



——— Zunächst hielt ich es für einen dünnen Scherz, als sich mir der Mann vorstellte, der mit seinem aristokratischen Profil und der grauen Mähne eher an Sky Dumont erinnerte: »Angenehm, Freedom!«

Nun befanden wir uns zwar auf einer Veranstaltung von Harley Davidson, wo Begriffe wie »Free ride!« oder »110 years of freedom« quasi im Reisepreis inbegriffen waren; aber dass sich einer der Teilnehmer derart markenverbunden zeigt und das Motto der US-Boys in seinen Namen überführt, kam mir doch etwas lächerlich vor. Zumal ich den hochgewachsenen Biker aufgrund seines seriösen Aussehens zunächst für den Chef des örtlichen Robinson Clubs gehalten hatte. Ich lächelte ihn verständnisvoll an und gab zurück: »Angenehm. Und wie heißt du?« Adlernase grinste: »Ich heiße tatsächlich Freedom. Ich wurde in der damals noch amerikanisch besetzten Zone Berlins geboren, und mein Vater war ein glühender Fan der US-Boys. Für die war das ein Name wie jeder andere ...«

Wow! Ich war auf die Balearen-Insel gereist, um an der legendären »Harley Week« teilzunehmen. Und vor allem wollte ich wissen, was das wohl für Typen seien, die einmal pro Jahr in mehreren Hundertschaften samt ihrer Motorräder besagten Robinson Club besetzen und eine Woche lang nichts anderes im Sinn haben, als Fahren, Feiern und Fachsimpeln. Und der erste Teilnehmer, den ich dort treffe, heißt »Freedom«! Der Name schien Programm.

Mein neuer Bekannter hängte seine maßgefertigte Lederjacke über den Lenker einer pechschwarzen »FLHX Street Glide«, die auf dem Hauptplatz des Robinson Clubs geparkt stand, nahm die dunkle Ray-Ban ab und beschrieb mit der Hand einen weiten Bogen. »Dieses Jahr sind es 350 Fahrer aus ganz Deutschland, die sich für eine Woche hier treffen und die alle nur ein gemeinsames Thema haben: Harley Davidson! Menschen wie du und ich, aller Herkunft und Hintergründe, aller Klassen und Berufe.« Er selbst sei Kaufmann, plauderte er bescheiden, während wir uns einen Cappuccino an der Bar des Club-Restaurants genehmigten. Seit den frühen Achtzigern fahre er Harley, immer die großen Touring-Maschinen. Für ihn sei das der perfekte Ausgleich zu seinem manchmal doch recht anstrengendem Berufsleben. Er tue dies ohne jede überzogene Ideologie, schlicht aus Spaß am Motorradfahren und an der Marke. Und das mit dem Namen sei selbstverständlich reiner Zufall. Als ich ihn später googelte, stellte ich fest, dass Freedom 66 Jahre alt und einer der prominentesten Immobilien-Tycoone der Hauptstadt ist;

VOR ALLEM WOLLTE ICH WISSEN, WAS DAS WOHL FÜR TYPEN SEIEN, DIE IN MEHREREN HUNDERTSCHAFTEN DEN ROBINSON CLUB BESETZEN UND EINE WOCHEN LANG NICHTS ANDERES IM SINN HABEN ALS FAHREN, FEIERN UND FACHSIMPELN.

SHADES OF HARLEY

TEXT *Reinhard Haas*
FOTOS *Roman Kuhn*

WER FÄHRT EIGENTLICH HEUTE MOTORRÄDER DER MARKE HARLEY-DAVIDSON? ZAHNÄRZTE IN DER MIDLIFE-CRISIS, KLEINKRIMINELLE ROCKER ODER EINE KLASSENLOSE GESELLSCHAFT AUF DER SUCHE NACH DER LETZTEN FREIHEIT? EINE SOZIO-EMOTIONALE UNTERSUCHUNG AUF DER »HARLEY BIKE WEEK« AUF MALLORCA.





MANCHE BESITZEN DIESES ZWEI-RAD ALS REINES FREIZEITMOBIL UND DRITT-FAHRZEUG. ANDERE FAHREN DAMIT TÄGLICH ZUR ARBEIT UND SPAREN DAS GANZE JAHR FÜR DIESEN TRIP.



Reinhard Haas bei der »Harley Week« auf Mallorca

zudem ist er mit einer weltbekannten Pop-Art-Künstlerin verheiratet, deren Bilder bei Sharon Stone und Bill Clinton im Wohnzimmer hängen.

Während wir sprachen, kam sein Kumpel Andreas vorgefahren. Ein Typ wie aus dem Harley-Katalog: Groß, breitschultrig, mit stechend blauen Augen, Dreitagebart und einer Strickmütze über den sorgsam unfrisierten Haaren. Er war wenigstens zwanzig Jahre jünger als der Grandseigneur und bewegte auch ein komplett anderes Fahrgerät der Markenfamilie aus Michigan: Eine »Springer Softail«, Eigenbau mit chromblitzender Doppelschwinge-Gabel, kurzen Side-Pipes und einem Hinterrad mit den Dimensionen eines Lkw-Reifens. Auf den ersten Blick hätten Andreas und Freedom nicht unterschiedlicher sein können, doch sie seien seit Jahren gute Freunde, versicherten beide, und sie würden sich regelmäßig am Wochenende für Ausflüge ins Berliner Umland treffen. Nachdem Andreas erzählte, er besäße eine »einigermaßen« große Firma für Baumaschinen und hätte weitere sechs Motorräder zu Hause in der Garage stehen, kam mir die erste Vermutung: Ah, diese »Bike Week« ist nichts anderes als ein in Leder und Chrom verkleidetes Jahrestreffen der Besserverdienenden. Weit gefehlt! Um es vorwegzunehmen: In den nächsten fünf Tagen lernte ich Bauern und Metzger, Selbstständige und kleine Angestellte, Familienväter und Rentner kennen. Manche besitzen dieses

NATO-OLIVE »E-GLIDES« MIT PACKTASCHEN AUS ALUMINIUM, »BOBBER« MIT VERGOLDETEN SCHALTGESTÄNGEN, AUFGETAKELTE »ROAD KINGS« MIT MEHR LAMETTA ALS JEDER CHRISTBAUM.

Zweirad als reines Freizeitmobil und Dritt-Fahrzeug; andere wiederum fahren damit täglich zur Arbeit und sparen das ganze Jahr für diesen Trip. Und offensichtlich macht das auch einen Teil des Mythos der Marke aus: Vor Gott und auf dem Rücken dieser schüttelnden Twin-Cam-Motoren sind alle gleich!

Geboren wurde die Idee der »Bike Week« vor acht Jahren von einem Harley-Marketingmann, einem Spediteur und dem motorradverrückten Chef der südeuropäischen Robinson Clubs, Monti Galmés. Zu einer Zeit, in der einem in Deutschland bei Schnee und Eis das Motorradfahren bereits nachhaltig vergällt wird, wollte man den Bikern das Jahr um eine Woche verlängern und sie bei milden Temperaturen auf die Balearen locken. Das größte Problem dabei stellte die Logistik dar. Wie schafft man 350 Motorräder aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz zur gleichen Zeit nach Mallorca? Damit kam Adrian ins Spiel. Der schnauzbärtige Spediteur aus dem nordrhein-westfälischen Mogendorf, der sich einen Namen als größter Motorrad-Transporteur der Republik gemacht hat, sammelt jetzt mit zehn seiner insgesamt dreißig Trucks die Fahrzeuge bei den einzelnen Vertragshändlern ein, schichtet sie auf eigens konstruierten Gestellen in die Tieflader und transportiert sie auf dem Seeweg über das Mittelmeer. Die DNA der Kultmarke trägt der sympathische Unternehmer nicht nur in seinem Herzen, sondern als Band, Kette und Stecker auch an der Hand, um den Hals und im Ohr. Adrian ist Logistikprofi, Reiseveranstalter und Markenbotschafter reinsten Wassers. In ihren freien Stunden brettern er und seine Frau Annette mit zwei identischen »FLHX Street Glide« über die Insel. Und stolz zeigt mir die patente Gattin auch ein Foto ihres Pools im Ferienhaus in Spanien: Unter der blauen Wasseroberfläche schimmert schwarz glänzend das Harley-Davidson-Logo. Kaum vorstellbar, dass sich ein Auto-Spediteur vier Ringe oder weiß-blaue Rauten auch nur auf den Boden seiner Badewanne malen lassen würde. Das macht den Unterschied!

Doch zurück zu der Frage, die mich hierher verschlagen hat: Welcher Mensch fährt heute eigentlich Harley-Davidson? Ich sah mich auf dem weitläufigen Hauptplatz des Clubs um, der sonst mehrheitlich von Bobby-Cars, Designersonnenbrillen und Badelatschen bevölkert wird. Auf dem Areal war kein einziger Stellplatz frei. »Sportster«, »Dyna«, »Softail«, »V-Rod«, »Touring« in allen Farben, Formen und Umbauten: NATO-olive »E-Glides« mit wasserdichten Packtaschen aus Aluminium, tiefergelegte »Bobber« mit vergoldeten Schaltgestängen, pechschwarze »Night Rods« mit umwickelten Endrohren, »Breakouts« mit gefederten Pferdesätteln, aufgetakelte »Road

Kings« mit mehr Lametta und Licht als jeder Christbaum, fantasievolle Eigenbauten in grellem Rosa oder Schneeweiß. Die »Hard Candy Custom«-Ausstattungsliste von Harley-Davidson muss von Wisconsin bis ins nächste Sonnensystem reichen. Dazwischen die Besitzer der hochpolierten Zweiräder. Doch die waren auf den ersten Blick wesentlich uniformer als ihre Maschinen: Alle trugen Schwarz! Nur Schwarz! Höchstens noch Schwarz und Orange. In meinem weißen Polo-Shirt kam ich mir vor wie ein Harlekin im Priesterseminar. Schon an den Outfits der Teilnehmer lässt sich ihre unbedingte Markentreue ablesen. Außer den Hosen, Jacken, T-Shirts, Kappen und Schals mit dem prägnanten Logo, sah ich Menschen mit Harley-Ringen, -Uhren, -Ketten, -Ohrsteckern und -Tattoos am Arm. Aber noch etwas fiel auf: Zwischen den Bikern tummelten sich gefühlte zehn Prozent Frauen im ähnlichen Look. Die Marke scheint inzwischen deutlich vom weiblichen Geschlecht unterwandert zu sein. Fakt ist, dass es jedes Jahr rund 10.000 Menschen in Deutschland gibt, die sich dem rollenden Kult anschließen. Damit ist die Marke die klare Nummer Zwei hinter den Zweirädern aus München.

Nach zahllosen Gesprächen mit Teilnehmern der »Bike Week« kann ich sagen: Jedes Klischee stimmt! Und stimmt nicht! Ich habe das solide Ehepaar Andrea und Christian aus München kennengelernt, die nur bei schönem Wetter mit ihrer »E-Glide« durch das bayerische Voralpenland gondeln. Ich traf Mathias aus Meck-Pomm, der stolz seine »Kutte« des Chapters Hagenow trug. Uwe ist ein Fabrikant aus Berlin, der im bürgerlichen Leben »Bluetooth«-Komponenten für die Medizinindustrie konstruiert. Erich arbeitet als Musikproduzent und Immobilienmakler in Düsseldorf und Portugal. Jürgen steht tagsüber bei Opel in Bochum am Band - noch. Manni bewegt sonst die Stadtbusse der Stadt







Iserlohn. Michael fuhr vor der Wende noch MZ in Bitterfeld, aber gleich danach Harley - seinen großen Traum. Einer der beeindruckendsten Teilnehmer auf Mallorca war Georg, also »Schorschi«, aus Nürnberg. Der kleine alte Mann, gefühlte siebzig Jahre alt, fiel mir durch sein bäuerliches Outfit mit kariertem Hemd und Schiebermütze auf. In der Tat, Schorschi war Landwirt aus dem Fränkischen, aber seit Jahrzehnten auch Besitzer einer soliden BMW Touring. Nach dem dritten Bier taute er sichtlich auf und erzählte mit glühenden Wangen, dass er im Nebenberuf Fluglehrer und Kunstfliegerpilot sei, dass er sich seiner dreißig Jahre jüngeren Freundin zuliebe jetzt eine Harley gekauft hätte, und dass er beide mehrmals pro Jahr eigenhändig im gemieteten Lear-Jet nach Südfrankreich chauffieren würde. Donnerwetter, dachte ich mir. Da kann sich Berlus(t)coni noch eine Scheibe Bunga abschneiden.

Die Liste der Biografien ließe sich beliebig fortsetzen und erbrächte immer noch kein klares Benutzerprofil. Und doch ist es in den vergangenen hundert Jahren kaum einer Auto- oder Motorradmarke weltweit gelungen, ihr Klientel derart heterogen, aber nicht minder loyal an sich zu binden. HD-Marketingchef Frank Klumpp klärt mich auf: »Zum einen haben wir in den vergangenen Jahren die Produktqualität und Innovationszyklen der Marke stark verbessert, zum anderen kommt uns die Demografie der Deutschen stark entgegen. Die Generation der »Baby Boomer«, also der Jahrgänge 1960 bis 1970, ist zahlenmäßig die größte der Bevölkerung und diese Männer fühlen sich jung genug und auch finanziell in der Lage, um noch einmal aufs Motorrad zu steigen. Die Zahl der wiedererwachten »Schläfer«, also derer mit Motorradführerschein, aber ohne Motorrad, ist enorm.«

Ein Schläfer ist Montserrate »Monti« Galmés keineswegs. Im Gegenteil. Der quirlige Regionaldirektor von Robinson in Spanien und Portugal hat die »Bike Week« zum Leben erweckt. »Ich habe hier schon alles und jeden auf dem Bock gesehen«, grinst er unter seinem grauen Schnurrbart. »Vorstandsvorsitzende und Hartz-IV-Empfänger, weltberühmte Schauspieler und unseren einheimischen Hausmeister, gehbehinderte Rentner und junge Models, die direkt vom Mofa aufs Motorrad umgestiegen sind. Das Einzige, was diese Menschen eint, ist das Gefühl von Freiheit, Wind in den Haaren und einem starken Motor zwischen den Beinen ...« Oder, wie der Produktkatalog der Amerikaner den Gründer-Enkel Willie G. Davidson zitiert: »In jedem von uns steckt ein Rebell!«

Donnernd lässt Monti seine blau-weiße »Elektra Glide« an. Ich schwinde mich auf eine mattschwarze »Fat Bob«. Aus den Lautsprechern seiner Verkleidung dröhnt Kid Rock mit »Born to be free«, und wir rollen aus dem Club-Gelände Richtung Süden. Schon nach wenigen Kilometern an der Küste entlang empfinde ich, ein klassischer »Schläfer«, Montis Worte wesentlich plastischer. Das entspannte Gefühl einer aufrechten Sitzhaltung, das dunkle Brodeln



der 1.700 Kubikzentimeter Hubraum aus zwei Zylindern, das trockene Krachen der einrastenden Gänge, die 132 Newtonmeter, die mich mit jedem Dreh am Gasgriff brachial vorwärtsschieben, der sanfte Fahrtwind, der erst ab 120 km/h lästig wird, die innere Stille inmitten satten Lärms ... Zügig, aber gelassen knattern wir durch schläfrige Ortschaften, über gewundene Nebenstraßen dem Meer entgegen. Die Strecke über Cap de ses Salines, sa Rapita, an Lluçmajor vorbei zum Kloster oberhalb von Randa, und zurück über Felanitx zum Aussichtspunkt von San Salvador ist eine von Montis Lieblingsstrecken auf der Insel. Wir kurven die Serpentina hinauf zu einem der schönsten Aussichtspunkte Mallorcas. Von dem Monument aus blickt man bis in die Bucht von Palma, auf die Tramuntaner Berge und erkennt Cap Formentor am nördlichen Horizont. Euphorisch wische ich mir die Tränen des Fahrtwindes aus den Augen, umkreise langsam und nachdenklich das Objekt meiner neu erwachten Begierde und stecke mir genüsslich eine Zigarette an. Ich finde, »Freedom« wäre auch ein schöner Name für meinen Sohn gewesen. \

Harley Heroes: Kaum einer Auto- oder Motorradmarke ist es in den vergangenen hundert Jahren gelungen, ihre Klientel derart loyal an sich zu binden.



Vorstandsvorsitzende, Hartz-IV-Empfänger, berühmte Schauspieler, gehbehinderte Rentner. Harley-Fahrer sind ein heterogener Haufen.



**NACH ZAHLLOSEN GESPRÄCHEN MIT
TEILNEHMERN DER »BIKE WEEK« KANN
ICH SAGEN: JEDES KLISCHEE STIMMT.
UND STIMMT NICHT.**

