

# weekend

JOURNAL

Handelsblatt

## Born to be mild

Warum Ausfahrten mit der Harley-Davidson für Motorola-Chef **Ralf Gerbershagen** eher sanfte Innen- als rebellische Außenwirkung haben





# Yoga auf Testosteron

Das Motorrad als **Geisteshaltung**: Für den Deutschland-Chef von Motorola, **Ralf Gerbershagen**, ist Harley-Fahren Ausdruck von **Spontaneität, Mobilität und Individualität**

**E**inen Harley-Davidson-Fahrer rein phänotypisch zu beschreiben ist ganz leicht: Fransenjacke aus Leder, drum herum Rapsfelder, „born to be wild“, fertig. Wie das Visier eines Motorradhelms klappen die Klischees runter, wenn man Harley-Davidson hört. Schon schwieriger wird es, einen Menschen genotypisch, das heißt hier, charakterlich zu beschreiben, der gern Harley-Davidson fährt, aber ansonsten ein stinknormaler Geschäftsführer beispielsweise einer weltweit agierenden Kommunikationsfirma ist.

Fangen wir mal mit dem an, was Ralf Gerbershagen, Deutschland-Chef von Motorola, zu einem untypischen Harley-Fahrer macht: Er trägt weder Vollbart im Gesicht, noch Schmuckemblem auf seiner Lederjacke, wenn er sich auf seine 46 kW starke Maschine setzt. Er meidet normalerweise traditionelle Biker-Treffen. Den Steppenwolf von Hermann Hesse, nach dem sich die Hero-Hymnen-Gruppe von „Born to Be Wild“ nannte, kennt er nicht, las er nicht.

Wenn man Gerbershagen dann noch in seinem Business-Outfit trifft, blau-silber gestreifte Krawatte, weißes Hemd, eine Mimik, die ebenso akkurat sitzt wie Frisur, Anzug und Schuhe, dann hat man Mühe, ihn sich auf dem (Achtung: noch ein Klischee!) heißen Ofen vorzustellen.

„Aber eine Harley-Davidson verrät viel über den Charakter ihres Besitzers. Wie das Motorrad, so der Charakter.“

Also, Herr Gerbershagen, da lassen wir uns nicht zweimal bitten. Porträtieren Sie sich bitte, bzw. Ihre Maschine:

„Ich fahre eine Heritage Softail, die ich individualisiert habe. Sie ist nicht zu aufgemotzt. Bei den dazugekauften Teilen ist mir Funktionalität am wichtigsten. Das Cruisen steht im Vordergrund.“

Also ist der Deutschland-Chef von Motorola auch eher individuell, funktional und gemütlich?

„Nein, bei uns in der Familie muss ständig etwas passieren, und so bin ich auch“, lacht er. Spontaneität, Mobilität und Individualität sind ihm genussbringende Werte, das Harley-Davidson-Fahren unterstützt nur diese Eigenschaften in ihm. Gerbershagen geht, joggt, fährt Inlineskates und Auto und Motor-

rad. „Hast du wieder alle Geräte durch?“ fragt ihn seine Frau am Sonntagabend. Gelebte Mobilität, für einen Kommunikationsbranchen-Chef ist das fast so wichtig wie Höflichkeit, Zuverlässigkeit und Schnelligkeit. Ein Chef, der am Wochenende am liebsten seinen Kamin anschmeißt? Mittelprätig sinnvoll. Obwohl Gerbershagen sehr wohl auch eine gute Zigarre schätzt. Mit der man ja nachweislich viel Zeit an einem Ort verbringen muss. Wahrscheinlich gibt es mehr kaminfeuerliebende Harley-Fahrer, als man vermutet.

„Die meisten Biker sind sehr bürgerlich“, sagt Gerbershagen, „verheiratete Familienväter, die sich nie in der Schlange zum Pommestand vordrängeln würden. Viele üben eher biedere Berufe aus, sind beispielsweise Rechtsanwalt von Beruf und tauchen erst am Wochenende in ihr Second Life ein.“

Gerade dieses kontrolliert Wilde, das in einem engen Rahmen Spießig-Rebellische, das Alltag-Wochenende-Paradoxon, das macht einen Reiz des Harley-Fahrens aus.

Die typische Harley-Zielgruppe ist älter, gesetzter, besser verdienend und komplexer denkend als der durchschnittliche Motorradfahrer. Modisch? Sind Harleys nicht. Vielleicht modern, aber in erster Linie geht es den Fahrern nicht um den Blick von außen auf die Harley, sondern es geht ihnen um den Blick von der Harley auf die Welt. Die rasanten Mädchen-Aufreißer-Typen kaufen rasante Aufschnaider-Maschinen, eine Suzuki beispielsweise. Damit fahren sie laut, wild und schnell. „Ein Biker will cruisen“, sagt Gerbershagen, „der will durch eine ansprechende Landschaft fahren, hinterher etwas Gutes essen. Es geht ihm nicht um Außenwirkung.“

Also Innenwirkung. Harley-Fahren als testosteronhaltiges Yoga.

„Man wird ja mit einer Harley gezwungen, langsam zu fahren“, erzählt Gerbershagen, „man liegt eher auf dem Gerät, als dass man in vorn überbeugter Rennhaltung Strecke macht.“

Wäre er 30 Jahre jünger, würde er den Begriff „abchillen“ verwenden. Im Gegensatz zum Auto, das für ihn einen rein funktionalen Nutzen hat, reinsetzen, losfahren, ankommen, sieht er das Motorradfahren als Ausgleich zum Job, Erholung, Vergnügen, schon, wenn er nur an das Gerät denkt, sich damit beschäftigt oder gar ein Stück durch den Taunus fährt. Wie beim Pawlow der Speichel, fängt bei ihm schon Entspannung an zu fließen, wenn er nur über seine Harley spricht. ▶

Text: Katrin Wilkens  
Fotos: Oliver Rütter



**Cruisen ist schöner als brausen:**  
Der wahre Harley-Genießer rollt durch die Landschaft wie Ralf Gerbershagen mit seiner Heritage Softail durch den Taunus.

► Das kann man besonders gut an seiner Mimik beobachten: Die glättet sich. Auch seine Beine strecken sich unter dem Tisch aus, seine Arme öffnen sich von einer verschränkten Oberarm-Petersilie zu einem anregend gestikulierenden Perpetuum mobile. Diesem Mann das Motorradfahren zu verbieten triebe seinen Blutdruck hoch und ließe ihn grausam altern.

„Bei uns in der Familie stand nie zur Debatte, ob Auto oder Motorrad“, sagt er, „mein jüngerer Bruder fährt Motorrad, mein Vater, meine Schwägerin. Selbst meine Frau teilt mit mir das Hobby und fährt am Wochenende mit.“

In Jung-Kinderjahren, in Jung-Ehejahren hat er bewusst auf eine Maschine verzichtet, gefehlt hat sie ihm nicht, aber jetzt sind die Kinder 14 und 16 Jahre alt. Und jetzt, seit zwei Jahren fährt er wieder Harley, „und heute merke ich, dass ich darauf nicht mehr verzichten will.“ Ein bis drei Stunden pro Woche fährt er mit dem Ding, klar, wenn er Zeit hätte, würden locker zehn Stunden oder mehr daraus werden. Erst durch den Taunus, durch Weizenfelder und über Waldwege, später dann ein kühles Bier, irgendwo in einem kleinen Landgasthaus. Wellness für Männer. Mimikglättung, Beinstreckung, Fachsimpelei.

Harley-Davidson, die Marke, die sei schon einmalig. „Welches Produkt gibt es, dass die Community gleich kostenlos und weltweit mitliefert?“ fragt er und schwärmt dann verzückt von seiner Harley, als handle es sich in Wahrheit um die katholische Kirche und Gerbershagen um ein glockenrocktragender Messdiener. Eine weltweite Gemeinschaft, die den Eintritt in ihre Mitte bei Kauf eines Motorrads gleich mitliefert. Nein, auch mit Nachdenken findet Gerbershagen kein

Vergleichsprodukt, das diese Potenz aufweise. Apple nicht, vielleicht Ferrari, aber nein, diesen Vergleich will er auch nicht. „Ferraris sehen alle gleich rot aus. Aber schauen Sie sich auf einem Biker-Treffen die Motorräder an: Da sieht jedes anders aus. Individualität ist für Harley-Davidson-Fahrer wichtig“, sagt Gerbershagen, „gleichzeitig ist das kein anarchischer Chaotenhaufen, sondern auf diesen Treffen geht es immer sehr geordnet und gesittet zu. Man geht umher, schaut sich die unterschiedlichen Modelle an, fachsimpelt ein wenig mit diesem und jenem und ist auch ein wenig stolz darauf, seine eigene Maschine präsentieren zu dürfen. Welches Produkt liefert derartigen Besitzerstolz und gleichzeitig Gemeinschaftssinn?“

Dreijährige auf einem deutschen Spielplatz, denkt die Reporterin unwillkürlich. Aber weil schon der Vergleich mit der katholischen Kirche ein bisschen gemein ist, schweigt sie. Man merkt Gerbershagen an, wie gern er so eine Community für die Motorola GmbH hätte, was für ein Selbstläufer eine Kommunikationsfirma mit einer solchen Kommunikationsplattform wäre. Aber vielleicht gehört das auch zum Nimbus der Harley: Ums bloße Geldverdienen geht es bei diesem Produkt nicht. Als bloßes Statussymbol taugt sie ebenso wenig. Erst wenn man sie mit einzigartigen Unverkennbarkeiten befeuchtet, bekommt sie jenen eigenen Charakter, der sie zu einem Hingucker macht. Kein Harley-Verkäufer der Welt kann dir eine bewunderungswürdige, authentische Komplett-Harley verkaufen. Du musst sie aufpeppen, tunen oder funktionalisieren. Es ist so ein bisschen wie bei der Deutschland-Werbung: Du bist Harley.

Und so furchtfrei Gerbershagen an das Motorradfahren he-



rangeht, so vorurteilsfrei macht er sich auch über Mobilität, Community und Virtualität Gedanken. „Man kann in der virtuellen Welt nur Dinge machen, die man schon in der realen Welt tat“, sagt er. „Oder noch schärfer formuliert: Erst die virtuelle Welt ermöglicht häufig den Kontakt in der realen. Mein Vater schrieb noch Luftpostbriefe aus Indonesien. Wenn heute meine Kinder in Amerika studieren, könnte ich sie zeitgleich mit einer Webcam sehen.“

Hier spricht der Motorola-Chef, der Harley-Fahrer ist kurzfristig beurlaubt. Denn Gerbershagen als Harley-Fan ist weniger tolerant denn als Motorola-Chef. Dieser kann über die virtuelle Kraft der Marke Harley rasonieren, ohne dass seine Professionalität als Wirtschaftsunternehmer infrage gestellt wird. Ein Harley-Fahrer, der das Unechte mit dem Echten, das Virtuelle mit dem Realen gleich bedeutend findet, hat den Geist des Fahrens verstanden. Über Fahrtwind reden oder ihn am Jochbein spüren ist ein Unterschied. Und komisch: Der konservative Unternehmer ist auf einmal liberaler als der revolutionierende Motorradfreak. Wahrscheinlich sind Harley-Fahrer in Wirklichkeit voll die Spießler.