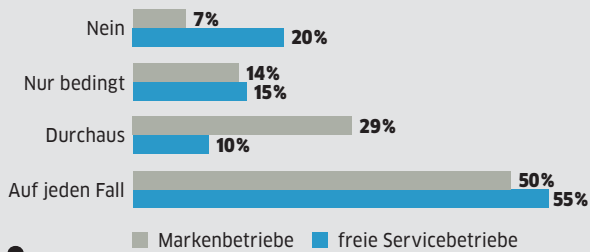


BRANCHENINDEX: YOUNG- UND OLDTIMERSERVICE

Unternehmen sind zurückhaltend

Imageträger

Steigert der Young- und Oldtimerservice das Image des Unternehmens?



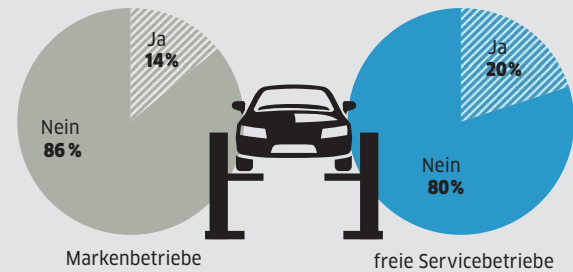
Die Mehrheit der befragten Betriebsinhaber sehen das Young- und Oldtimergeschäft als Imageträger.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Service für historische Fahrzeuge

Bieten Sie Wartungen und Reparaturen speziell für Young- und Oldtimer an?



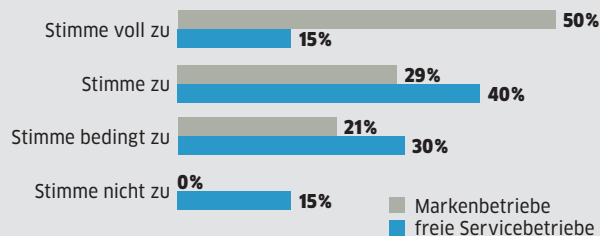
14% der markengebundenen und 20% der freien Werkstätten offerieren Servicearbeiten für Young- und Oldtimer.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Ertragsbringer

Stimmen Sie zu, dass der Young- und Oldtimerservice in Zukunft für zusätzliche Erträge sorgt?



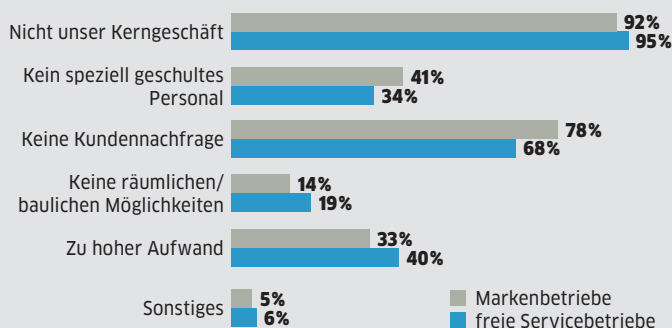
Die meisten Befragten meinen, dass Wartungen und Reparaturen an Classic Cars für zusätzliche Erträge sorgen.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Ablehnungsgründe

Warum bieten Sie keinen Young- und Oldtimerservice an?



Die Mehrheit bietet keinen Young- und Oldtimerservice an, weil die Classic Cars nicht zum Kerngeschäft zählen.

Quelle: BBE/»kfz-betrieb«

kfz-betrieb

Rund 20 Prozent der freien Werkstätten und 14 Prozent der fabrikatsgebundenen Autohäuser bieten ihren Kunden Wartungs- und Reparaturarbeiten für Young- und Oldtimer an. Bei 55 beziehungsweise 79 Prozent der Kfz-Betriebe beträgt der Ertragsanteil aus dem Service mit den Classic Cars am gesamten Werkstattgeschäft bis zu fünf Prozent. Dies ergab die Branchenindexbefragung der Redaktion »kfz-betrieb« und der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass sich noch relativ wenige Kfz-Betriebe auf die Reparaturen von historischen Fahrzeugen spezialisiert haben und damit Geld verdienen. Dennoch meint die Mehrheit, „dass Wartungen und Reparaturen von Young- und Oldtimern in Zukunft für zusätzliche Erträge sorgen“ (siehe Grafik). Etwa drei Viertel aller Befragten gaben sogar an, dass sie für die Servicearbeiten an den Classic Cars über ausgebildete Fachkräfte verfügen. Die personellen Voraussetzungen für den Young- und Oldtimerservice sind in den meisten Betrieben somit vorhanden. Was

vielen Betriebsinhabern allerdings fehlt, ist die Entschlossenheit, sich um dieses Geschäftsfeld zu kümmern.

Wie interessant das Werkstattgeschäft mit den alten Fahrzeugen ist, zeigt der wachsende Fahrzeugbestand. So sollen nach Angaben der BBE Automotive bis 2020 rund zehn Millionen Young- und Oldtimer auf Deutschlands Straßen fahren. 2015 waren das 7,8 Millionen Fahrzeuge. Allein der Anstieg des Bestands ist jedoch noch kein Grund, in den Young- und Oldtimerservice einzusteigen. Die Kfz-Betriebe müssen das Wartungs- und Reparaturpotenzial in ihrem regionalen Markt kennen. Erst die detaillierte Zielgruppenanalyse und Bestandsaufnahme im Einzugsgebiet der Werkstatt decken mögliche Ertragschancen auf. Der Erfolg oder Nichterfolg im Young- und Oldtimergeschäft wird natürlich auch von der Anzahl weiterer Mitbewerber beeinflusst.

NORBERT RUBBEL

kfz-betrieb DIGITAL

Unter www.kfz-betrieb.de/branchenindex finden Sie das Branchenindex-Archiv.