



Fotoquelle: Flickr (jaguarmena)

Forschungsbericht

Oldtimer-Fahrer: Individualisten auf vier Rädern

Projektteam Testentwicklung, 2015

Verfasser: Sebastian Brzezinski, Patrick Schardien & Rüdiger Hossiep

Projektteam Testentwicklung c/o Dr. R Hossiep
Ruhr-Universität Bochum
Fakultät für Psychologie
IB 5/55
Universitätsstr. 150
44780 Bochum

Telefon: 0234 – 32 2 4623
E-Mail: bip@rub.de
Homepage: www.testentwicklung.de



Link zum PDF

I. Einleitung – Der FAHR

Seit rund 13 Jahren setzt sich das Projektteam Testentwicklung an der Ruhr-Universität Bochum mit der Frage auseinander, inwieweit Automobile die Menschen emotional bewegen. Vor diesem Hintergrund wurde 2005 der Fragebogen zur automobilbezogenen Handlungsregulation (FAHR) entwickelt. Auf 13 Skalen erhebt der FAHR systematisch Einstellungen und Bedürfnisse, die sich auf die Beziehung zum Automobil beziehen.

Der Großteil der mittlerweile über 1600 Teilnehmer an der FAHR-Studie hat ein hohes Interesse an Automobilen (s. Abbildung 1). 85% der Teilnehmer geben an, zumindest tendenziell an Autos interessiert zu sein (Ausprägung ≥ 4). 44% sind sehr an Automobilen interessiert (Ausprägung = 6).

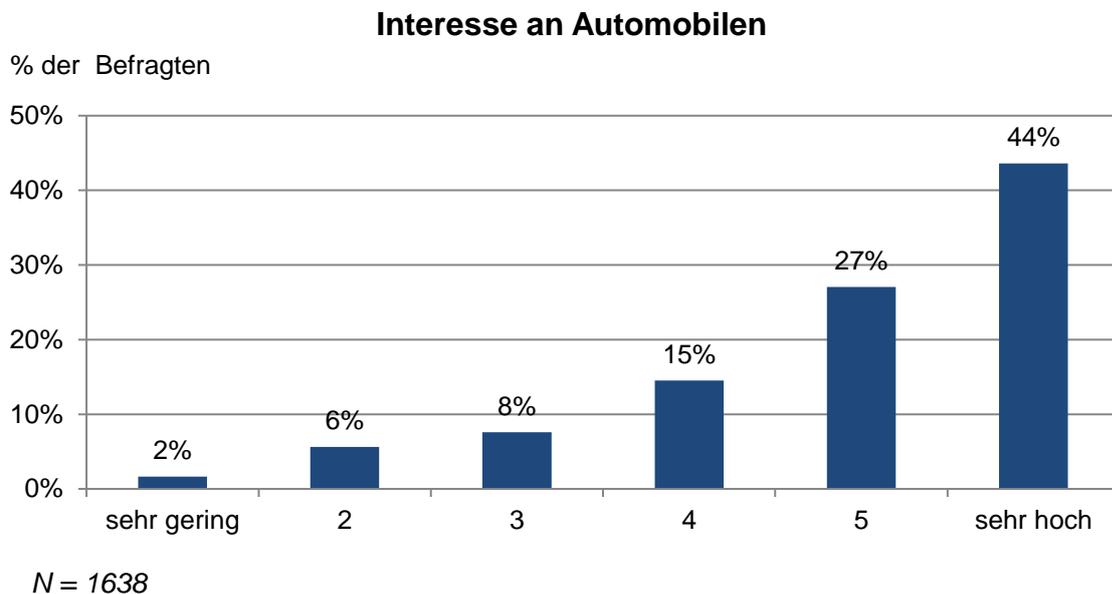


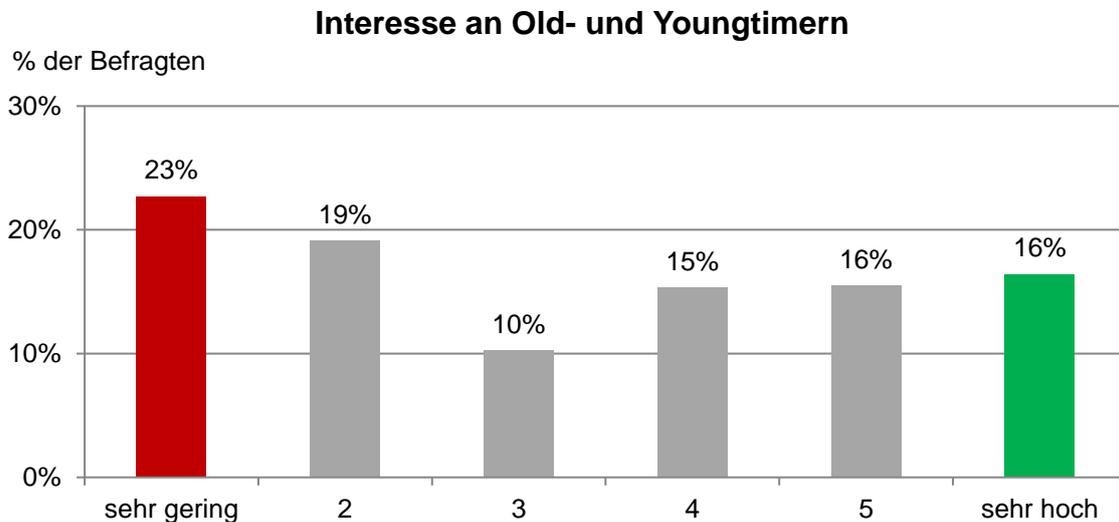
Abbildung 1: Angaben der FAHR-Teilnehmer zu ihrem Interesse an Automobilen

Die Einstellungen der Teilnehmer zu Automobil und Fahrverhalten sind allerdings nicht homogen. Es zeigten sich im Rahmen verschiedener Forschungsarbeiten (z. B. Schardien, 2005; Schmiedt, 2005) signifikante Unterschiede zwischen Fahrern verschiedener Automarken. So zeigten die Erhebungen, dass die Beziehung zum Automobil bei Fahrern von Premium-Marken von emotionaleren Aspekten geprägt ist als bei Fahrern von Nicht-Premium-Marken. Bei Fahrern von Nicht-Premium-Marken weisen Skalen, die funktionalere Aspekte beschreiben, eine höhere Ausprägung auf.

II. Oldtimer- & Youngtimerfahrer

Obwohl ein Großteil der Befragten im Allgemeinen ein hohes Interesse an Automobilen aufweist, wird die Zuneigung zu Old- und Youngtimern nicht von sämtlichen Mitgliedern der Automobilszene geteilt (s. Abb. 2). Während 48% der Teilnehmer angeben, zumindest tendenziell an Old- und Youngtimern interessiert zu sein (Ausprägung ≥ 4), zeigen 52% die Tendenz zu geringem Interesse (Ausprägung ≤ 3 , s. Abb. 2). Ein hoher Anteil der Befragten weist extreme Einstellungen auf: 16% haben ein sehr hohes Interesse (grün eingefärbt), 23% ein sehr niedriges Interesse (rot eingefärbt). In den fol-

genden Abschnitten wird auf diese beiden Extremgruppen detaillierter eingegangen. Der Einfachheit halber und zur besseren Lesbarkeit werden die Gruppen im Folgenden als "Oldtimer-Enthusiasten" und "Oldtimer-Muffel" bezeichnet.



N = 1627

Abbildung 2: Angaben der FAHR-Teilnehmer zu ihrem Interesse an Automobilen

Aus dem oben dargestellten Meinungsbild ergeben sich weiterführende Fragen, die in den folgenden Abschnitten dieses Forschungsberichts diskutiert werden. So wird zunächst auf die Frage eingegangen, ob zwischen den Gruppen der Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffeln Unterschiede im Verhalten erfasst werden können, z. B. in der Wahl der gefahrenen Automarke. Anschließend wird beschrieben, ob sich die beiden Gruppen in ihrer Beziehung zum Automobil unterscheiden.

II.1 Die Automobilwahl

Die naheliegende Vermutung, dass Teilnehmer, die sich für Old- und Youngtimer sehr interessieren, häufiger Old- und Youngtimer fahren als Teilnehmer, die an diesen kein Interesse zeigen, wird durch die vorliegenden Daten bestätigt: 12% der Oldtimer-Muffel fahren einen Old- oder Youngtimer, wogegen 52% der Oldtimer-Enthusiasten dies tun. Es ist anzunehmen, dass Old- und Youngtimer bei den meisten Teilnehmern nicht die hauptsächlich gefahrenen Automobile sind, sondern zum Großteil als Zweitwagen genutzt werden.

Interessanterweise unterscheiden sich Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffel in der Wahl des Erstfahrzeuges – also den Automobilen, die zum Großteil keine Old- oder Youngtimer sind. Die folgende Tabelle (Tab. 1) zeigt die Top 10 der am häufigsten gefahrenen Automarken für Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffel.

Tabelle 1: Ranking der häufigsten Marken des Erstwagens bei Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffeln

	Oldtimer-Muffel (N=372)	Oldtimer-Enthusiasten (N=269)
1.	VW (17%)	VW (14%)
2.	Opel (15%)	BMW (14%)
3.	Audi (10%)	Saab (12%)
4.	Ford (8%)	Opel (9%)
5.	BMW (8%)	Mercedes-Benz (7%)
6.	Renault (5%)	Audi (7%)
7.	Peugeot (5%)	Volvo (7%)
8.	Mercedes-Benz (4%)	Ford (3%)
9.	Toyota (3%)	Jaguar (3%)
10.	Volvo (3%)	Alfa Romeo (3%)
	Übrige: 20%	Übrige: 22%

Auf dem ersten Blick lassen sich Unterschiede in der Markenpräferenz beider Gruppen erkennen. Oldtimer-Muffel fahren im Vergleich zu Oldtimer-Enthusiasten häufiger Audi oder Ford, wogegen das Verhältnis beispielsweise bei BMW und Mercedes-Benz genau umgekehrt ist. Einige Marken sind sogar nur in den Top 10 einer Gruppe zu finden, nicht jedoch der anderen Gruppe. Am deutlichsten ist dies bei Saab erkennbar. Diese liegt bei den Oldtimer-Enthusiasten auf Platz 3, hat es bei den Oldtimer-Muffeln dagegen nicht in die Top-10 geschafft. Im Gegensatz dazu findet sich die Marke Peugeot nur im Ranking der Oldtimer-Muffel wieder.

Es lässt sich anhand dieser Beobachtungen noch keine Aussage darüber treffen, ob die Unterschiede zwischen beiden Gruppen statistisch signifikant sind, das heißt nicht zufällig zustande gekommen sind. Die Unterschiede zwischen beiden Gruppen sollen daher genauer quantifiziert werden. Im zuvor dargestellten Marken-Ranking der Oldtimer-Muffel und Oldtimer-Enthusiasten (Tabelle 1) ist in Klammern hinter jeder Marke ein Prozentwert angegeben. Dieser Prozentwert gibt an, welchen Anteil die Fahrer der entsprechenden Marke in der Gruppe ausmachen. Beispielsweise liegt der Anteil der BMW-Fahrer unter den Oldtimer-Muffeln gerundet bei 8%, wogegen er bei den Oldtimer-Enthusiasten bei 14% liegt. Der Anteil der BMW-Fahrer ist bei den Oldtimer-Enthusiasten um sechs Prozentpunkte höher als bei den Oldtimer-Muffeln. Dieser Unterschied ist statistisch signifikant (bei einem Signifikanzniveau von .05).

In der folgenden Abbildung (Abb. 3) sind die Differenzen sämtlicher Marken aufgeführt, für die sich signifikante Unterschiede erkennen lassen. Hierbei werden die Marken miteinbezogen, die nicht auf den obersten zehn Plätzen des Rankings (Tabelle 1) zu finden sind.

Häufigkeit der gefahrenen Automarken: Oldtimer-Muffel (N=372) und Oldtimer-Enthusiasten (N=296) im Vergleich

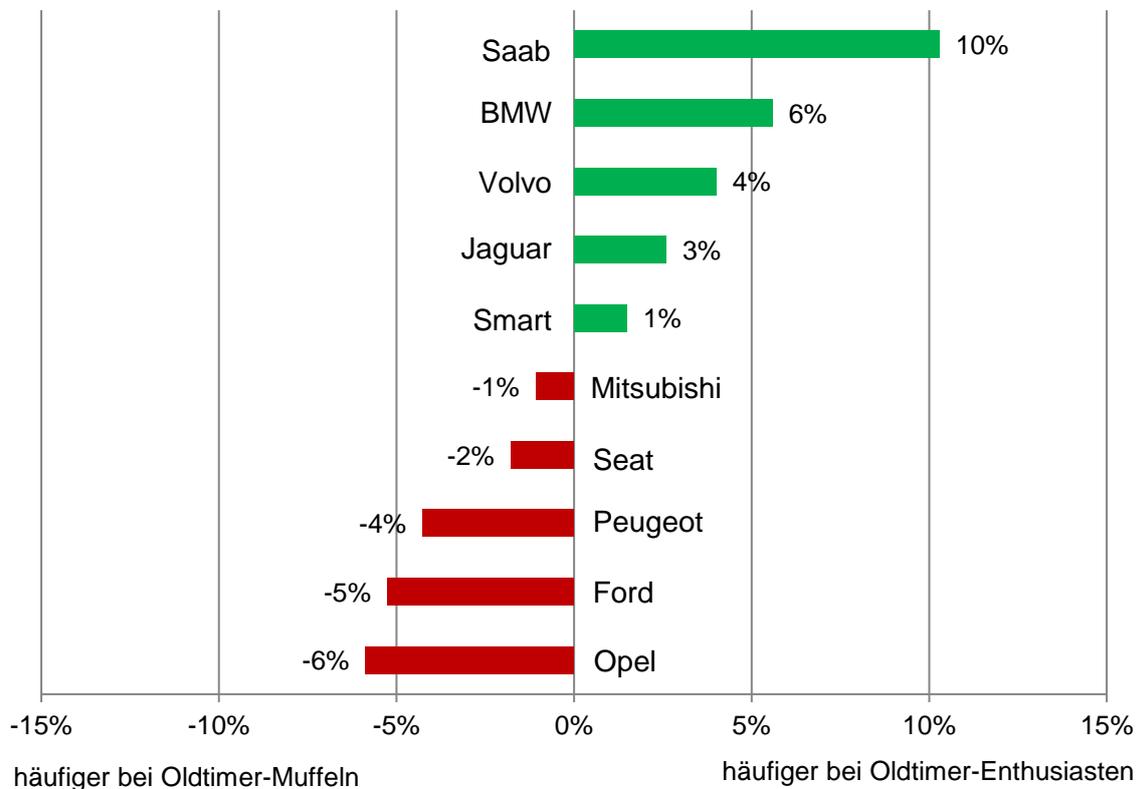


Abbildung 3: Signifikante Häufigkeitsunterschiede der gefahrenen Automarken
(Berechnung: Anteil bei den Oldtimer-Enthusiasten minus dem Anteil bei den Oldtimer-Muffeln)

Es gibt fünf Marken, die Oldtimer-Enthusiasten signifikant häufiger fahren als Oldtimer-Muffel (grün eingefärbt), sowie fünf Marken, die von den Oldtimer-Enthusiasten signifikant seltener gefahren werden (rot eingefärbt). Die größte Differenz zeigt sich bei der Marke Saab, deren Anteil bei den Oldtimer-Enthusiasten um 10 Prozentpunkte *höher* liegt. Der Anteil von Opel-Fahrern ist bei den Oldtimer-Enthusiasten um 6 Prozentpunkte *niedriger* als bei den Oldtimer-Muffeln.

Als Zwischenfazit lässt sich festhalten, dass Oldtimer-Enthusiasten andere Automobile fahren als Oldtimer-Muffel. Beide Gruppen unterscheiden sich nicht nur darin, wie häufig sie Old- und Youngtimer fahren (in gewisser Weise als "Freizeit-Fahrzeuge"), sondern auch darin, welche Automobile von ihnen alltäglich genutzt werden.

II.2 Automobilbezogene Einstellungen

Um die Unterschiede zwischen beiden Gruppen besser zu verstehen, sollten die dahinterstehenden psychologischen Faktoren betrachtet werden. Es ist denkbar, dass sich in ihren Einstellungen und Bedürfnissen messbare Unterschiede nachweisen lassen. Für diesen Vergleich wurden die Ausprägungen beider Gruppen auf den Skalen des FAHR (s. Einleitung) betrachtet. Für die einzelnen Teil-

nehmer lassen sich nach Beantwortung des Fragebogens Ausprägungen für 13 Skalen berechnen. Die Skalen können einen Wert zwischen 1 (sehr geringe Ausprägung) und 6 (sehr starke Ausprägung) annehmen. Auf diese Weise lässt sich in Zahlen ausdrücken, welche Wichtigkeit unterschiedliche automobilbezogene Aspekte einnehmen. In der folgenden Tabelle (Tab. 2) sind die Skalen des FAHR aufgeführt und erläutert, was eine hohe Ausprägung auf der jeweiligen Skala bedeutet.

Tabelle 2: Die Skalen des FAHR mit inhaltlichen Erläuterungen

Skala	Teilnehmer mit einer hohen Ausprägung auf dieser Skala...
<i>Individualität</i>	... bevorzugen Autos, mit denen sie sich bewusst von anderen Autofahrern absetzen können.
<i>Faszination & Genuss</i>	... sind von ihrem Fahrzeug in einem hohen Maß begeistert und genießen jede Minute, die sie damit fahren können.
<i>Sensorik</i>	... nehmen ihr Fahrzeug mit allen Sinnen wahr und achten sehr auf den Klang, den Geruch und die verwendeten Materialien.
<i>Performance & Sportlichkeit</i>	... legen Wert darauf, die Kraft ihres Fahrzeuges spüren zu können. Hohe Motorleistungen sind für sie ein Muss.
<i>Unabhängigkeit</i>	... möchten sich nicht von Sicherheitssystemen, Verkehrsregeln oder anderen Personen in ihrer Fahrweise einschränken lassen.
<i>Design</i>	... legen hohen Wert auf die innere und äußere Gestaltung ihres Fahrzeugs.
<i>Beständigkeit</i>	... bevorzugen Marken bzw. Modelle, die nicht ständig ihre Außenwirkung ändern und auch ihren Stil dauerhaft beibehalten.
<i>Stolz</i>	... nutzen ihr Fahrzeug als Statussymbol und möchten möglichst prestigeträchtige Fahrzeuge besitzen.
<i>Image</i>	... legen Wert auf die Marke, das Herkunftsland, die Philosophie und das Ansehen ihres Fahrzeugs.
<i>Aggressivität</i>	... verhalten sich äußerst aggressiv und impulsiv im Straßenverkehr und ärgern sich häufig über andere Autofahrer.
<i>Gelassenheit</i>	... behalten auch bei Staus, angespannte Verkehrssituationen und rücksichtslosen Fahrern ihre Ruhe.
<i>Sicherheitsbedürfnis</i>	... übergeben die Verantwortung für die Sicherheit an ihr Fahrzeug (z. B. sichere Bauweise und Sicherheitssysteme).
<i>Funktionalität</i>	... achten auf die Zweckmäßigkeit des Autos (z. B. genügend Stauraum, einfache Wartung, Ablesbarkeit der Instrumente).

Indem man aus den Ausprägungen mehrerer Teilnehmer Durchschnittswerte berechnet, lassen sich die Ausprägungen für die beiden Gruppen der Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffel vergleichen. In der folgenden Abbildung werden die Ausprägungen beider Gruppen auf allen 13 FAHR-Skalen dargestellt.

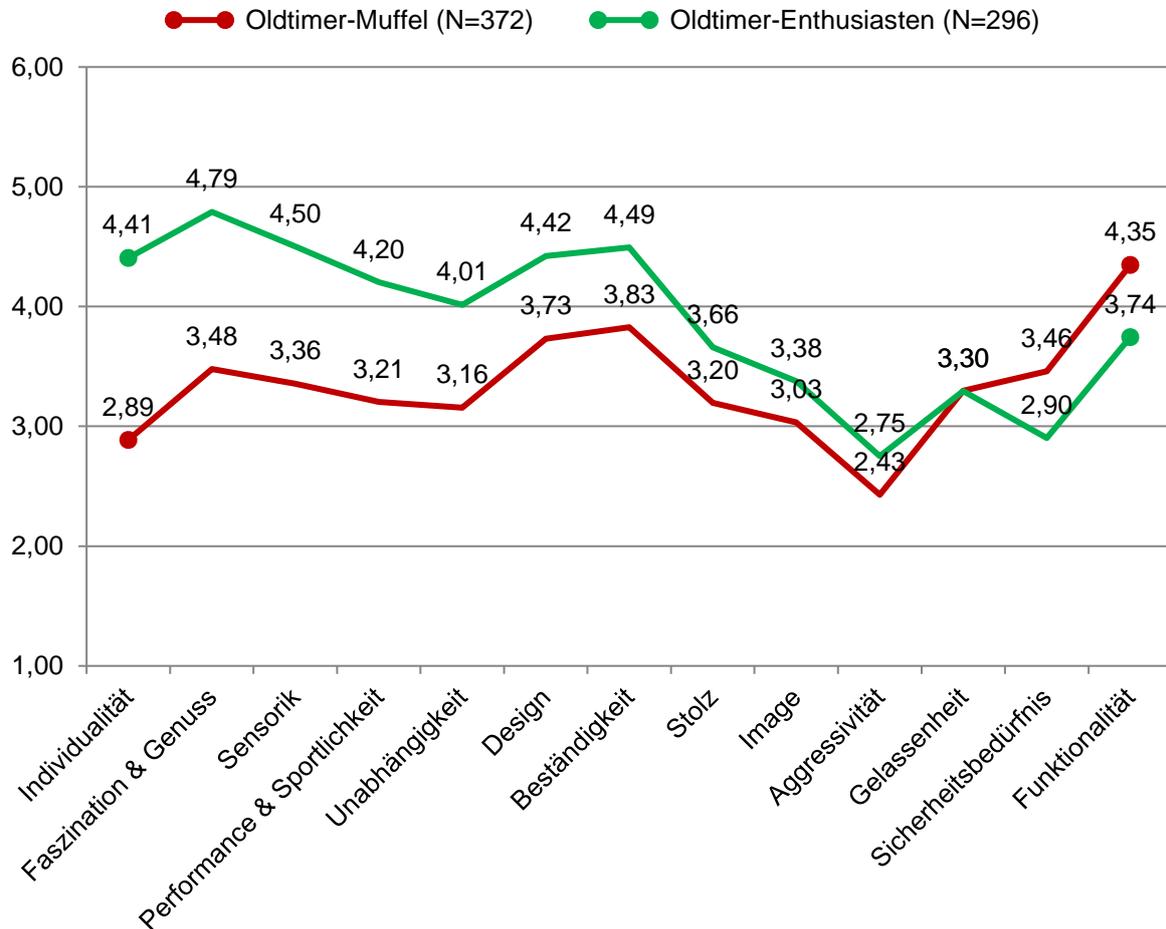


Abbildung 4: FAHR-Skalenausprägung für Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffel

Für die Ausprägungen beider Gruppen lassen sich Differenzwerte berechnen. Beispielsweise weisen Oldtimer-Muffel auf der Skala "Individualität" im Durchschnitt einen Wert von 2,9 und Oldtimer-Enthusiasten einen Wert von 4,4 auf. Die Differenz beträgt dementsprechend 1,5. Der Unterschied zwischen beiden Gruppen weist hierbei statistische Signifikanz auf (bei einem Signifikanzniveau von .05). Oldtimer-Enthusiasten ist somit die Individualität beim Automobil signifikant wichtiger als den Oldtimer-Muffeln. In der folgenden Abbildung (Abb. 5) werden die Differenzen sämtlicher FAHR-Skalen der Größe nach sortiert aufgeführt.

**Differenz der FAHR-Skalenausprägungen:
Oldtimer-Muffel (N=372) und Oldtimer-Enthusiasten (N=296) im Vergleich**

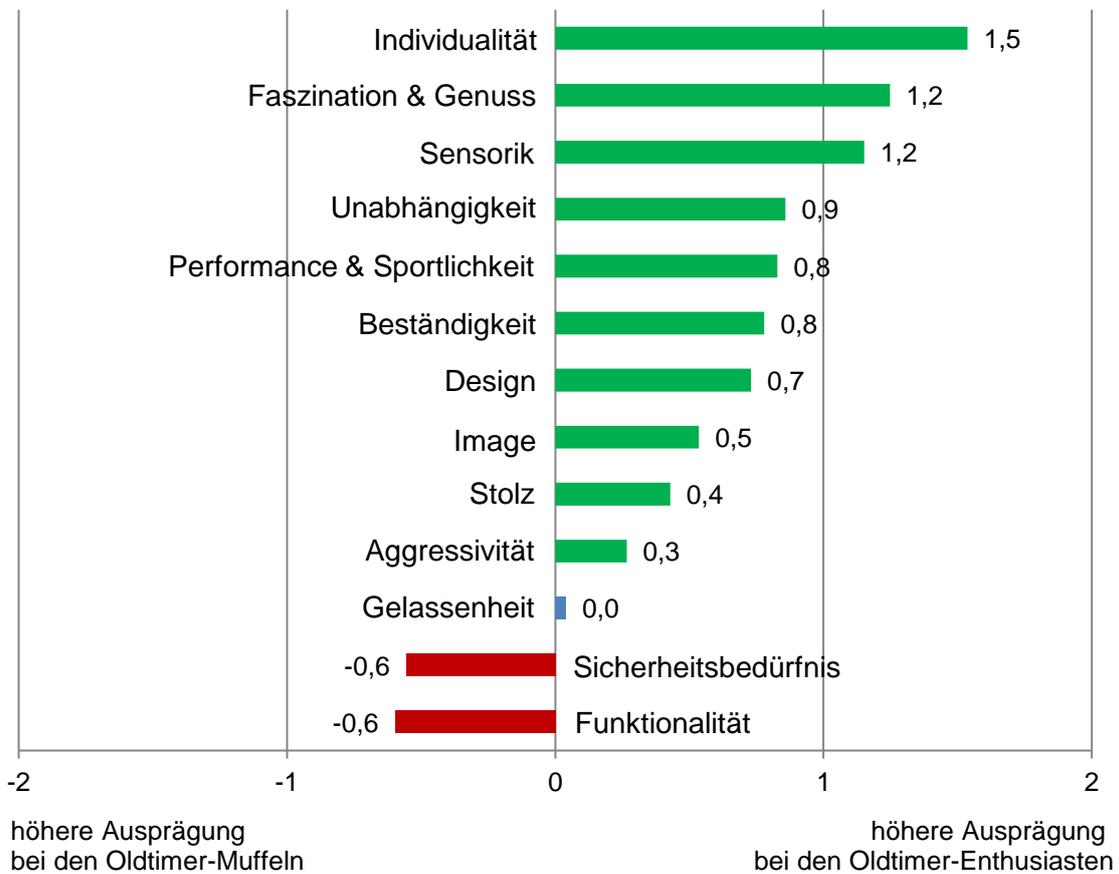


Abbildung 5: Differenz der FAHR-Skalenausprägungen für Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffel (Berechnung: Ausprägung der Oldtimer-Enthusiasten minus der Ausprägung der Oldtimer-Muffeln)

Auf sämtlichen Skalen – mit Ausnahme der Skala "Gelassenheit" – weisen die Differenzen statistische Signifikanz auf (bei einem Signifikanzniveau von .05). Insgesamt lässt sich erkennen, dass Oldtimer-Enthusiasten auf den emotional besetzten Skalen höhere Werte aufweisen als Oldtimer-Muffel (grün eingefärbt). Die rationalen Aspekte "Sicherheitsbedürfnis" und "Funktionalität" sind den Oldtimer-Enthusiasten weniger wichtig als den Oldtimer-Muffeln. Die Unterschiede zwischen beiden Gruppen werden im Detail in den folgenden Abschnitten erläutert.

Individualität als Leitmotiv

Der größte Unterschied zwischen beiden Gruppen liegt in der Ausprägung auf der Skala "Individualität". Oldtimer-Enthusiasten nutzen im Vergleich zu Oldtimer-Muffeln Automobile stärker dazu, ihre Individualität auszudrücken. Damit verbunden ist der Wunsch, extravagante oder "charakterstarke" Automobile zu fahren, um sich so von anderen Autofahrern zu unterscheiden oder abzuheben.

Die Skalen "Image" und "Stolz" stehen im Zusammenhang mit dem Bedürfnis nach positiver Außendarstellung (bezogen auf Ansehen und Status) mittels des gefahrenen Automobils. Die Ausprägung der Oldtimer-Enthusiasten auf beiden Skalen ist im Vergleich zu den Oldtimer-Muffeln zwar signifikant höher, im Vergleich zu den eigenen Ausprägungen auf anderen Skalen jedoch verhältnismäßig gering. Für Oldtimer-Enthusiasten scheint der Wunsch nach hohem Ansehen und Status nicht das entscheidendste Motiv beim Automobil zu sein. Dies steht im Einklang damit, dass der Ausdruck der eigenen Individualität für Oldtimer-Enthusiasten größere Relevanz hat.

"Sinnliche" Beziehung zum Automobil

Die deutlich höhere Ausprägung auf der Skala "Faszination und Genuss" und die niedrigere Ausprägung auf der Skala "Funktionalität" drücken aus, dass bei Oldtimer-Enthusiasten die Beziehung zum Automobil emotionaler ist und von mehr Leidenschaft geprägt ist als bei Oldtimer-Muffeln. Bei Oldtimer-Muffeln besteht die Tendenz, Automobile als Mittel zum Zweck wahrzunehmen.

Die höheren Ausprägungen auf den Skalen "Sensorik" und "Performance und Sportlichkeit" drücken aus, dass für Oldtimer-Enthusiasten das Erleben und Spüren beim Automobil wichtiger ist als für Oldtimer-Muffel. Dies umfasst einerseits den Klang und Geruch sowie die Beschaffenheit der verwendeten Materialien, andererseits auch das Fahrgefühl und den Motorenklang. Inhaltlich passt hierzu die signifikant höhere Ausprägung der Oldtimer-Enthusiasten auf der Skala "Design", welche den Wunsch nach ansprechender Gestaltung des Automobils beschreibt.

Bewusster Verzicht auf Sicherheitssysteme

Die Anforderungen an die Sicherheit bei der Automobilentwicklung haben in den vergangenen Jahrzehnten stets zugenommen. Zwangsläufig weisen ältere Automobile geringere Sicherheitsstandards auf, als aktuelle Modelle. Die geringere Ausprägung auf der Skala "Sicherheitsbedürfnis" weist darauf hin, dass es für Oldtimer-Enthusiasten kein Problem darstellt, beispielsweise auf automatische Sicherheitssysteme zu verzichten. Ganz im Gegenteil: Die hohe Ausprägung auf der Skala "Unabhängigkeit" zeigt, dass sie diese wohl eher als Einschränkung empfinden und sich selbst in riskanteren Situationen völlige Eigenverantwortung über ihr Fahrzeug wünschen.

III. Zusammenfassung und Fazit

Bezogen auf das Interesse an Old- und Youngtimern teilen sich die Teilnehmer der FAHR-Studie in zwei etwa gleich große Lager auf. Die an Oldtimern tendenziell interessierten und tendenziell desinteressierten Teilnehmer machen jeweils etwa 50% der Gesamtstichprobe aus. Auch wenn man davon ausgehen muss, dass die Teilnehmer der FAHR-Studie überdurchschnittlich an Automobilen interessiert sind, fällt der Anteil der an Oldtimern interessierten Autofahrer vermutlich auch in der Gesamtbevölkerung relativ hoch aus.

Die an Old- und Youngtimern sehr interessierten Teilnehmer (Oldtimer-Enthusiasten) weisen insgesamt eine emotionalere Beziehung zu Automobilen auf als die Teilnehmer, die an Old- und Youngtimern überhaupt nicht interessiert sind (Oldtimer-Muffel). Eines der wichtigsten Ergebnisse ist, dass Oldtimer-Enthusiasten ihr Automobil nur bedingt als klassisches Statussymbol nutzen. Deutlich wichtiger ist ihnen, durch das Automobil die eigene Individualität hervorzuheben. Im Vergleich zu Oldtimer-Muffeln bevorzugen Oldtimer-Enthusiasten daher vor allem extravagante Automobile, welche einen gewissen Seltenheitscharakter haben. Oldtimer-Enthusiasten nutzen Automobile nur sekundär dazu, ein hohes Ansehen innerhalb der Gesellschaft zu erlangen. Primär geht es ihnen darum, sich von der Masse der Gesellschaft abzugrenzen.

Oldtimer-Enthusiasten fahren erwartungsgemäß häufiger Old- und Youngtimer als Oldtimer-Muffel (52% vs. 12%). Darüber hinaus lassen sich zwischen beiden Gruppen auch Unterschiede hinsichtlich der präferierten Automarken feststellen. Oldtimer-Enthusiasten fahren im Vergleich zu Oldtimer-Muffeln signifikant häufiger Fahrzeuge der Marken Saab, BMW, Volvo, Jaguar und Smart. Diese Unterschiede lassen sich nicht allein mit einer allgemeinen Präferenz der Oldtimer-Enthusiasten für teurere Automarken (etwa wegen eines höheren Einkommens) erklären. So finden sich für die Premiummarken Audi und Mercedes keine signifikanten Unterschiede zwischen Oldtimer-Enthusiasten und Oldtimer-Muffeln – Oldtimer-Muffel fahren sogar häufiger Automobile der Marke Audi als Oldtimer-Enthusiasten (s. Tab. 1). Es kann daher davon ausgegangen werden, dass die Marken-Präferenz der Oldtimer-Enthusiasten zumindest teilweise auf die Passung zu deren automobilbezogenen Einstellungen zurückzuführen ist.

Die beschriebenen Einstellungen und Bedürfnisse der Oldtimer-Enthusiasten beziehen sich auf Automobile im Allgemeinen und beschränken sich nicht auf Old- und Youngtimer-Modelle. Zwar scheinen Old- und Youngtimer besonders dazu geeignet zu sein, deren Bedürfnisse zu erfüllen, dies schließt jedoch nicht aus, dass ein neueres Fahrzeug dies nicht auch kann. Ohnehin besitzen 48% der Oldtimer-Enthusiasten keinen Old- oder Youngtimer. Für Automobilhersteller kann es aussichtsreich sein, deren Bedürfnisse auch durch neue Modelle zu bedienen. Oldtimer-Enthusiasten stellen zwar hohe Ansprüche an ihr Automobil (etwa ein extravagantes oder charakteristisches Erscheinungsbild und merklich hochwertige Bauteile), entwickeln hierzu jedoch eine umso leidenschaftlichere Beziehung.

Quellen und weiterführende Literatur

- Brandtstedt, S. (2005). Das Automobil als gesteuertes Selbstbild – und sein Abgleich mit dem Fremdbild. Diplomarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Brzezinski, S. (2012). Zum Zusammenhang zwischen der Klarheit automobilbezogener Markenkonzepte und der Einstellung von Fahrern. Bachelorarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Brzezinski, S., Schardien, P. & Hossiep, R. (2013). Bochumer Automobilforschung (Forschungsbericht). Bochum: Ruhr-Universität, Projektteam Testentwicklung.
- Damke, C. (2009). Interindividuelle Unterschiede und ihr Einfluss auf die automobilen Markenwahl. Bachelorarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Heywinkel, M. & Steinecke, A. (2014). Vollgas dank Psychologie. Unicum - Campus Magazin, 04/2014 (S. 22; Rüdiger Hossiep über Kaufentscheidungen in der Automobilbranche)
- Hossiep, R. & Sommer, M. (2002). Der Einfluss von Persönlichkeit auf die Markenwahl bei Automobilen. Bochum: Ruhr-Universität, Projektteam Testentwicklung.
- Hupperich, S. (2006). Die Automobilmarke als Ausdruck von Selbstkonzept und Einstellung - Eine Befragung in Automobilforen. Bachelorarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Jost, F. (2010). Markenimage und Persönlichkeitsstruktur – Interindividuelle Kundenunterschiede im Bereich Automotive. Bachelorarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Schardien, P. M. (2005). Das Automobil als gesteuertes Selbstbild – eine differenzierte Einstellungsanalyse. Diplomarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Schmiedt, P. C. (2005). Das Automobil als gesteuertes Selbstbild – und eine differenzierte Analyse des Fahrstils. Diplomarbeit, Ruhr-Universität Bochum.
- Sommer, M. T. (2001). Der Einfluss der Persönlichkeit auf die Markenwahl am Beispiel von Automobilen. Diplomarbeit, Ruhr-Universität Bochum.

Fotoquelle Deckblatt:

<http://www.flickr.com/photos/jaguarcarsmena/8836775375/> (abgeändert, CC-Lizenz)

Bitte zitieren Sie diesen Artikel wie folgt:

Brzezinski, S., Schardien, P. & Hossiep, R. (2015). *Oldtimer-Fahrer: Individualisten auf vier Rädern* (Forschungsbericht). Bochum: Ruhr-Universität, Projektteam Testentwicklung.

Stand: 23.03.2015