

Pressemitteilung

Nostalgie oder Neuauflage? Bulli und Pagode lassen Herzen höher schlagen

Kleinmachnow/Berlin, 13. Januar 2021 – Auto-Enthusiasten erinnern sich gerne an die typischen Pkw-Modelle der 70er, 80er und 90er Jahre. Die meisten dieser Klassiker wurden jedoch mittlerweile von den Herstellern vom Band genommen, nur wenige werden als Neuauflage produziert. Dabei finden 45,5 Prozent der Deutschen die Klassiker der vergangenen Jahrzehnte sogar ansprechender als moderne Automodelle – sie seien charakteristischer, minimalistischer und individueller. Das ergab eine repräsentative Umfrage* im Auftrag von mobile.de, Deutschlands größtem Fahrzeugmarkt.

Die Liebe für Fahrzeuge vergangener Tage wächst hierzulande offensichtlich mit dem Alter: Während sich 67,5 Prozent der 18- bis 24-Jährigen eher für moderne Modelle aussprechen, steht es bei den 45- bis 54-Jährigen schon 50/50. Die eine Hälfte von ihnen (50,0 Prozent) zieht Oldtimer Neufahrzeugen vor. Neuere Autos werden durch WLAN-Hotspots, Touchscreen und Smartphone-Integration zwar den Ansprüchen der digitalen Welt gerecht, Oldies überzeugen hingegen mit anderen Aspekten. Den meisten Fans älterer Fahrzeugmodelle gefällt nicht nur, dass sie mehr Charakter (69,0 Prozent) haben. Vielen gefällt gerade die Abwesenheit moderner Funktionen, also dass die Klassiker nicht über viel technischen „Schnickschnack“ verfügen (60,6 Prozent). Für 54,6 Prozent der Befragten sehen sie außerdem individueller aus. Die Hälfte (50,9 Prozent) schätzt die besseren Wartungs- und Instandhaltungsmöglichkeiten. Für knapp ein Drittel (30,6 Prozent) bestechen „Oldies“ auch durch ihre kantige Optik.

Diese fünf Modelle wünschen sich die Deutschen zurück auf den Markt:

1. VW T1 („Bulli“) – 30,4 Prozent
2. Mercedes Benz W 113 („Pagode“) – 23,1 Prozent
3. Porsche 912 – 17,2 Prozent
4. Citroen 2CV („Ente“) – 14,3 Prozent
5. Opel Manta – 14,0 Prozent

Der aktuelle Retro-Trend gilt offenkundig auch für Fahrzeuge: Unter den 18- bis 24-Jährigen wünschen sich 13,4 Prozent den Trabi zurück auf die Straße. Damit findet das DDR-Modell unter den abgefragten Generationengruppen bei den Jüngeren sogar die größte Zustimmung. Bei den 45- bis 54-Jährigen zählt der Freiheitsdrang: Der Hippie-Bus „Bulli“ (VW T1) soll wieder vermehrt auf dem deutschen Markt vertreten sein (33,0 Prozent).

Außen alt, Innen neu

Eine Neuauflage der Klassiker müsste bei vier von fünf Befragten (80,8 Prozent) optisch so nah wie möglich am Original sein, zumindest sollten die Hauptmerkmale bestehen bleiben. Nur rund jeder Siebte (14,0 Prozent) würde auch ein Facelift in Kauf nehmen. Allerdings darf die verbaute Technik durchaus „modernisiert“ werden: Mehr als die Hälfte derjenigen, die sich über eine Reproduktion von Bulli, Trabi und Co. freuen würden (57,1 Prozent), wünscht sich diese mit einem alternativen Antrieb. Elektro-Motoren wären dabei besonders gefragt: 18,2 Prozent würden den neuen „Alten“ mit einem Hybridantrieb ausstatten, 17,3 Prozent mit einem reinen Elektroantrieb, 13,4 Prozent mit einem Wasserstoffantrieb und 8,2 Prozent würden sich mit einem beliebigen anderen Kraftstoff zufrieden geben. Ein Drittel (31,6 Prozent) hingegen hält am Verbrenner fest – ganz wie beim Original.

Männer sind (Umwelt-)Nostalgiker

Vor allem Männer geben sich als Klassik-Fans zu erkennen: Fast die Hälfte von ihnen (47,8 Prozent) steht auf alte Automodelle. Weniger beeindruckt zeigen sich hingegen die weiblichen Befragten: Nur 43,0 Prozent finden Klassiker attraktiver als moderne Autos, einen innovativen Antrieb würden immerhin 51,1 Prozent begrüßen.

***Umfragebedingungen**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der vom 16. bis 18. Dezember 2020 2.069 Personen teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Über mobile.de



mobile.de bietet mit mehr als 1,5 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern das größte Angebot für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland (Quelle: CAR-Institut). Zur mobile.de GmbH gehört neben dem deutschen Marktführer mobile.de u. a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 16 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2019-06). Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt 290 Mitarbeiter an zwei Standorten in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group. Zu den mobile.de Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 42.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,9 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

mobile.de GmbH, Pierre Du Bois, Unternehmenskommunikation
Albert-Einstein-Ring 2-6, 14532 Kleinmachnow
Tel: 030 8019 - 5001, E-Mail: pdubois@ebay.com

achtung! GmbH, Rebecca Brand, Account Manager
Straßenbahnring 3, 20251 Hamburg
Tel: 040 450210 - 821, E-Mail: rebecca.brand@achtung.de