

BAYERISCHES GARAGENGOLD

Seit 2016 darf sich das Autohaus Fritze „BMW Classic Partner“ nennen. Drei Jahre später folgte die Zertifizierung als „Fachbetrieb für historische Fahrzeuge“. Oldies sind hier ein relativ junges Geschäft, aber mit langfristiger Perspektive.



GESCHÄFTSFÜHRER MICHAEL FRITZE sieht das Oldtimergeschäft als sinnvolle Ergänzung: „Dabei steht nicht die kurzfristige Ertragssteigerung im Vordergrund, sondern eine langfristige Ausrichtung und Profilierung.“

Als BMW-Händler setzt das Autohaus Fritze in Sangerhausen bei seinen historischen Fahrzeugen auf die Palette der eigenen Marke und dabei auf Youngtimer. Geschäftsführer Michael Fritze hat sozusagen den Nachwuchs der Oldtimer-Fans im Blick. „Wir wollen Klassiker für Einsteiger anbieten – natürlich in einer sehr guten Qualität“, betont er. Das Autohaus geht das junge Geschäft mit den alten Autos sehr strukturiert an und gliedert sein Youngtimer-Angebot in drei Kategorien.

ZIELGRUPPEN GENAU DEFINIERT

Die erste Gruppe sind die „Alltagsbegleiter“ für die „Daily Driver“. Diese Youngtimer sind in einem gepflegten technischen und optischen Zustand, weisen eine verhältnismäßig geringe Laufleistung auf und sind dank des optimalen Wartungszustands verlässliche Begleiter im Alltag. Weniger oft auf der Straße sind die „Gelegenheitsgefährte“, die sogenannten „Sometime“. Diese Fahrzeuge verfügen über einen überdurchschnittlichen Originalzustand oder haben eine umfangreiche und belegbare Restaurierung erhalten.

Idealerweise sind hier eine geringe Laufleistung, ein perfekter Pflegezustand und eine dokumentierte Historie vereint. Ausfahrten und Treffen sind das typische Biotop für diese Fahrzeuge. Die dritte Kategorie sind „Sammlerstücke“, oder „Collectibles“. Diese sind eine Wertanlage und stehen oft in einer Sammlung. Voraussetzung ist ein außergewöhnlich guter Zustand durch eine aufwändige Restauration oder ein nahezu unbenutzter Originalzustand.

GESCHÄFTSFELD WEITER AUSBAUEN

Die Leidenschaft für Klassiker war im Autohaus Fritze schon lange vorhanden. Die Übernahme der Filiale in Naumburg 2013 schuf die räumlichen Voraussetzungen. Es folgten der gezielte Zukauf von Youngtimern und das Sammeln von Erfahrung in der Teile- und Zubehörlogistik. Für Arbeiten, die Fritze nicht im eigenen Haus durchführt, wurden externe Dienstleister akquiriert. Ein weiterer Meilenstein ist die Naumburger Classic Rallye, die das Autohaus seit 2018 in Kooperation mit TÜV Nord durchführt – eine Veranstaltung, die das Know-how des Autohauses einer breiten Öffentlichkeit zugänglich macht. Ein großer Schritt gelang Fritze mit der Zertifizierung als BMW Classic Partner. Damit rückte das Autohaus in den engen Kreis hoch spezialisierter Old- und Youngtimer-Händler. Zwei Mechaniker und ein Serviceberater kümmern sich um Servicearbeiten. Sie bilden sich bei Schulungen von BMW Classic fort und erhalten dort auch Unterstützung bei technischen Fragen. Über BMW Classic lassen sich auch



gute Kontakte in die Clubszene und auf Messen knüpfen. Dieses Wissen ist bei der Suche nach Teilen wertvoll. „Die Zeit für die Ersatzteilbeschaffung ist natürlich nicht mit der normalen Teilelogistik vergleichbar“, erläutert der Geschäftsführer.

KAUM „SCHEUNENFUNDE“

Auf Grund der geografischen Lage in Mitteleuropa gibt es keinen „gewachsenen“ Bestand an Classic-Fahrzeugen. Deswegen kann das Autohaus Fritze kaum auf „Scheunenfunde“ hoffen und holt sich seine Ware durch gezielte Zukäufe. Bekannte Historie, geringe Laufleistung und möglichst originaler Zustand sind die Eigenschaften, die ein Youngtimer mitbringen muss. Der gute Bekanntheitsgrad hilft dem Unternehmen bei der Beschaffung. „Je länger wir in diesem Bereich tätig sind, umso mehr bekommen wir Fahrzeuge direkt angeboten“, sagt Fritze.

OLDTIMERKUNDEN SIND EIGEN

Die Oldtimerkunden sind so individuell wie ihre Fahrzeuge. Zum einen sind da die Spezialisten, die ihr Fahrzeug zu großen Teilen selbst restauriert haben und im Au-

ERFOLG IST TEAMPLAY: Kunden wollen die Begeisterung für Young- und Oldtimer auch im Autohaus erleben – hier ist jeder Mitarbeiter vom Verkauf bis zum Service gefragt.

tohaus nur bestimmte Arbeiten durchführen lassen. Zum anderen gibt es Kunden, die sich als Hobby einen Oldtimer leisten und in der Freizeit ihre Freude damit haben wollen. Fritze: „Hier übernehmen wir nach der Restaurierung auch die Betreuung. Mit manchen Kunden haben wir einen Plan, in welchen Schritten das Fahrzeug aufgearbeitet werden soll, damit der finanzielle Rahmen gewahrt bleibt und das Fahrzeug fahrbereit bleibt.“ Allen Kunden gemein ist, dass sie gerne ihre Begeisterung teilen. Das nutzt Fritze systematisch für sein Geschäft: Geplant sind weitere Veranstaltungen, wie ein monatliches Classic-Frühstück mit wechselnden Themen. Insgesamt sieht er die Oldtimer als sinnvolle Ergänzung des Geschäfts an. „Dabei steht nicht die kurzfristige Ertragssteigerung im Vordergrund, sondern eine langfristige Ausrichtung und Profilierung“, fasst Fritze zusammen. Und ergänzt: „Den Markt wird es weiter geben, weil die Zahl der Fahrzeuge mit H-Kennzeichen steigt und viele Kunden schöne Erinnerungen an solche Fahrzeuge haben.“ ♦

EIN BLICK IN DEN SCHAURAUUM: Vom zeitlosen BMW 735i über die Vertreter der erfolgreichen 3er-Baureihe reicht das Angebot. Vor allem unkomplizierte Freizeitoldtimer wie das 3er Cabrio versprechen einen günstigen Kaufpreis, wenig Bastelei und hohes Freizeitvergnügen mit einer Prise Nostalgie.

