

Dossier – Anlagen

Klassische Automobile als Wertanlage

Alte Autos sind mehr als nur Nostalgie: Gefragte Klassiker verzeichnen exorbitante Wertentwicklungen.

Edle Oldtimer sind wie Kunstwerke oder Antiquitäten: Je älter und seltener, desto mehr sind sie wert. Auto-Klassiker sind nicht nur schön anzusehen, sondern können, richtig gewählt, dem Besitzer auch ansehnliche Renditen bringen. Ein weiteres Plus: Sie zu fahren macht auch noch Spaß.

Einst ein Hobby weniger Bastler, hat die Faszination Oldtimer mittlerweile eine weitaus größere Zielgruppe erreicht. Immer öfter sind mittlerweile auch Personen Oldtimer-Besitzer, die mit Autos gar nichts am Hut haben. Sie mischen das alte Blech in ihr exklusives Anlagen-Portefeuille.

Dafür ähnelt der Oldtimer-Markt bisweilen einem überhitzten Börsenplatz: Die Nachfrage nach einigen Modellen übersteigt bei Weitem das Angebot. Die Folge: Innerhalb kurzer Zeit haben sich die Preise mancher Autos vervielfacht – sowohl im unteren als auch im oberen Preissegment. Einige Beispiele gefällig? Der Ferrari Dino: vor 15 Jahren ein ungeliebtes Kind, zu haben um 20.000 Euro. Preis derzeit: knapp 100.000 Euro. Oder ein Porsche 911 RS aus dem Jahr 1973: vor 15 Jahren aus Fünftbesitz um 20.000 Euro zu haben. Preis derzeit für ein gutes Exemplar: über 200.000 Euro. Ein Mercedes 300 SL, besser bekannt als „Flügeltüter“, konnte vor wenigen Jahren noch um 250.000 Euro erstanden werden. Heutiger Spitzenpreis: 650.000 Euro.

Gerade der Mercedes-Flügeltüter stellt ein klassisches Beispiel für einen Oldtimer dar, dessen Wertentwicklung beständig nach oben zeigt. Denn er weist alle Merkmale auf, die ihn zu einem ständig gefragten Wertobjekt machen: Er wurde in einer kleinen Auflage gebaut (1400 Stück zwischen 1954 und 1957), gilt heute noch als Design-Ikone (was ihn einem breiten Markt bekannt macht) und kann sogar auf Rennhistorie verweisen.

Ferrari um zehn Millionen Euro

Spitzenreiter ist aber immer noch der Ferrari 250 GTO, von dem es nur rund zwei Dutzend Stück gibt. Wer Anfang der Siebziger eines der zuschanden gefahrenen Rennautos mit den unverwechselbaren Formen um nicht einmal 30.000 Euro nachgeworfen bekam, wird sich heute wohl nicht mehr von ihm trennen. Als einer der teuersten Oldtimer – Kostenpunkt: um die zehn Mio. Euro – ist der GTO als Spielzeug für die meisten unleistbar.

Längst sind der Handel mit Oldtimern sowie die gekoppelten Dienstleistungen – Restauration, Ersatzteihandel, Versicherungen, Leasing und Gutachten – zu einem boomenden Wirtschaftszweig geworden. Schätzungen zufolge ist der Markt in Europa jährlich rund 20 Mrd. Euro schwer. Die ständig steigende Nachfrage beflügelt den Sektor: Mittlerweile sind etwa in Deutschland dreimal so viele Oldtimer wie vor zehn Jahren angemeldet. Messen wie die kürzlich veranstaltete Techno-Classica in Essen wenden sich an diese Zielgruppe. Mit

Erfolg: 1000 Aussteller und 150.000 Besucher wurden verzeichnet.

Bei Oldtimern gilt: Nur Spitzenexemplare erzielen Spitzenpreise. Wer ein mittelmäßiges Exemplar in der Hoffnung auf rasche Wertsteigerung kauft, wird langfristig eher enttäuscht sein. Und eine selbst beauftragte Restauration macht die Kaufpreissparnis mehr als wett – billig ist hier also teuer. Wer

mit seinem Gefährt nicht nur Spaß, sondern auch wirtschaftlichen Erfolg haben will, sollte zu einem guten Exemplar greifen, von dem vergleichsweise wenig Stückzahlen gebaut wurden und das die beste Motorisierung seiner Bauserie aufweist. Dafür muss man nicht tief in die Tasche greifen, denn auch die sogenannten Youngtimer, Autos älter als 20 Jahre, gewinnen an Attraktivität. Eine

wachsende Zielgruppe widmet sich den Autos der Endsiebziger und Achtziger; auch hier sind Preissteigerungen von 50 Prozent in wenigen Jahren keine Seltenheit. In diesem Segment ist man ab 5000 Euro dabei und kann, was wohl der ausschlaggebende Grund sein sollte, auf ein individuelles Zweitauto verweisen, das nicht jeder hat.

Hannes Stieger

Ihr Unternehmergeist

„Smart Business“ von Cisco für smarte Unternehmer

„Smart Business“ bietet ein Gesamtpaket intelligenter, sicherer und maßgeschneiderter Netzwerklösungen, die KMUs wie dem Ihren einen klaren Wettbewerbsvorsprung geben. Sie greifen überall auf Informationen zu, treffen schneller Entscheidungen und bedienen individuell Ihre Kunden. Erfüllen Sie die hohen Ansprüche Ihrer Geschäftspartner mit personalisierten Service- und Supportleistungen.

Sind Sie ein „Smartes Business“?

Erfahren Sie mehr auf

www.cisco.at/meinefirma

© 2007 Cisco Systems, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Cisco, Cisco Systems und das Cisco Systems Logo sind eingetragene Marken oder Marken von Cisco Systems, Inc., und/oder ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten und bestimmten anderen Ländern.



CISCO