

Leben

Oldtimer: Von der Faszination alter Autos und exquisiter Rennen

Neue Liebe zu altem Blech

Erfolgreiche Manager und Unternehmer entdecken Oldtimerfahren als Hobby.

Hannes Stieger

Der Faszination alten Blechs sind schon viele erlegen: Ein betagtes, gepflegtes Auto zu fahren, hat seinen eigenen Reiz und zieht immer mehr Menschen in den Bann. Einst ein Hobby einiger weniger Bastler, hat die Faszination Oldtimer mittlerweile eine weitaus größere Zielgruppe erreicht.

Eine Reihe von Produktions- und Dienstleistungsbetrieben kümmert sich um den Oldtimer-Fan, der vor allem Spaß am Auto haben und sich nicht über ölgetränkte Motorräume beugen will. Der typische Oldtimer-Fahrer hat sich gewandelt: vom mechanisch begabten Bastler zum erfolgreichen Manager oder Unternehmer, der in seiner Freizeit einem exklusiven Hobby frönen möchte.

Vom Handel bis zum Leasing

Die Liebe zu alten Autos ist mittlerweile nicht nur ein Hobby, sondern auch ein Geschäft geworden. Allein in Deutschland werden jährlich rund fünf Mrd. Euro mit und rund um Oldtimer umgesetzt. Neben Händlern, Restaurateuren und Ersatzteilgeschäften haben Versicherungen, Leasing-Gesellschaften und Gutachter den Markt entdeckt. Autohersteller haben bereits die Zielgruppe ausgemacht

und eigene Abteilungen gegründet, die alte Ersatzteilkataloge verwalten, Museen bauen und gleichzeitig versuchen, den exotischen Reiz alter Modelle auf die jetzige Marke zu übertragen. Nach perfekter (und teurer) Restauration, die sich eine wachsende Zahl von Oldtimer-Liebhabern leistet, sehen die Exemplare nicht nur aus wie Neuwagen, sondern sind dann auch genauso zuverlässig. Dafür ähnelt der Oldtimer-Markt immer mehr 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? Ein 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 Jahre 1973: vor 15 Jahren aus Fünftbesitz um 20.000 Euro zu haben. Aktueller Preis für ein gutes Exemplar: über 150.000 Euro. Spitzenreiter ist aber immer noch der Ferrari 250 GTO, von dem es nur rund zwei Dutzend Stück gibt. Wer Anfang der 70er Jahre eines der zuschanden gerittenen Rennautos mit den unverwechselbaren Formen um nicht einmal 30.000



Man muss sein altes Auto nicht wie Rallye-Staatsmeister Franz Wurz (im Bild) um die Ecke treiben. Foto: Oldtimerrallye Wien-Triest

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.

Doch zurück zum erfolgreichen Manager: Man hat sich einen Jugendtraum erfüllt und einen Oldtimer erstanden, der wie gewünscht funktioniert und bei vielen Spritztouren für gute Laune sorgt hat. Doch was dann? Auf der Suche nach mehr Blech, mehr Gleichgesinnten und Events auf hohem Niveau

stößt man früher oder später auf Oldtimer-Veranstaltungen: Mehrtägige Events samt gediegenen Hotels, Gala-Abenden und – man will ja auch sportlich sein – einer Wertung, die denjenigen als Sieger kürt, der laut Sondervorgabe die exakteste Zeit gefahren ist. Was erst mal wie eine langweilige Beschäftigung klingt, übt durchaus auf eine wachsende Gemeinde seinen Reiz aus und spornt erstaunlich viele zu enormem sportlichen Ehrgeiz an.

Fortsetzung auf Seite 22

Karriere

economy fragt: Wie wichtig ist Ihnen Ihr Auto für den Berufsalltag?

● **Andreas Knöbl** hat mit 1. August die Leitung des Einkaufs bei Henkel CEE übernommen. „Das Auto ist für mich nicht nur ein Transportmittel, sondern auch ein wichtiges, nicht wegzu denkendes Tool für meinen Job. Es bringt mich von meinem Wohnort Marz im Burgenland ins Wiener Office, aber ebenso zum Flughafen, zu unseren Lieferanten oder zu den Henkel-Standorten, die so für mich einfach zu erreichen sind.“ Foto: Henkel



● **Gerhard Schellander** hat bei Inode die Führungsposition im Business-Vertrieb übernommen und meint: „Das Auto ist mir für meinen Berufsalltag sehr wichtig, da ich ja meine Kunden in ganz Österreich besuche und daher mobil sein muss.“ Der 63-Jährige begann seine Karriere als Vertriebsleiter bei IBM. Ab 1989 brachte er Spardat als Vertriebs- und Produktionsvorstand Kundenorientierung bei. Danach war er Vertriebsleiter und CIO bei Telekom Austria. kl Foto: Inode



Unser Kunde ist ein führender, europäischer Anbieter von Software - Lösungen mit Tochterunternehmen in ganz Europa. Im Zuge der Expansion suchen wir für den strategisch wichtigen Standort Wien eine(n)

Key Account Manager (w/m)
(Branchenschwerpunkt Financial Services)

und

Key Account Manager (w/m)
(Branchenschwerpunkt Handel/Industrie)

Die Aufgaben

- Betreuung bestehender Kunden
- Eigenverantwortlicher Ausbau des Kundenstocks, v.a. im Bereich Financial Services bzw. Handel/Industrie
- Marktanalyse und Marktrecherche

Die Anforderungen

- Wenigstens 2 Jahre Erfahrung im Vertrieb, idealerweise IT-Lösungsvertrieb
- Gutes Verständnis von Geschäftsprozessen und betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen im Bereich Financial Services bzw. Handel/Industrie
- Sehr gute Präsentationskenntnisse, ausgeprägte soziale Kompetenz und gewinnende Persönlichkeit
- Gute Englischkenntnisse

Das Angebot

- Arbeit in einem jungen, unkomplizierten Team in einem flach strukturierten, stetig wachsenden, internationalen Unternehmen
- Klares, leistungsorientiertes Gehaltsschema
- Individuelle Weiterentwicklungsmöglichkeiten

LEHNER EXECUTIVE PARTNERS

Wenn Sie diese attraktive Position anspricht, freut sich unsere Beraterin Frau Mag. Martina Bischof auf Erhalt Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (per E-Mail): mb@lehnerexecutive.com

Löwelstr. 12/1/1, 1010 Wien

Tel: +43-1- 532 43 80, www.lehnerexecutive.com, mb@lehnerexecutive.com