

Pressemitteilung – St. Gallen, den 11.01.2019

## **Neue Marketing-Plattform für alte Autos Jeder dritte träumt davon, einen Oldtimer zu besitzen**

**Beim Oldtimer.Marketing.Forum in Köln wurden gestern neue Wege präsentiert, wie das wirtschaftliche Potential von Old- und Youngtimern für alle Beteiligten optimal genutzt werden kann.**

Köln – Wenn es um das Thema Oldtimer geht, treffen laut Experten noch immer zwei Welten aufeinander. Es gibt die Autoliebhaber, die jenseits aller wirtschaftlicher Interessen ihre Fahrzeuge lieben, hegen und pflegen. Auf der anderen Seite erkennen immer mehr Veranstalter, Sponsoren und Experten der Tourismusbranche, dass in den edlen Flitzern ein sehr großes ökonomisches Potential steckt. Die beliebten Klassiker-Rennen ziehen immer mehr Fans an. Der Markt ist sehr emotional geprägt. „Alle in der Branche sind positiv Verrückte. Die Themen sind so verschieden wie die Fahrzeuge“, sagt Martin Stromberg von Classic Data, dem Marktführer bei der Bewertung klassischer Fahrzeuge. Um den unterschiedlichen Gruppen und Interessen rund um das Thema Classic Cars einen optimierten Austausch zu bieten, haben der Deutsche Oldtimer Club und das ESB Marketing Netzwerk eine neue Plattform ins Leben gerufen, die Autonarren, Sponsoren, Veranstaltern und Touristiker zusammenführen soll. Mehr als 100 Teilnehmer nahmen gestern bei dem ersten „Oldtimer.Marketing.Forum“ in der Motorworld Köln/Rheinland teil. „Diese neue Plattform ist ein sehr großer Fortschritt“, meint Martin Stromberg, „denn bisher haben sich alle immer nur in kleinen Kreisen ausgetauscht.“

Das Potential der Branche ist enorm. 670 000 Old- und Youngtimer sind allein in Deutschland derzeit zugelassen. Zählt man alle Klassikfahrzeuge, also auch Nutzfahrzeuge und Motorräder, hinzu, dann sind es aktuell sogar drei Millionen. Und der Markt boomt. Laut den letzten Umfragen interessieren sich mehr als 15 Millionen Deutsche für Oldtimer. Viele hält im Grunde nur ein Mythos, der genauso alt wie falsch ist, vom fahrenden Traum ab. Viele seien, so Stromberg, immer noch der Meinung, dass diese Autos unerschwinglich sind. „Der durchschnittliche Wert eines Classic Cars liegt bei 20.000,- Euro.“ Das „Oldtimer.Marketing.Forum“ will genau solche Wissenslücken schließen. Immer mehr Banken bieten eigene Finanzierungen an. Santander ist mittlerweile der zweitgrößte Finanzier von Oldtimern. Aber auch die Nachfrage nach sogenannten Youngtimern steigt. Und damit senkt sich auch der Altersschnitt der Autoliebhaber, denn immer mehr junge Leute entdecken die Faszination der alten Autos für sich. „Fast jeder dritte Autofahrer träumt davon, einmal einen Oldtimer zu besitzen“, sagte Jascha Bräuer, Abteilungsleiter der Santander Consumer Bank.

Am Nachmittag stand die Frage im Zentrum, wie man junge Zielgruppe erreicht und welche Rolle dabei neue Medien spielen. „Die meisten Veranstalter haben kaum über 1000 Facebook-Follower. Es gibt es viel Nachholbedarf“, meinte auch Hans-Willy Brockes von ESB Marketing Netzwerk. Um die junge Zielgruppe für Oldtimer zu gewinnen, müsse man sie in ihrer Kindheit abholen. „Für heutige Generationen zählen Fahrzeuge aus ihrer Jugend zum Kulturgut, dort muss man ansetzen“, unterstich Wieland Kniffka, Veranstalter der Youngtimer Expo. Emotionen statt Fortbewegung werden die treibende Kraft am Oldtimer-Markt sein.

Infos unter: <https://oldtimermarketing.de>

3.285 Zeichen (inkl. Leerzeichen), 460 Wörter (inkl. Titel), Belegexemplar erbeten

<a href="#">Das Programm 2019</a> <a href="#">Zur Anmeldung</a> <a href="#">Zur Homepage</a>	<b>Kontakt:</b> ESB Marketing Netzwerk Peter Schappacher Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	<b>Tel.:</b> +41 (0) 41 71 223 78 82 <b>E-Mail:</b> <a href="mailto:schappacher@esb-online.com">schappacher@esb-online.com</a> <b>Web:</b> <a href="http://www.esb-online.com">www.esb-online.com</a>
--	---	---