in Österreich zugelassenen Fahrzeuge älter als 30 Jahre - und damit für Oldtimer bzw. historische Fahrzeuge im Sinne dieser Studie - bildet die Zulassungsstatistik der Statistik Austria mit Stand 31.12.2025. Für die nachfolgenden Berechnungen wurden gerundete Werte (auf Tsd.) verwendet.

Demnach sind in Österreich rund 192.000 historische PKW zugelassen (3,6 % des gesamten PKW-Bestands). Hinzu kommen 18.400 nicht zugelassene Oldtimer (9,6 %; Quelle: BesitzerInnenbefragung 2026). Damit ergibt sich ein Gesamtbestand von 210.000 historischen PKW.

Darüber hinaus gibt es 239.000 historische Motorräder (25,3 % der zugelassenen Motorräder) sowie weitere 45.400 nicht zugelassene Motorräder (19 %; Quelle: BesitzerInnenbefragung 2026). Insgesamt ergibt sich damit ein Bestand von rund 284.000 historischen Motorrädern.

A key component of the study is the analysis of changes in the economic parameters of the Austrian classic vehicle market. The basis for this is the results of the owner and business surveys, expert interviews, and the evaluation of secondary sources.

The aim is to provide all stakeholder groups involved in current and future topics and discussions - from vehicle owners, clubs and associations, the public and media to authorities, policymakers and international contacts - with an up-to-date, consistent and recognized data and evidence base.

CONSISTENT DATA AND EVIDENCE BASE

The data basis for the number of vehicles more than 30 years old registered in Austria - and therefore classified as classic or historic vehicles for the purposes of this study - is the Statistics Austria registration statistics as of 31 December 2025. Rounded values (to the nearest thousand) were used for the following calculations.

Accordingly, around 192,000 historic passenger cars are registered in Austria (3.6% of the total passenger car stock). In addition, there are 18,400 unregistered classic cars (9.6%; source: 2026 owner survey). This results in a total stock of 210,000 historic passenger cars.

In addition, there are 239,000 historic motorcycles (25.3% of registered motorcycles) and a further 45,400 unregistered motorcycles (19%; source: 2026 owner survey). This results in a total stock of around 284,000 historic motorcycles.

Auf LKW entfallen 10.500 historische Fahrzeuge (1,9 % der zugelassenen LKW; Quelle: Statistik Austria).

Bei den Traktoren sind es rund 288.000 historische Fahrzeuge (57,9 % der zugelassenen Traktoren; Quelle: Statistik Austria).

Die nicht zugelassenen Fahrzeuge bilden den sogenannten Garagenbestand. Dabei handelt es sich überwiegend um Fahrzeuge, die restauriert werden müssen oder aus anderen Gründen vorübergehend beziehungsweise dauerhaft stillgelegt wurden.

Datenbasis: Quelle: Statistik Austria Historisch Fahrzeuge/Kfz Bestand Stand per 31.12.2025)
PKW: 191.739 (Gesamt: 5.286.101) = 3,6%
Zweiräder: 239.464 (Gesamt: 947.580) = 25,3%
LKW: 10.454 (Gesamt: 535.890) = 1,9%
Traktoren: 288.304 (Gesamt: 497.216) = 57,9%

Für die nachfolgenden Hochrechnungen und wirtschaftlichen Betrachtungen werden ausschließlich Automobile und Motorräder älter als 30 Jahre berücksichtigt.

Im Rahmen der Besitzerbefragung verfügt ein durchschnittlicher Eigner über 4,3 historische Fahrzeuge (2022: 4,0). Der leichte Anstieg ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass jährlich weitere Fahrzeuge das Alter von 30 Jahren erreichen. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im Zuwachs der Zahl der BesitzerInnen wider.

Maximalwerte, die augenscheinlich auf einzelne große Privatsammlungen zurückzuführen sind, wurden für diese Betrachtung weitgehend bereinigt. Dadurch soll vermieden werden, dass das typische Bild der Bestandszahlen verzerrt wird.

Somit wird die Anzahl an Besitzern zumindest eines historischen Fahrzeuges auf rund 49.000 (2022: 42.000) bei Automobilen und rund 66.000 (2022: 57.000) bei Motorrädern geschätzt. Damit ergibt sich eine Summe von 115.000 OldtimerbesitzerInnen in Österreich (2022: 99.000, +16%)

There are 10,500 historic trucks (1.9% of registered trucks; source: Statistics Austria).

For tractors, there are around 288,000 historic vehicles (57.9% of registered tractors; source: Statistics Austria).

The unregistered vehicles make up the so-called garage stock. These are predominantly vehicles that require restoration or have been temporarily or permanently taken out of service for other reasons.

Data basis: Source: Statistics Austria, Historic Vehicles/Motor Vehicle Stock as of 31 December 2025)
Passenger cars: 191,739 (total: 5,286,101) = 3.6%
Two-wheelers: 239,464 (total: 947,580) = 25.3%
Trucks: 10,454 (total: 535,890) = 1.9%
Tractors: 288,304 (total: 497,216) = 57.9%

For the following projections and economic analyses, only automobiles and motorcycles more than 30 years old are taken into account.

According to the owner survey, the average owner has 4.3 historic vehicles (2022: 4.0). The slight increase is partly due to additional vehicles reaching the age of 30 each year. This development is also reflected in the increase in the number of owners.

Maximum values that appear to be attributable to individual large private collections have largely been adjusted for this analysis. This is intended to prevent the typical picture of stock figures from being distorted.

The number of owners of at least one historic vehicle is therefore estimated at around 49,000 (2022: 42,000) for automobiles and around 66,000 (2022: 57,000) for motorcycles. This results in a total of 115,000 classic vehicle owners in Austria (2022: 99,000, +16%).

DER BESTANDSWERT DER HISTORISCHEN FAHRZEUGE IN ÖSTERREICH IN PRIVATEN HÄNDEN BETRÄGT IN ETWA 6,2 MILLIARDEN EURO (2022: 5,6 MRD. EURO)

Den Gesamtwert ihrer historischen Fahrzeuge schätzen die BesitzerInnen im Durchschnitt auf rund 83.000 Euro (2022: 92.000 Euro). Dabei handelt es sich um Eigenschätzungen. Auch wenn BesitzerInnen von Oldtimern in der Regel über eine gute Kenntnis der Fahrzeugwerte verfügen, können nach Einschätzung der ExpertInnen Abweichungen auftreten. Der Rückgang gegenüber 2022 deutet zugleich darauf hin, dass die Preise für historische Fahrzeuge in den vergangenen Jahren stagnierten beziehungsweise leicht rückläufig waren und sich diese Entwicklung auch in den Einschätzungen der BesitzerInnen widerspiegelt.

Bei durchschnittlich 4,3 Fahrzeugen je BesitzerIn ergibt sich ein durchschnittlicher Wert von rund 19.000 Euro je historischem Fahrzeug (2022: 23.000 Euro). Damit liegt dieser Wert deutlich unter dem Niveau von 2022.

Bei einer getrennten Betrachtung von Automobilen und Motorrädern liegt der durchschnittliche Wert eines historischen Automobils bei rund 22.000 Euro (2022: 25.000 Euro), jener eines historischen Motorrades bei rund 5.600 Euro (2022: 6.000 Euro).

Aus der Hochrechnung für den Gesamtbestand der historischen Automobile (210.000 x 22.000) ergibt sich ein Gesamtwert von rund 4,6 Milliarden Euro.

Der Gesamtwert aller historischen Motorräder (284.000 x 5.600 Euro) beträgt weitere rund 1,6 Milliarden Euro.

Damit ergibt sich für historische Automobile und Motorräder eine Bestandssumme von 6,2 Milliarden Euro (2022: 5,6 Milliarden Euro). Nicht enthalten sind sonstige Fahrzeuge wie Traktore und LKW sowie Museumsbestände und private Großsammlungen.

Werden private Großsammlungen zusätzlich berücksichtigt, sind laut Expertenschätzung weitere 5 bis 6 Milliarden Euro an Bestandswert hinzuzurechnen. Hinzu kommen museale Bestände. Für diese ist eine belastbare Schätzung derzeit kaum möglich, da valide Basisinformationen fehlen.

THE VALUE OF HISTORIC VEHICLES IN PRIVATE HANDS IN AUSTRIA IS APPROXIMATELY EUR 6.2 BILLION (2022: EUR 5.6 BILLION)

Owners estimate the total value of their historic vehicles at an average of around EUR 83,000 (2022: EUR 92,000). These are self-estimates. Although classic vehicle owners generally have a good knowledge of vehicle values, experts believe that deviations may occur. The decline compared with 2022 also indicates that prices for historic vehicles have stagnated or declined slightly in recent years, and that this development is reflected in owners' estimates.

With an average of 4.3 vehicles per owner, this results in an average value of around EUR 19,000 per historic vehicle (2022: EUR 23,000). This value is therefore significantly below the 2022 level.

Looking separately at automobiles and motorcycles, the average value of a historic automobile is around EUR 22,000 (2022: EUR 25,000), while that of a historic motorcycle is around EUR 5,600 (2022: EUR 6,000).

The projection for the total stock of historic automobiles (210,000 x 22,000) results in a total value of around EUR 4.6 billion.

The total value of all historic motorcycles (284,000 x EUR 5,600) amounts to a further approximately EUR 1.6 billion.

This results in a total stock value of EUR 6.2 billion for historic automobiles and motorcycles (2022: EUR 5.6 billion). Other vehicles such as tractors and trucks, as well as museum holdings and large private collections, are not included.

If large private collections are also taken into account, experts estimate that a further EUR 5 to 6 billion in stock value should be added. Museum holdings would also have to be included. A reliable estimate for these is currently hardly possible because valid underlying information is lacking.

In Summe kann daher von einem Gesamtbestandswert aller historischen Automobile und Motorräder von rund 11-12 Milliarden Euro (2012: 11 Milliarden Euro) ausgegangen werden.

Die Wertsteigerung des Bestands in privaten Händen (+10.7 %) lässt sich unter anderem auf die steigende Zahl historischer Fahrzeuge (Automobile älter als 30 Jahre: +29 % gegenüber 2022; Motorräder: +19 %) sowie auf die gestiegene Zahl der BesitzerInnen (+16 %) zurückführen.

**HISTORISCHE FAHRZEUGE SICHERN
ERHEBLICHE WERTSCHÖPFUNG
787 MILLIONEN EURO (2022: 756 MIO EURO,
+4%) – GESAMTBESTAND RUND
6,2 MILLIARDEN EURO WERT**

Wirtschaftsleistung aus direkten und indirekten Ausgaben liegt bei 735 Millionen Euro (2022: 688 Mio, +6,8%)

Für die Berechnung der Wirtschaftsleistung der Branche werden direkte Ausgaben für Betrieb und Erhaltung sowie indirekte Ausgaben, etwa für Startgelder und Veranstaltungen, unterschieden. Zusätzlich werden die inlandsrelevanten An- und Verkäufe über den Handel berücksichtigt.

Folgende durchschnittliche Ausgaben wurden im Rahmen der BesitzerInnen-Befragung erhoben:

HISTORISCHE AUTOMOBILE

Direkte Kosten:

AUTO	Mittelwert	Anteil 0-Ausgaben
ÖL	324	19%
Reifen	303	56%
Bremsen	165	62%
Restaurierung	2361	55%
Reparaturen	1878	29%
Treibstoff	714	6%
Versicherung	1091	13%
Garage	852	57%
Werkzeug	341	68%
Lagerung	120	91%
Transport	99	86%
Bekleidung	85	79%

Overall, the total stock value of all historic automobiles and motorcycles can therefore be assumed to be around EUR 11-12 billion (2012: EUR 11 billion).

The increase in the value of the stock in private hands (+10.7%) can be attributed among other reasons to the growing number of historic vehicles (automobiles more than 30 years old: +29% compared with 2022; motorcycles: +19%) and the increase in the number of owners (+16%).

**HISTORIC VEHICLES GENERATE
SUBSTANTIAL ECONOMIC VALUE:
EUR 787 MILLION (2022: EUR 756 MILLION,
+4%) – TOTAL STOCK WORTH
AROUND EUR 6.2 BILLION**

Economic output from direct and indirect expenditure amounts to EUR 735 million (2022: EUR 688 million, +6.8%)

For calculating the economic output of the sector, direct expenditure for operation and maintenance is distinguished from indirect expenditure, such as entry fees and events. In addition, purchases and sales conducted through domestic trade that are relevant to the Austrian economy are taken into account.

The following average expenditures were recorded as part of the owner survey:

HISTORIC AUTOMOBILES

Direct costs:

AUTOMOBILE	Average	share of 0-expenditures
Oil	324	19%
Tyres	303	56%
Brakes	165	62%
Restoration	2361	55%
Repairs	1878	29%
Fuel	714	6%
Insurance	1091	13%
Garage	852	57%
Tools	341	68%
Storage	120	91%
Transport	99	86%
Clothing	85	79%

Die Erhebung der direkten Kosten zeigt durchschnittliche Gesamtausgaben von rund 8.300 Euro pro BesitzerIn und Jahr (2022: 8.300 Euro). Daraus ergeben sich rund 1.900 Euro (2022: 2.100 Euro) pro Automobil. Hochgerechnet auf den Bestand von 210.000 Automobilen entspricht dies rund 400 Millionen Euro (2022: 350 Mio. Euro) an direkten Ausgaben, die österreichische BesitzerInnen jährlich aufbringen.

Indirekte Kosten

Indirekte Kosten entstehen im Umfeld des Oldtimerbereichs, etwa durch die Teilnahme an Oldtimerveranstaltungen, Nächtigungen oder den Bezug von Zeitschriften und weiteren Medien.

AUTO	Mittelwert	Anteil 0-Ausgaben
Eintritt als Zuseher	375	50%
Startgeld	435	65%
Nächtigungen & Essen	455	42%
Magazine	72	52%
Bücher	74	63%
DVDs/digitale Medien	12	93%
Modellbau	50	83%
Museen	40	56%
Online Abos	8	93%

Bei den indirekten Kosten ergeben sich durchschnittliche Gesamtausgaben von 1.500 Euro pro BesitzerIn und Jahr (2022: 1.900 Euro). Hochgerechnet auf die geschätzte Zahl der BesitzerInnen entspricht dies weiteren 74 Millionen Euro (2022: 80 Mio. Euro). Ein wesentlicher Teil davon entfällt auf Veranstaltungen und kommt den Tourismusregionen in Form von Nächtigungen und Konsumation zugute. Daraus ergibt sich für historische Automobile eine Wirtschaftsleistung von insgesamt 474 Millionen Euro (2022: 430 Mio. Euro, +10 %).

The survey of direct costs shows average total expenditure of around EUR 8,300 per owner per year (2022: EUR 8,300). This corresponds to around EUR 1,900 (2022: EUR 2,100) per automobile. Extrapolated to the stock of 210,000 automobiles, this corresponds to around EUR 400 million (2022: EUR 350 million) in direct expenditure incurred annually by Austrian owners.

Indirect costs

Indirect costs arise in the classic vehicle sector, for example through participation in classic vehicle events, overnight stays, or the purchase of magazines and other media.

AUTOMOBILE	Average	share of 0-expenditures
Admission as spectator	375	50%
Entry fee	435	65%
Overnight stays&food	455	42%
Magazines	72	52%
Books	74	63%
DVDs/digital media	12	93%
Model building	50	83%
Museums	40	56%
Online subscriptions	8	93%

Indirect costs amount to average total expenditure of EUR 1,500 per owner per year (2022: EUR 1,900). Extrapolated to the estimated number of owners, this corresponds to a further EUR 74 million (2022: EUR 80 million). A substantial portion is attributable to events and benefits tourism regions through overnight stays and consumption. This results in total economic output of EUR 474 million for historic automobiles (2022: EUR 430 million, +10%).

HISTORISCHE MOTORRÄDER

Direkte Kosten:

MOTORRAD	Mittelwert	Anteil 0-Ausgaben
ÖL	165	20%
Reifen	156	47%
Bremsen	60	65%
Restaurierung	1178	52%
Reparaturen	483	38%
Treibstoff	355	8%
Versicherung	382	7%
Garage	262	75%
Werkzeug	212	71%
Lagerung	80	91%
Transport	44	86%
Bekleidung	129	67%

Die durchschnittlichen Gesamtausgaben für historische Motorräder wurden mit etwas mehr als 3.500 Euro pro BesitzerIn und Jahr (2022: 3.600 Euro) berechnet. Bei durchschnittlich 4,3 Fahrzeugen entspricht dies 820 Euro (2022: 900 Euro) pro Motorrad und Jahr. Hochgerechnet auf den Gesamtbestand der historischen Motorräder ergibt sich ein Betrag von rund 230 Millionen Euro (2022: 205 Mio. Euro, +12 %) an direkten Kosten.

Indirekte Kosten:

MOTORRAD	Mittelwert	Anteil 0-Ausgaben
Eintritt als Zuseher	80	62%
Startgeld	66	73%
Nächtigungen & Essen	181	53%
Magazine	30	71%
Bücher	45	65%
DVDs / digitale Medien	9	93%
Modellbau	24	90%
Museen	27	67%
Online Abos	4	94%

Aus den indirekten Kosten für Motorräder ergeben sich durchschnittliche Gesamtausgaben von 465 Euro pro BesitzerIn und Jahr (2022: 900 Euro). Hochgerechnet entspricht dies weiteren 31 Millionen Euro (2022: 53 Mio. Euro).

HISTORIC MOTORCYCLES

Direct costs:

AUTOMOBILE	Average	share of 0-expenditures
Oil	165	20%
Tyres	156	47%
Brakes	60	65%
Restoration	1178	52%
Repairs	483	38%
Fuel	355	8%
Insurance	382	7%
Garage	262	75%
Tools	212	71%
Storage	80	91%
Transport	44	86%
Clothing	129	67%

Average total expenditure for historic motorcycles was calculated at slightly more than EUR 3,500 per owner per year (2022: EUR 3,600). With an average of 4.3 vehicles, this corresponds to EUR 820 (2022: EUR 900) per motorcycle per year. Extrapolated to the total stock of historic motorcycles, this results in around EUR 230 million (2022: EUR 205 million, +12%) in direct costs.

Indirect costs:

AUTOMOBILE	Average	share of 0-expenditures
Admission as spectator	80	62%
Entry fee	66	73%
Overnight stays&food	181	53%
Magazines	30	71%
Books	45	65%
DVDs/digital media	9	93%
Model building	24	90%
Museums	27	67%
Online subscriptions	4	94%

Indirect costs for motorcycles amount to average total expenditure of EUR 465 per owner per year (2022: EUR 900). Extrapolated, this corresponds to a further EUR 31 million (2022: EUR 53 million).

Daraus ergibt sich für das Segment der historischen Motorräder eine Wirtschaftsleistung von 261 Millionen Euro (2022: 258 Mio. Euro).

Addiert man die Hochrechnungen der direkten und indirekten Ausgaben für historische Automobile und Motorräder, ergibt sich eine Gesamtwirtschaftsleistung von rund 735 Millionen Euro (2022: 688 Mio. Euro). Diese Ausgaben kommen überwiegend Handwerks-, Klein- und Mittelbetrieben zugute, darunter Sattler, Karosseriebauer, Holzbearbeiter, Motorrenbauer und Zylinderschleifer etc. Die Steigerung gegenüber 2022 beträgt 6,8 %.

Auch für österreichische Tourismusregionen und Gemeinden stellen Oldtimer-Veranstaltungen eine relevante Einnahmequelle dar. Ein wesentlicher Teil der indirekten Kosten entfällt auf Startgelder sowie Nächtigungen und Konsumation im Zuge von Oldtimer-Events.

KÄUFE UND VERKÄUFE ERGEBEN WEITERE 51,5 MILLIONEN EURO (2022: 68 MIO EURO) AN RELEVANTER WIRTSCHAFTSLEISTUNG

Ein weiterer wesentlicher Baustein der Gesamtwirtschaftsleistung ergibt sich aus Käufen und Verkäufen historischer Fahrzeuge, die über den Handel im Inland abgewickelt werden.

49.000 BesitzerInnen historischer Automobile haben in den vergangenen 12 Monaten rund 7.900 Fahrzeuge gekauft. Der durchschnittliche Kaufpreis wurde mit 28.000 Euro (2022: 32.500 Euro) angegeben. Insgesamt wurden damit 221 Millionen Euro (2022: 292 Mio. Euro) in historische Automobile investiert. Davon entfielen 5.600 Fahrzeuge (73 %) auf das Inland. Dies entspricht einem Wert von 161 Millionen Euro (2022: 210 Mio. Euro).

18 % der Fahrzeuge wurden insgesamt über Händler gekauft (40 Mio.). In Verbindung mit dem Anteil der im Inland gekauften Fahrzeuge (73 %) ergibt sich ein wertschöpfungsrelevanter Inlandsumsatz aus dem Kauf historischer Automobile von 29 Millionen Euro (2017: 24 Mio. Euro).

This results in economic output of EUR 261 million for the historic motorcycle segment (2022: EUR 258 million).

Adding the projected direct and indirect expenditure for historic automobiles and motorcycles results in total economic output of around EUR 735 million (2022: EUR 688 million). This expenditure benefits mainly craft businesses and small and medium-sized enterprises, including upholsterers, bodybuilders, woodworkers, engine builders and cylinder grinders, etc. The increase compared with 2022 is 6.8%.

Classic vehicle events are also a relevant source of income for Austrian tourism regions and municipalities. A significant portion of indirect costs is attributable to entry fees as well as overnight stays and consumption associated with classic vehicle events.

PURCHASES AND SALES GENERATE A FURTHER EUR 51.5 MILLION (2022: EUR 68 MILLION) IN RELEVANT ECONOMIC OUTPUT

Another key component of total economic output comes from purchases and sales of historic vehicles conducted through domestic trade.

Over the past 12 months, 49,000 owners of historic automobiles purchased around 7,900 vehicles. The average purchase price was reported as EUR 28,000 (2022: EUR 32,500). A total of EUR 221 million (2022: EUR 292 million) was therefore invested in historic automobiles. Of these, 5,600 vehicles (73%) were purchased domestically. This corresponds to a value of EUR 161 million (2022: EUR 210 million).

Overall, 18% of the vehicles were purchased through dealers (EUR 40 million). Combined with the share of vehicles purchased domestically (73%), this results in value-added-relevant domestic sales of EUR 29 million from purchases of historic automobiles (2017: EUR 24 million).

66.000 BesitzerInnen historischer Motorräder haben in den vergangenen 12 Monaten rund 8.000 Fahrzeuge gekauft (2022: 6.500). Der durchschnittliche Kaufpreis wurde mit rund 6.800 Euro angegeben. Damit wurden historische Motorräder im Wert von 54 Millionen Euro (2022: 49 Mio. Euro) angekauft.

4 % der Fahrzeuge wurden über Händler gekauft (2,2 Mio.). 83 % der Ankäufe entfielen auf das Inland. Daraus ergibt sich ein wertschöpfungsrelevanter Inlandsumsatz aus Käufen von Motorrädern von 1,8 Millionen Euro (2022: 2,9 Mio. Euro).

Damit ergeben sich als relevante Größe für die Wirtschaftsleistung aus dem Ankauf historischer Fahrzeuge im Inland über Händler ein Gesamtwert von 30,8 Millionen Euro (2022: 49 Millionen Euro).

Aus den Verkaufszahlen historischer Fahrzeuge ergeben sich folgende Größenordnungen:

Nach Angaben der Befragten wurden rund 6.000 Automobile zu einem durchschnittlichen Verkaufspreis von 25.000 Euro (2022: 38.000 Euro) verkauft. Daraus ergibt sich ein Gesamtwert von 150 Millionen Euro (2022: 228 Mio. Euro). Der Inlandsanteil beträgt 80 %, 17 % der Verkäufe erfolgten über Händler. Daraus ergibt sich ein Händler-Inlandsumsatz aus dem Verkauf von Automobilen von rund 20 Millionen Euro (2022: 19 Mio. Euro).

Bei Motorrädern wurden 4.500 Fahrzeuge verkauft (2022: 3.500 Stück). Der durchschnittliche Verkaufspreis lag bei rund 6.300 Euro (2022: 5.400 Euro), was einem Gesamtwert von 28 Millionen Euro (2022: 19 Mio. Euro) entspricht. 88 % der Verkäufe entfielen auf das Inland, 3 % erfolgten über den Handel. Daraus ergibt sich ein für das Inland relevanter Händlerumsatz aus Verkäufen historischer Motorräder von 0,7 Millionen Euro (2022: 0,2 Mio. Euro).

In Summe berechnet sich als relevante Größe für die Wirtschaftsleistung aus dem Verkauf historischer Fahrzeuge über den inländischen Handel ein Gesamtwert von rund 20,7 Millionen Euro (2022: 19 Mio. Euro)

Over the past 12 months, 66,000 owners of historic motorcycles purchased around 8,000 vehicles (2022: 6,500). The average purchase price was reported at around EUR 6,800. Historic motorcycles worth EUR 54 million (2022: EUR 49 million) were therefore purchased.

4% of the vehicles were purchased through dealers (EUR 2.2 million). 83% of purchases were made domestically. This results in value-added-relevant domestic sales of EUR 1.8 million from motorcycle purchases (2022: EUR 2.9 million).

This results in a total of EUR 30.8 million (2022: EUR 49 million) as the relevant economic-output figure from domestic purchases of historic vehicles through dealers.

The sales figures for historic vehicles result in the following magnitudes:

According to respondents, around 6,000 automobiles were sold at an average selling price of EUR 25,000 (2022: EUR 38,000). This results in a total value of EUR 150 million (2022: EUR 228 million). The domestic share is 80%; 17% of sales were made through dealers. This results in domestic dealer sales of around EUR 20 million from automobile sales (2022: EUR 19 million).

For motorcycles, 4,500 vehicles were sold (2022: 3,500 units). The average selling price was around EUR 6,300 (2022: EUR 5,400), corresponding to a total value of EUR 28 million (2022: EUR 19 million). 88% of sales were domestic, and 3% were made through dealers. This results in domestic-relevant dealer sales of EUR 0.7 million from sales of historic motorcycles (2022: EUR 0.2 million).

In total, the relevant economic-output figure from sales of historic vehicles through domestic trade is around EUR 20.7 million (2022: EUR 19 million).

WIRTSCHAFTSLEISTUNG 51,5 MILLIONEN EURO AUS KÄUFEN UND VERKÄUFEN IM INLÄNDISCHEN HANDEL

Die Wirtschaftsleistung, aus Käufen und Verkäufen im inländischen Handel beträgt, damit in Summe rund 51,5 Millionen Euro (2022: 68 Mio. Euro), die der Gesamtwirtschaftsleistung der Branche hinzuzurechnen sind.

Bei der Betrachtung der Händlerumsätze müssten grundsätzlich die Vorleistungen abgezogen werden, da für die Wertschöpfung eigentlich nur die Handelsspanne relevant ist. Im Interesse der Einfachheit und der Vergleichbarkeit mit den Jahren 2022 und 2017 werden die inländischen Händlerumsätze dennoch in das Gesamtergebnis der Wirtschaftsleistung aufgenommen.

787 MILLIONEN EURO (2022: 756 MIO.) PRO JAHR WIRTSCHAFTSLEISTUNG DER OLDTIMERBRANCHE IN ÖSTERREICH

Addiert man die hochgerechneten Umsätze aus den direkten und indirekten Ausgaben (735 Mio. Euro) sowie aus den handelsrelevanten Käufen und Verkäufen im Inland (51,5 Mio. Euro), ergibt sich für die heimische Oldtimerbranche eine Wirtschaftsleistung von rund 787 Millionen Euro (2022: 756 Mio. Euro). Dies entspricht einem Wachstum von rund 3 %. Gleichzeitig verzeichnet der inländische Handel ein Minus von 36 %.

Berücksichtigt man bei den direkten und indirekten Kosten die Inflation von 18,6 % für den Zeitraum 2022 bis 2026, ergibt sich nach Bereinigung der 735 Millionen Euro um die Inflationsrate ein Betrag von 598 Mio. Euro. Zusammen mit den Händlerumsätzen von 51,5 Millionen Euro ergibt sich eine inflationsbereinigte Wirtschaftsleistung von 649,5 Millionen Euro (inflationsbereinigt 2022: 639 Mio. Euro). Dies entspricht einem Nettowachstum von 1,6 %.

Inflationsrate: 2017 -> 2022: 19,7 % |
2022 -> 2026: 18,6 %

ECONOMIC OUTPUT OF EUR 51.5 MILLION FROM PURCHASES AND SALES THROUGH DOMESTIC TRADE

Economic output from purchases and sales through domestic trade therefore totals around EUR 51.5 million (2022: EUR 68 million), which must be added to the sector's total economic output.

When considering dealer sales, intermediate inputs would normally have to be deducted, since only the trading margin is actually relevant for value added. For simplicity and comparability with 2022 and 2017, domestic dealer sales are nevertheless included in the overall economic-output result.

EUR 787 MILLION (2022: EUR 756 MILLION) IN ANNUAL ECONOMIC OUTPUT OF THE CLASSIC VEHICLE SECTOR IN AUSTRIA

Adding the projected sales from direct and indirect expenditure (EUR 735 million) and from trade-relevant domestic purchases and sales (EUR 51.5 million) results in economic output of around EUR 787 million (2022: EUR 756 million) for the Austrian classic vehicle sector. This corresponds to growth of around 3%. At the same time, domestic trade recorded a decline of 36%.

If inflation of 18.6% for the period 2022 to 2026 is taken into account for direct and indirect costs, adjusting the EUR 735 million for inflation results in EUR 598 million. Together with dealer sales of EUR 51.5 million, this gives inflation-adjusted economic output of EUR 649.5 million (inflation-adjusted 2022: EUR 639 million). This corresponds to net growth of 1.6%.

*Inflation rate: 2017 -> 2022: 19.7% |
2022 -> 2026: 18.6%*

Allgemeines | General information

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN UND STRUKTUR DER STUDIE

Seit der letzten umfassenden Erhebung 2022 haben sich die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen in Österreich und Europa weiter spürbar verändert. Klimaschutz und Umweltfragen, die Transformation der Mobilität, technologische Entwicklungen, neue Antriebskonzepte und die zunehmende Digitalisierung prägen die öffentliche Diskussion. Gleichzeitig haben die Pandemie, geopolitische Spannungen und internationale Konflikte, gestörte Lieferketten, Inflation und deutlich gestiegene Energie- und Lebenshaltungskosten die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen nachhaltig beeinflusst. Um allfällige Veränderungen in der Einstellung zu „Oldtimern in Österreich“ und allfällige Auswirkung auf die Oldtimerszene bzw. die wirtschaftliche Relevanz zu untersuchen wurde 2026 die Studie erneut durchgeführt. Grundsätzlich wurde die Struktur und Methodik beibehalten, um eine Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

DIE VORLIEGENDEN ERGEBNISSE BASIEREN AUF VIER IN ÖSTERREICH DURCHGEFÜHRTEN BEFRAGUNGEN:

1. Österreich-repräsentative Befragung:
Methode: Online-Befragung
Untersuchungszeitraum: Juni 2026
n=401 / 5% Punkte statistische Schwankungsbreite der Ergebnisse. Gesamtbevölkerung ab 18 Jahren.
2. Befragung Oldtimerbesitzer:
Methode: Online-Befragung
Grundgesamtheit: Österreichische OldtimerbesitzerInnen
Teilnehmer-Akquisition über Fachmedien, Facebook etc.
Rücklauf: n=2.247 (=Nettostichprobe) / davon 2.182 BesitzerInnen historischer Fahrzeuge (älter als 30 Jahre)
- Untersuchungszeitraum:
April - Juli 2026 Die Ergebnisse dieser Stichprobe dienten u.a. zur Hochrechnung der Absolutwerte der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche.

GENERAL REMARKS AND STRUCTURE OF THE STUDY

Since the last comprehensive survey in 2022, the social, economic, and political conditions in Austria and Europe have continued to change noticeably. Climate protection and environmental issues, the transformation of mobility, technological developments, new propulsion concepts, and increasing digitalization are shaping the public discourse. At the same time, the pandemic, geopolitical tensions and international conflicts, disrupted supply chains, inflation, and significantly higher energy and living costs have had a lasting impact on economic and social conditions. To examine any changes in attitudes toward “classic cars in Austria” and any resulting effects on the classic car scene or its economic relevance, the study was conducted again in 2026.

THE STRUCTURE AND METHODOLOGY WERE GENERALLY RETAINED TO ENSURE COMPARABILITY. THE PRESENT RESULTS ARE BASED ON FOUR SURVEYS CONDUCTED IN AUSTRIA:

1. Austria-wide representative survey:
Method: Online survey
Survey period: June 2026
n=401 / 5 percentage points statistical margin of error for the results.
General population aged 18 and older.
2. Survey of classic car owners:
Method: Online survey
Population: Austrian classic car owners
Participant recruitment via trade media, Facebook, etc.
Response rate: n=2,247 (=net sample) / of which 2,182 are owners of historic vehicles (older than 30 years)
- Survey period: April - July 2026 The results of this sample were used, among other things, to extrapolate the absolute figures for the industry’s economic significance.

3. Befragung Oldtimer-Clubs:

Methode: Telefonbefragung
Grundgesamtheit: 56 Clubs
(Quelle: Oldtimer Guide)
Auskunftsperson: Clubobmänner/
Vereinsverantwortliche
Untersuchungszeitraum: Juni 2026

4. Befragung Unternehmen

Methode: Telefonbefragung
Grundgesamtheit: Österreichische Unternehmen mit zu erwartendem Bezug zu historischen Fahrzeugen
Adressquelle: Oldtimer-Guide
Auskunftsperson: Geschäftsführer/Inhaber
n=50; Untersuchungszeitraum Juni 2026

Sekundärquellen:

Approbierte Liste der Historischen Fahrzeuge (2026)
Statistik Austria Kfz Bestand: 31.12.2025
Diese Quelle diente zur Erhebung der Gesamtbestände der untersuchten Fahrzeugkategorien.
Statistik Austria, Energiestatistik
Mikrozensus 2022/2024
Diese Quelle diente zur Erhebung der gesamt in Österreich gefahrenen Kilometer

Expertenbefragung:

Zusätzlich wurde im September 2026 eine Diskussionsgruppe mit Experten durchgeführt, um die Ergebnisse der Studie aufgrund der Expertenmeinungen zu validieren.

Prozentsätze, die in der Repräsentativ-Studie genannt werden, werden aus „trifft völlig zu“ und „trifft eher zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“ und „trifft gar nicht zu“ addiert, außer die Teilergebnisse sind explizit angeführt.

3. Survey of Historic Vehicle Clubs:

Method: Telephone survey
Population: 56 clubs (Source: Oldtimer Guide)
Respondents: Club presidents/club officials
Survey period: June 2026

4. Survey of Companies

Method: Telephone survey
Population: Austrian companies with an expected connection to classic cars
Address source: Oldtimer Guide
Respondents: Managing directors/owners
n=50; Survey period: June 2026

Secondary sources:

Approved List of Historic Vehicles (2026)
Statistik Austria Motor Vehicle Fleet:
December 31, 2025
This source was used to determine the total number of vehicles in the categories under study.
Statistik Austria, Energy Statistics
Microcensus 2022/2024
This source was used to determine the total number of kilometers driven in Austria.

Expert Survey:

In addition, a focus group with experts was conducted in September 2026 to validate the study’s results based on expert opinions.

The percentages cited in the representative study are calculated by adding “strongly agree” and “somewhat agree” or “somewhat disagree” and “strongly disagree.”, unless the partial results are explicitly stated.

Zu den Personen | About the authors



APPIA
GROUP
HISTORY CREATES VALUE

Mag. Christian Schamburek, BA (Jahrgang 1962), studierte Betriebswirtschaftslehre und Archäologie, ist unter anderem Herausgeber und Autor des Oldtimer Guide und Leiter des Verlagsbüros Österreich der VF Verlagsgesellschaft mbH (Oldtimer Markt, Oldtimer Praxis). Er ist Generalsekretär des ÖMVV (Österreichischer Motor-Veteranen-Verband) und des KHMÖ (Kuratorium Historische Mobilität Österreich) und ist als österreichischer Vertreter in der Culture & Youth Commission der FIVA (Fédération Internationale des Véhicules Anciens) aktiv. Es ist ihm ein Anliegen das historische Fahrzeugwesen in Österreich aktiv zu unterstützen und die Interessen aller BesitzerInnen, aber auch FreundInnen klassischer Fahrzeuge zu vertreten.

Mag. Christian Schamburek, BA, (born in 1962), studied business administration and archaeology; among other roles, he is the editor and author of the Oldtimer Guide and head of the Austrian publishing office of VF Verlagsgesellschaft mbH (Oldtimer Markt, Oldtimer Praxis). He is General Secretary of the ÖMVV (Austrian Historic Car Association) and the KHMÖ (Board of Trustees for Historic Mobility in Austria) and serves as the Austrian representative on the Culture & Youth Commission of the FIVA (Fédération Internationale des Véhicules Anciens).. He is committed to actively supporting the historic vehicle community in Austria and representing the interests of all owners, as well as enthusiasts of classic vehicles.



TELEMARK
MARKETING

MMag. Robert Sobotka, MBA, (Jahrgang 1969) studierte Betriebswirtschaftslehre und Psychologie in Wien. Bereits 1992 gründete er das Marktforschungsinstitut Telemark Marketing und setzt seit über 20 Jahren seinen beruflichen Schwerpunkt auf Kundenbefragungen. Sein Unternehmen ist spezialisiert auf telefonische und multimodale Umfragen. Robert Sobotka ist Vorstandsvorsitzender des Verbandes der Marktforschung Österreich (VMÖ) und stellvertretender Vorsitzender des Verbandes der Marktforschungsinstitute (VdMI).

MMag. Robert Sobotka, MBA, (born in 1969) studied business administration and psychology in Vienna. As early as 1992, he founded the market research institute Telemark Marketing and has focused his professional career on customer surveys for over 20 years. His company specializes in telephone and multimodal surveys. Robert Sobotka is the Chairman of the Board of the Austrian Market Research Association (VMÖ) and Deputy Chairman of the Association of Market Research Institutes (VdMI).

**„EIN LEBEN OHNE OLDTIMER
IST MÖGLICH, ABER MIT IHNEN
DOCH ETWAS SCHÖNER!“**

***“LIFE WITHOUT CLASSIC CARS
IS POSSIBLE, BUT IT’S A
BIT NICER WITH THEM!”***